

## **Resolución SC N° 420/2015**

VISTO el Expediente N° S01:0293227/2015 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, el Artículo 42 de la CONSTITUCIÓN NACIONAL, las Leyes Nros. 22.802, 24.240, 26.992 y 26.993, los Decretos Nros. 357 de fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones, y 41 de fecha 13 de enero de 2015, y

### **CONSIDERANDO:**

Que el Artículo 42 de la CONSTITUCIÓN NACIONAL, establece que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno; agregando que las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

Que el carácter programático de la segunda parte de la cláusula constitucional transcrita obligó al legislador a la sanción de un sistema normativo integrado a nivel federal por un conjunto de leyes recíprocamente vinculadas y, en ciertos aspectos, con una necesaria interdependencia para el logro del fin protectorio del ciudadano en su rol de usuario y consumidor, así consagrado por el Constituyente.

Que la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, entre otras cuestiones, es competente para evaluar, controlar, efectuar propuestas y dictar medidas tendientes a mejorar la organización de los mercados de bienes y servicios tanto públicos como privados, con el objeto de favorecer la transparencia y su armónico desarrollo en función del interés público; dictar la normativa vinculada con el correcto abastecimiento interno y su fiscalización y contralor; asegurar la correcta ejecución de las políticas comerciales internas de defensa del consumidor y de defensa de la competencia y evaluar el grado de competitividad en todos los ámbitos de la actividad económica elaborando las estructuras de costo de los bienes y servicios que conforman los mercados.

Que el sistema de normas centrado en la defensa de consumidores y usuarios de bienes y servicios, se halla integrado, entre otras, por las Leyes Nros. 22.802 y 24.240.

Que la SECRETARÍA DE COMERCIO, en su carácter de Autoridad de Aplicación de las Leyes Nros. 22.802 y 24.240, resulta competente para el dictado de las normas complementarias y/o aclaratorias y celebrar todos los actos que se requieran para su debida implementación.

Que las Leyes Nros. 26.992 y 26.993, recientemente sancionadas, han incorporado modificaciones

sustanciales en la regulación de las relaciones de producción y consumo en resguardo de los consumidores y usuarios.

Que, en particular, la Ley N° 22.802 prevé en su Artículo 1° que los frutos y los productos que se comercialicen en el país envasados llevarán impresas en forma y lugar visible sobre sus envases, etiquetas o envoltorios, las siguientes indicaciones: a) su denominación; b) nombre del país donde fueron producidos o fabricados; c) su calidad, pureza o mezcla; y d) las medidas netas de su contenido.

Que, asimismo, la ley citada en el considerando inmediato anterior establece en su Artículo 5° la prohibición de consignar en la presentación, folletos, envases, etiquetas y envoltorios, palabras, frases, descripciones, marcas o cualquier otro signo que pueda inducir a error, engaño o confusión, respecto de la naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla o cantidad de los frutos o productos, de sus propiedades, características, usos, condiciones de comercialización o técnicas de producción.

Que, por otro lado, la mencionada norma fija que los productores y fabricantes de mercaderías, los envasadores, los que encomendaren envasar o fabricar, los fraccionadores, y los importadores, deberán cumplir según corresponda con lo dispuesto en el Capítulo I de la Ley N° 22.802, relativo a la identificación de mercaderías, siendo responsables por la veracidad de las indicaciones consignadas en los rótulos.

Que, además, en el Artículo 9° de la misma ley se prohíbe 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.

Que, en consonancia con las disposiciones transcritas, la Ley N° 24.240 estipula 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.

Que, en este mismo sentido, la Ley N° 24.240 señala en su Artículo 8° que 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.

Que, la información que figura en los rótulos y/o etiquetas de los productos es el principal medio de comunicación entre el consumidor y las empresas y permite al consumidor utilizar los datos proporcionados a fin de tomar decisiones informadas a la hora de adquirir un producto.

Que este tipo de información se muestra particularmente crítica y relevante en los productos

pertenecientes a aquellos rubros de consumo, manipulación y utilización por parte de la población, con carácter esencial, habitual y generalmente en el ámbito doméstico.

Que esto se debe a que la información relativa a las cualidades, pesos o medidas y características de los productos, contenida en los rótulos y/o etiquetas, se vincula habitualmente con decisiones donde se encuentra en juego un bien jurídico relevante susceptible del más alto grado de protección, como lo es la salud de los consumidores.

Que, en efecto, cabe extremar los cuidados en la fiscalización de los rótulos y/o etiquetas de los productos pertenecientes a los rubros de alimentos, bebidas, perfumería, aseo, cuidado personal y limpieza doméstica en la medida en que la información allí contenida resulta esencial para la decisión del consumidor emparentada con hábitos alimenticios, eventuales contraindicaciones o prohibiciones médicas particulares o, de modo general, preferencias en el consumo basadas en posibles efectos beneficiosos para la salud.

Que, por lo demás, en orden a la protección de los intereses económicos de los consumidores también resulta menester fiscalizar los rótulos y/o etiquetas de los productos en aquellos casos donde en las diversas presentaciones se hace mención explícita a cualidades o características destacadas del producto, así como también ofertas o rebajas económicas que resultan habitualmente esenciales para la elección del consumidor.

Que, por consiguiente, quienes ofrezcan bienes del mismo tipo con diversas presentaciones comerciales, en las cuales los consumidores puedan ser inducidos a error o confusión al ver dificultada la comparación de sus características constitutivas, pesos o medidas y precios, deberán, en forma destacada y fácilmente visible indicar la diferencia de producto del que se trata respecto de un producto elegido como referencia.

Que, de esta forma, se pretende evitar que en los rótulos y/o etiquetas existan vacíos informativos o, por el contrario, se incluyan mensajes con expresiones ambiguas, desconocidas o con una pluralidad de significados que den lugar a error, engaño y/o confusión y lleven a los consumidores a una decisión de consumo equivocada.

Que una completa información de los bienes objeto de la relación de consumo facilita al consumidor la elección de un producto al momento de decidir su compra, evitando confusión respecto de la naturaleza, origen, calidad, pureza o mezcla, precio o técnicas de producción de los mismos.

Que persiguiendo estos objetivos resulta esencial para evitar perjuicios irreparables en el consumidor, la creación de un Sistema de FISCALIZACIÓN DE RÓTULOS y/o etiquetas (FDR) de alimentos, bebidas, perfumería, aseo, cuidado personal y limpieza aptos para el consumo humano, con carácter previo a su comercialización, en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS ha tomado la intervención que le compete.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo dispuesto por los Artículos 12, incisos a), c), h) y l) y 18 de la Ley N° 22.802, los Artículos 43, inciso a) y 47 de la Ley N° 24.240, la Ley N° 26.992 y el Decreto N° 357 del 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1° — Créase el Sistema de FISCALIZACIÓN DE RÓTULOS y/o etiquetas (FDR) en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS.

ARTÍCULO 2° — Quedan alcanzados por la presente resolución todos los productos pertenecientes a los rubros de alimentos, bebidas, alimentos bebibles, perfumería, aseo, cuidado personal y limpieza doméstica aptos para el consumo y manipulación humana que se comercialicen en el territorio de la REPÚBLICA ARGENTINA.

ARTÍCULO 3° — Establécese que todos los rótulos y/o etiquetas de los productos alcanzados por el artículo anterior deberán someterse de forma obligatoria a un procedimiento de fiscalización por ante la Dirección de Lealtad Comercial dependiente de la Dirección Nacional de Comercio Interior de la SUBSECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR de la mencionada Secretaría, con carácter previo a su comercialización en el territorio de la REPÚBLICA ARGENTINA.

ARTÍCULO 4° — Las solicitudes de fiscalización previa de rótulos y/o etiquetas de los productos alcanzados por el Artículo 2° de la presente medida deberán presentarse ante la Dirección de Lealtad Comercial y constituir domicilio con firma del apoderado o autorizado de la empresa proveedora, debidamente acreditado, acompañadas de la documentación que se detalla a continuación:

- a) Una muestra del rótulo y/o etiqueta en tamaño 1:1, con pruebas en color y en blanco y negro, para cada una de sus presentaciones.
- b) Datos del importador/fabricante: Nombre o razón social, CUIT, domicilio legal, teléfono y e-mail.
- c) Marca y/o modelo, artículo o nombre del producto, país de origen, descripción y composición de los productos fabricados e/o importados.

d) Información completa respecto de sus componentes, materias primas, aditivos, Métodos de elaboración y fraccionamiento y/o envasado, junto con sus propiedades y prescripciones y/o indicaciones para consumo.

e) Toda la documentación respaldatoria relativa a la aprobación del producto por ante la ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGÍA MÉDICA (ANMAT), organismo descentralizado en el ámbito de la SECRETARÍA DE POLÍTICAS, REGULACIÓN E INSTITUTOS del MINISTERIO DE SALUD, o el organismo habilitante que corresponda para su comercialización para uso y consumo humano.

Toda la información requerida en el procedimiento de fiscalización previa por ante la Dirección de Lealtad Comercial será presentada por el proveedor con carácter de declaración jurada que haga plena fe de la veracidad de su contenido.

ARTÍCULO 5° — La Dirección de Lealtad Comercial analizará la información recabada y la muestra del rótulo y/o etiqueta del producto objeto del procedimiento y verificará el cumplimiento de la normativa vigente en la materia a fin de evitar que la información contenida en el mismo pueda llevar a error, engaño y/o confusión en el consumidor acerca de las cualidades, composición, materias primas y aditivos, unidad de medida o cantidad, precio y eventuales recaudos y/o efectos adversos.

La mencionada Dirección deberá expedirse sobre la aprobación o rechazo del rótulo y/o etiqueta propuesto por el proveedor dentro de los QUINCE (15) días hábiles administrativos de presentada la totalidad de la información y la muestra del rótulo y/o etiqueta. Dicho plazo podrá interrumpirse en el caso de que se requiera información adicional al solicitante y/o a terceros o para el supuesto en que se formulen observaciones; en ambos casos se dispondrá al efecto acto expreso por la autoridad administrativa con notificación a la parte interesada.

ARTÍCULO 6° — Transcurrido el plazo previsto en el Artículo 5° de la presente medida sin mediar resolución por parte de la Dirección de Lealtad Comercial, el producto podrá comercializarse en el territorio de la REPÚBLICA ARGENTINA con el rótulo y/o etiqueta presentado por el proveedor en el procedimiento de fiscalización respectivo, sin perjuicio de las observaciones que en el futuro pudiera realizar la citada Dirección por transgresión a las normas vigentes en la materia. En este último caso deberá otorgarse un plazo prudencial al proveedor para retirar del mercado el rótulo y/o etiqueta objetado, sin perjuicio de lo previsto en el Artículo 10 de la presente resolución así como también de las sanciones que pudieran caberle al proveedor.

ARTICULO 7° — Los rótulos y/o etiquetas de variantes o diversas presentaciones de productos comercializados en el territorio de la REPÚBLICA ARGENTINA que posean mínimas diferencias en sus ingredientes, componentes, aditivos, propiedades, calidades, unidad de medida, tipo de envase o empaque y/o cualquier elemento constitutivo respecto del producto de referencia ya existente en el mercado y que, en consecuencia, puedan llevar a confusión o error al consumidor,

deberán informar tales diferencias de forma explícita, clara y fehacientemente.

Esta información deberá exhibirse en la cara principal del rótulo y/o etiqueta ocupando una superficie mínima del VEINTE POR CIENTO (20 %) del total y con una mención destacada del producto de referencia.

ARTÍCULO 8° — Queda prohibida la utilización de rótulos y/o etiquetas que contengan información de ofertas, promociones y/o descuentos cuyo cumplimiento el fabricante e/o importador no pueda garantizar y/o asegurar en su comercialización posterior, tanto mayorista como minorista.

ARTÍCULO 9° — Los requerimientos de fiscalización previa de rótulos y/o etiquetas de variantes o diversas presentaciones de productos existentes en el mercado deberán acompañar en el procedimiento por ante la Dirección de Lealtad Comercial, junto con la documentación prevista en el Artículo 4° de la presente medida, una muestra del rótulo y/o etiqueta del producto de referencia en el mercado.

ARTÍCULO 10. — En el caso de presentarse observaciones por parte de la Dirección de Lealtad Comercial a rótulos y/o etiquetas de productos que se estén comercializando en el territorio de la REPÚBLICA ARGENTINA y en tanto se configure un perjuicio grave o irreparable para el consumidor, podrá ordenarse la colocación en el envase del producto de un sticker, calcomanía o cualquier otro medio apto para subsanar el incumplimiento al deber de información al consumidor en los términos de las normas vigentes en la materia, hasta tanto se retire completamente del mercado el rótulo y/o etiqueta en infracción.

El sticker, calcomanía o medio de información que la autoridad administrativa disponga al efecto se encontrará a cargo del proveedor o importador responsable, quien deberá asegurar su colocación y mantenimiento durante todo el período de comercialización del producto.

ARTÍCULO 11. — Para el caso en que las actuaciones tramitadas con motivo de requerimientos de fiscalización de rótulos y/o etiquetas permitan inferir la realización de actividades distorsivas en el mercado y en los procesos de formación de precios, la SECRETARÍA DE COMERCIO podrá remitir los antecedentes al Observatorio de Precios y Disponibilidad de Insumos, Bienes y Servicios, organismo técnico creado por la Ley N° 26.992 para su correspondiente intervención.

ARTÍCULO 12. — Los incumplimientos a la presente resolución harán pasibles a los sujetos obligados de las sanciones previstas en las Leyes Nros. 22.802 y 24.240.

ARTÍCULO 13. — El Sistema de FISCALIZACIÓN DE RÓTULOS y/o etiquetas (FDR) se aplicará a los nuevos rótulos y/o etiquetas de productos pertenecientes a los rubros indicados en el Artículo 2° que ingresen al mercado para su comercialización en la REPÚBLICA ARGENTINA a partir de la entrada en vigencia de la presente medida.

ARTÍCULO 14. — Los proveedores de productos comercializados en la REPÚBLICA ARGENTINA con anterioridad a la entrada en vigencia de la presente medida deberán en un plazo de SESENTA (60) días hábiles administrativos adaptar los rótulos y/o etiquetas correspondientes a fin de dar cumplimiento a lo previsto en el Artículo 7° de la presente medida.

ARTÍCULO 15. — Designase a la SUBSECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR como Autoridad de Aplicación del Sistema de FISCALIZACIÓN DE RÓTULOS y/o etiquetas (FDR) con facultades para dictar normas complementarias y/o aclaratorias a la presente norma.

ARTÍCULO 16. — La presente resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Boletín Oficial.

ARTÍCULO 17. — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. — Lic. AUGUSTO COSTA, Secretario de Comercio, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.