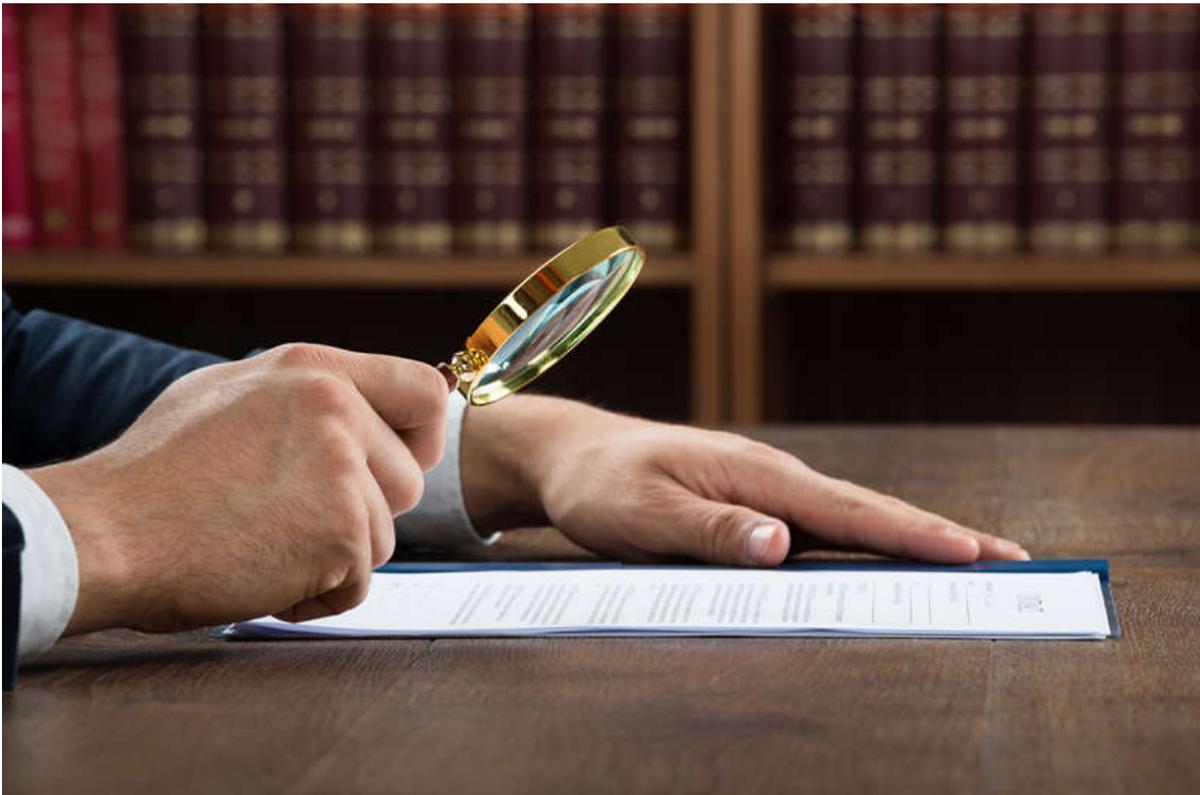


:: Información obligatoria en la publicidad de precios financiados ::

Por **MARCELO E. GALLO**

ABELEDOTOTHEIL ABOGADOS



¿Cuál es la información obligatoria que debe incluirse en la publicidad de precios financiados?

Las varias modificaciones introducidas últimamente en las resoluciones de la Secretaría de Comercio de la Nación y en las normas del Banco Central de la República Argentina (BCRA) que establecen la información que obligatoriamente debe incluirse en las publicidades que difunden precios financiados han generado muchas dudas en los anunciantes.

De hecho, en los anuncios de precios financiados suele incluirse una cantidad mayor o una cantidad menor de información que la requerida por las disposiciones vigentes. Y en ocasiones la información difiere mucho de aquella que es exigida por las normas.

El propósito de este trabajo es procurar aclarar esas dudas.

Destaco, en primer lugar, que en la publicidad de precios financiados, debe incluirse, en cada pieza publicitaria, la información que establecen los incisos a) y b) del artículo 5º de la Resolución 915/2017[1], parecida a la que antes requería la Resolución de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor 7/2002, aunque ahora no es obligatorio indicar la razón social del oferente y su domicilio en el país[2] o la indicación expresa de tal circunstancia cuando no lo hubieray que sí debe informarse sobre la ubicación y alcance de los bienes publicitados (que antes era obligatorio solamente con relación a los servicios).

La información relativa a las características esenciales de los bienes y servicios que se publicitan así como también sobre algunas de las condiciones de su comercialización podrá ser proporcionada, conforme con lo establecido por el artículo 4º de la Resolución 915/2017[3] a través de una página Web o de una línea telefónica gratuita, debiendo en tal caso consignarse dicha circunstancia en la publicidad.

En otras palabras, en las piezas publicitarias que anuncien precios financiados debe incluirse, conforme lo establecido por el artículo 4º y por los incisos a) y b) del artículo 5º de la Resolución 915/2017, la siguiente información:

(i) El precio de cada uno de los bienes o servicios objeto de la publicidad, expresado de acuerdo con lo establecido por el artículo 2º de la Resolución 7/2002, en lo que respecta a la moneda de pago y tipo de bien o servicio;

(ii) La marca, el modelo, tipo o medida de los bienes o servicios publicitados;

(iii) El país de origen de los bienes o servicios;

(iv) La ubicación y alcance de los bienes y servicios;

(v) La frase: “PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE EN...” o “PARA MÁS INFORMACIÓN COMUNÍQUESE GRATUITAMENTE AL TELÉFONO...”[4]

(vi) El costo financiero total de cada alternativa de financiación que se publicite[5] y

(vii) El precio de contado, el anticipo si lo hubiere y la cantidad y monto de cada una de las cuotas.[6]

Pero la anterior no es la única información que debe incluirse en los anuncios de precios financiados.

Cuando la financiación sea otorgada por entidades financieras o mediante tarjetas de crédito o de compra deberá incluirse también la información requerida por las normas del BCRA sobre PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS.

En tales casos -que son la enorme mayoría- deberá asimismo informarse en la publicidad, en forma legible, conforme lo establecen las normas sobre “TASAS DE INTERÉS EN LAS OPERACIONES DE CRÉDITO” dictadas por el BCRA, punto 4.1., para el supuesto de que se publicite a través de cualquier medio masivo o individual (periódicos, revistas, carteleros en la vía pública o en obras en construcción, Internet, folletos, correspondencia, etc.), el ofrecimiento de créditos específicos -tales como préstamos personales o mediante tarjetas de crédito- haciéndose mención de la cantidad de cuotas o el importe de ellas o la tasa de interés:

(viii) La tasa de interés nominal anual;

(ix) La tasa de interés efectiva anual;

(x, ídem vi) El costo financiero total^[7] y

(xi) El carácter fijo o variable de la tasa de interés.

Además, por imperativo de la norma del artículo 9º de la Resolución 7/2002, cuando la financiación no sea otorgada por el oferente, la publicidad debe informar al público:

(xii) El nombre de la o las entidades responsables de tal financiación.

Finalmente, conforme lo requerido por el artículo 7º de la ley 24.240, de Defensa del Consumidor y por el artículo 7º del Anexo I del decreto 1798/94 (reglamentario de la ley 24.240), debe informarse las:

(xiii) Fechas precisas de comienzo y finalización de la oferta y el stock de productos con los que el anunciante cuenta para hacer frente a la demanda.

En resumen en la mayoría de las publicidades que difundan precios financiados **deberá obligatoriamente informarse:**

(1) El precio de cada uno de los bienes o servicios objeto de la publicidad, expresado de acuerdo con lo establecido por el artículo 2º de la Resolución 7/2002, en lo que respecta a la moneda de pago y tipo de bien o servicio;

- (2) La marca, el modelo, tipo o medida de los bienes o servicios publicitados;
- (3) El país de origen de los bienes o servicios;
- (4) La ubicación y alcance de los bienes y servicios;
- (5) La frase: “PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE EN...” o “PARA MÁS INFORMACIÓN COMUNÍQUESE GRATUITAMENTE AL TELÉFONO...”;
- (6) El costo financiero total de cada alternativa de financiación que se publicite;
- (7) El precio de contado, el anticipo si lo hubiere y la cantidad y monto de cada una de las cuotas;[\[8\]](#)
- (8) La tasa de interés nominal anual;
- (9) La tasa de interés efectiva anual;
- (10) El carácter fijo o variable de la tasa de interés;
- (11) El nombre de la o las entidades responsables de tal financiación; y
- (12) Las fechas precisas de comienzo y finalización de la oferta y el stock de productos con los que el anunciante cuenta para hacer frente a la demanda.

¿Dónde debe ubicarse la Información Obligatoria?

Dado que la ni la Resolución 915/2017 ni las demás normas antes mencionadas que regulan el tema requieren que la información listada precedentemente sea incluida en lugares determinados, como sí lo exigía para parte de ella el artículo 8º de la Resolución 7/2002, derogado, la misma podrá ubicarse libremente en las piezas publicitarias, con tal de que sea de fácil lectura.

¿En qué tamaño de letras debe incluirse la Información Obligatoria?

El nuevo artículo 4º de la Resolución 915/2017[\[9\]](#) suplió parcialmente omisiones de su texto original, al establecer ahora el tamaño que debe utilizarse para la inclusión de las leyendas y advertencias establecidas como obligatorias por leyes nacionales o provinciales y sus reglamentaciones y su permanencia en pantalla.[\[10\]](#)

Conforme con la nueva redacción del apartado b. del punto 1. del mencionado artículo 4º, tales leyendas o advertencias deberán ser incluidas:

(a) En medios gráficos: con caracteres tipográficos no inferiores a dos (2) milímetros de altura en el sentido de escritura de la publicación, en colores que contrasten con la misma. La letra debe ser legible y clara y no deberá confundir al lector.

(b) En medios televisivos, cinematográficos o digitales: con un tipo de letra fácilmente legible, en contraste de colores, en el sentido de la publicación y con caracteres tipográficos de altura igual o mayor al dos por ciento (2%) de la altura de la pantalla.

La información del costo financiero total deberá incluirse en una tipografía en color destacado, de idéntica fuente y de tamaño al menos cinco veces mayor -conservando todas las proporciones de espesor de trazos, alto y ancho- al que se utilice para informar el nivel de la tasa nominal anual.

Algunos temas sobre el tamaño de las letras de la Información Obligatoria no resueltos por las normas

Como lo destacué en un trabajo anterior, publicado en Abogados.com.ar. el 4 de junio de 2019[11], curiosamente, la norma del artículo 4º, punto 1., apartado b. de la Resolución 915/2017[12] no establece un tamaño mínimo de letras para las menciones obligatorias en la publicidad en vía pública diferente del establecido para el resto de la publicidad en medios gráficos (como sí lo hace, en el apartado c. del mismo punto 1., para el caso de las leyendas “PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE EN...” y “PARA MÁS INFORMACIÓN COMUNÍQUESE GRATUITAMENTE AL TELÉFONO”).

Podría pensarse, en consecuencia, que esas menciones obligatorias -al menos en los casos en que las disposiciones que las imponen no establezcan una altura diferente- podrían incluirse en la publicidad en vía pública con letras de dos (2) milímetros de altura. Pero no es así. Porque su inclusión con ese tamaño haría que tales leyendas fuesen ilegibles y la publicidad sería entonces “engañosa” de conformidad con lo dispuesto por el artículo 5º de la Resolución 248/2019.[13]

Como asimismo destacué en el trabajo antes citado, puede que las autoridades de aplicación de la norma tiendan a aplicar, por analogía, el punto i del apartado c. del artículo 4º de la Resolución 915/2017, que establece una altura mínima de las letras para publicidad en vía pública de las frases “PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE EN...” y “PARA MÁS INFORMACIÓN COMUNÍQUESE GRATUITAMENTE AL TELÉFONO” del dos por ciento (2%) de la altura de la pieza publicitaria. Pero, a falta de remisión expresa, creo que el tamaño de las

letras podría ser inferior, siempre que fuesen claramente legibles en el anuncio desde el punto de mira del consumidor.

No me explico, tampoco, porque las frases “PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE EN...” y “PARA MÁS INFORMACIÓN COMUNÍQUESE GRATUITAMENTE AL TELÉFONO...” en medios digitales pueden incluirse “... con caracteres tipográficos que sean fácilmente legibles, acorde con el dispositivo utilizado.” Y en cambio, las demás frases obligatorias a las que me hereferido deben incluirse en tales medios digitales “... con caracteres tipográficos de altura igual o mayor al dos por ciento (2%) de la pantalla...”

Permanencia en pantalla de la Información Obligatoria

La permanencia en pantalla de la información en casos de publicidad televisiva, cinematográfica y digital está ahora establecida en al menos tres (3) segundos.[\[14\]](#)

La disposición no establece expresamente, como sí lo hacía su antecedente (Resolución 789/98), que la exhibición durante los tres (3) segundos que como mínimo exige deba ser continua. Por lo cual es dable interpretar que la información podría exhibirse en la publicidad más de una vez, por menos de tres (3) segundos en cada oportunidad, siempre que la duración total de la exhibición sea de al menos tres (3) segundos. Esa es, en mi opinión, una interpretación razonable solo si el tiempo de exhibición, menor a tres (3) segundos, permite al público leer la información en cuestión en su totalidad cada vez que sea exhibida.

Publicidad radial y sonora

Si bien el nuevo artículo 4°, punto 1, apartado b. de la Resolución 915/2017 no se refiere a la publicidad radial ni a la sonora cuando regula las leyendas o advertencias obligatorias (otra vez, curiosa omisión, porque sí lo hace, al menos para el medio radial, en el caso de las leyendas “PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE EN...” y “PARA MÁS INFORMACIÓN COMUNÍQUESE GRATUITAMENTE AL TELÉFONO...”), éstas deberán ser “locutadas” en forma clara y audible, tal como lo requiere el artículo 5° de la Resolución 248/2019.[\[15\]](#)

[1] Texto del artículo conforme sustitución por el artículo 23 de la Resolución N° 248/2019 de la Secretaría de Comercio Interior, B.O. 24/5/2019. Vigencia: a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial.

[2] Queda subsistente la obligación de la indicación del domicilio, conforme con lo establecido por el artículo 8° de la ley 24.240, de Defensa del Consumidor, 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, en las que sí deberá figurar el nombre, domicilio y número de CUIT del oferente. En tales casos, además, no se permite la publicación de un número postal como domicilio (Conforme artículo 33, ley 24.240).

[3] Texto del artículo conforme sustitución por el artículo 22 de la Resolución N° 248/2019 de la Secretaría de Comercio

Interior, B.O. 24/5/2019. Vigencia: a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial.
[4] En lo que aquí interesa, para brindar la información requerida por el párrafo segundo del artículo 4° de la Resolución 7/2002, conforme lo autoriza la norma del artículo 4°, inciso c. de la Resolución 915/2017 (texto según Resolución 248/2019).

[5] Conforme artículo 5°, inciso b. de la Resolución 915/207, texto sustituido por el artículo 23 de la Resolución N° 248/2019 de la Secretaría de Comercio Interior, B.O. 24/5/2019, que dispone que esa información deberá – y ya no “podrá”, como lo establece el artículo 4° – ser proporcionada a través de una página Web o de una línea telefónica gratuita. Vigencia: a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial. Esa información que debe ser complementada por otra, según se verá más adelante, cuando la financiación no sea ofrecida por el vendedor de los bienes o el proveedor de los servicios.

[6] Esta información, requerida por el párrafo segundo del artículo 4° de la Resolución 7/2002 puede, conforme con lo establecido por el artículo 5°, inciso b., segundo párrafo de la Resolución 915/2017 (texto según Resolución 248/2019) ser proporcionada mediante un sitio Web o una línea telefónica gratuita.

[7] Las tasas y el costo financiero deben exponerse en tanto por ciento con al menos un decimal.

[8] Como dije más arriba, ésta información puede ser proporcionada mediante un sitio Web o una línea telefónica gratuita.

[9] Texto sustituido por el artículo 22 de la Resolución N° 248/2019 de la Secretaría de Comercio Interior, B.O. 24/5/2019. Vigencia: a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial.

[10] Interpreto que -no obstante su omisión en el texto- deben entenderse incluidas en la norma las leyendas y advertencias establecidas como obligatorias por disposiciones legales y reglamentarias dictadas por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

[11] “Requisitos legales para las publicidades: modificaciones a la Resolución 915/2017”.

[12] Texto según Resolución 248/2019.

[13] Que considera como tal a la publicidad en la que la información suministrada fuese incomprensible en razón de, entre otros supuestos, el tamaño de su letra.

[14] Resolución 917/2017, artículo 4°, inciso b, ii), conforme sustitución por el artículo 22 de la Resolución N° 248/2019 de la Secretaría de Comercio Interior, B.O. 24/5/2019. Vigencia: a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial.

[15] Que considera engañosa a la publicidad en la que la información suministrada fuese incomprensible en razón de la velocidad de su alocución - entre otros supuestos.