



Publicidad de comparación de precios de Wisconsin

La ley de publicidad de comparación de precios de Wisconsin, *Wis. Admin. Code ch. ATCP 124*, es un factor importante para salvaguardar el mercado competitivo actual. Prácticamente todos los comerciantes de bienes o servicios han utilizado la comparación de precios en algún momento. Esto es cuando los precios de venta actuales se comparan con precios anteriores o futuros para mostrar reducciones o ahorros de precios.

Ejemplos:

- El precio de venta actual se compara con un valor declarado: sugiere una reducción de precio o ahorros.
- El uso de un porcentaje de descuento o ahorro sin un precio establecido – implica una comparación con el precio actual.

Si bien las comparaciones de precios precisas pueden ayudar a los consumidores a tomar decisiones de compra informadas, las comparaciones de precios basadas en precios o valores arbitrarios o inflados pueden ser engañosas o ilusorias. También puede ocurrir abuso, cuando los vendedores no revelan la información necesaria para que el consumidor comprenda la comparación.

¿Qué queda cubierto bajo la ley *Wis. Admin. Code ch. ATCP 124*?

La regla cubre todas las comparaciones de precios realizadas por un comerciante, ya sea que la misma se haga mediante anuncios impresos o transmitidos por radio, catálogos, etiquetas de tiendas, letreros, rótulos o afirmaciones verbales del personal de ventas. Una comparación de precios es cualquier comparación directa (expresada total o parcialmente en dólares, centavos, fracciones o porcentajes) del precio actual de un vendedor con cualquier otro precio o declaración de valor.

No incluye afirmaciones generales como “grandes ahorros” (en inglés: *big savings*) o “precios reducidos” (en inglés: *prices slashed*).



¿Cómo afecta la regla al uso de comparaciones de precios?

La regla está diseñada para evitar comparaciones de precios engañosas, incluidas aquellas que se basan en comparaciones de valores que son arbitrarias o exageradas. En particular:

- La norma prohíbe la comparación de “manzanas con naranjas”. Es decir, prohíbe a los vendedores comparar precios entre bienes o servicios que difieren en el tipo de calidad, composición o características de desempeño; a menos que se revele claramente la naturaleza de las diferencias materiales.
- Para garantizar que los valores de comparación no sean meramente arbitrarios o ficticios, sino que reflejen los valores reales del mercado comercial, la norma establece que no se podrá utilizar ningún precio de comparación a menos que sea:
 1. **Un precio de venta real** al que efectivamente se hayan vendido los bienes o servicios al precio comparativo durante los 90 días anteriores; o si se vendió en un periodo anterior a 90 días, el anuncio debe revelar la fecha, hora o temporada en que se vendió. El precio comparativo no puede exceder el

costo del vendedor más el margen de beneficio que habitualmente genera la venta.

2. **Un precio de oferta** de buena fe al cual los bienes o servicios realmente se han ofrecido a la venta al precio comparativo durante al menos 4 semanas durante los 90 días anteriores a la fecha. Si el período de 4 semanas excede un periodo de 90 días, el anuncio debe revelar la fecha, hora o temporada en que se ofreció a ese precio. El precio comparativo no puede exceder el costo del vendedor más el margen de beneficio que habitualmente genera la venta.
3. **Un precio futuro** al que efectivamente se ofrecerán a la venta los bienes o servicios dentro de los próximos 90 días por al menos 4 semanas consecutivas, debiendo identificarse claramente como tal la comparación de precios futuros. El anuncio debe revelar la fecha de vigencia en la que comenzará el aumento de precio después de las 4 semanas consecutivas. Independientemente de cuándo entrará en vigor el aumento de precio, el anuncio debe revelar claramente que la comparación se basa en un precio futuro (a diferencia del precio anterior o el de los competidores).
4. **El precio de un competidor**, al que el competidor realmente vendió o promocionó los bienes o servicios en los últimos 90 días. El precio del competidor debe representar el precio al que se vendió o promocionó el producto o servicio. El anuncio debe estipular que el precio de comparación no es el precio establecido por el propio vendedor.

El uso de cualquier otro valor de comparación, como el precio comercial sugerido por el fabricante, está prohibido. A menos que caiga bajo algunas de las categorías antes mencionadas.

Al momento de colocar la etiqueta de venta en el producto, el comerciante minorista no debe modificar u ocultar las etiquetas, rótulos o señales de precios impresas en los contenedores de los productos por los fabricantes o proveedores. Al igual que tampoco debe modificar las etiquetas de “precio sugerido” que puedan ser requeridas por la ley federal. Siempre y cuando el comerciante no establezca otra comparación con relación a la ya establecida.

Para obtener más información o poner una queja, visite nuestro sitio web o contáctenos:

Wisconsin Department of Agriculture,
Trade and Consumer Protection
Bureau of Consumer Protection
2811 Agriculture Drive, PO Box 8911
Madison, WI 53708-8911

Correo electrónico: DATCPHotline@wi.gov

Sitio Web: datcp.wi.gov

Teléfono: (800) 422-7128 TTY: (608) 224-5058

PriceComparisonAdvertising961 (rev 1/24)