

f) administrar y mantener actualizado el Sistema Nacional de Información de Procuración y Trasplante de la República Argentina (SINTRA);

g) entender en las habilitaciones de establecimientos, servicios y programas de trasplante en la provincia, con asesoramiento del INCUCAI;

h) atender y resolver los reclamos y problemas de centros de diálisis y pacientes bajo su fiscalización;

i) fiscalizar periódicamente los establecimientos y servicios, elaborar planes de mejora estratégica en materia de procuración y trasplante;

j) coordinar con el INCUCAI inspecciones destinadas a verificar la actividad de procuración y trasplante;

k) incentivar la creación y fortalecimiento de bancos de tejidos y células;

l) asistir en la creación de centros de ablación y trasplante públicos y privados;

m) Promover acciones de docencia y capacitación continua a los trabajadores de la salud involucrados en la temática;

n) realizar campañas de difusión y concientización dirigidas a la población en general;

ñ) implementar programas de formación docente en todos los niveles educativos, públicos y privados,

o) promover, desarrollar y supervisar proyectos de investigación científica en la temática;

p) adoptar progresivamente nuevas tecnologías en los procesos de procuración y trasplante;

q) evaluar la implementación en la provincia de políticas y programas elaborados por el INCUCAI, mediante los acuerdos que correspondan;

r) mantener intercambio de información científica con centros e instituciones nacionales e internacionales;

s) fomentar el trabajo interdisciplinario con el Registro de Donantes de Células Progenitoras Hematopoyéticas (CPH) del INCUCAI;

t) garantizar la confidencialidad de toda información y datos obtenidos, mediante la firma de compromisos específicos de confidencialidad;

u) coordinar acciones para el cumplimiento de la Ley Nacional N°26.928 de Protección Integral para Personas Trasplantadas, a la que la Provincia adhirió mediante Ley I N°523;

v) establecer relaciones sanitarias y cooperación técnica en la materia con organismos gubernamentales y no gubernamentales;

w) asesorar a la Secretaría de Salud y a otros organismos gubernamentales que lo requieran en la temática de procuración y trasplante;

x) asesorar e informar a las autoridades judiciales provinciales en los procedimientos que requieran su intervención;

y) asesorar a prestadores privados en materia de procuración y trasplante;

z) proveer periódicamente información de su actividad a la Secretaría de Salud de la Provincia y al INCUCAI;

aa) gestionar y disponer de los recursos asignados para el cumplimiento de sus funciones;

bb) implementar un Programa de Gestión de Calidad en todas las fases del proceso de donación y trasplante.

Artículo 4°.- MARCO NORMATIVO. El CUCAI CHUBUT

actuará conforme a los lineamientos establecidos en la Ley Nacional N°27.447, la Ley Nacional N°26.928, la Ley Nacional N°26.845 y las respectivas adhesiones provinciales dispuestas por la Ley I N°634, Ley I N°523 y Ley I N°536; así como lo establecido por la Ley Provincial XIII N°7 y demás normas provinciales vigentes en la materia.

Artículo 5°.- RECURSOS. Los gastos que demande el cumplimiento de la presente ley serán afrontados con las partidas presupuestarias de la Secretaría de Salud, Jurisdicción 70, SAF 70, Fuente de Financiamiento 477, pudiendo gestionarse fondos específicos ante organismos nacionales, internacionales, públicos y privados.

Artículo 6°.- REGLAMENTACIÓN. El Poder Ejecutivo Provincial reglamentará la presente ley en un plazo de noventa (90) días a partir de su promulgación.

Artículo 7°.- LEY GENERAL. Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DE LA HONORABLE LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DEL CHUBUT, A LOS VEINTIDOS DÍAS DEL MES DE MAYO DE DOS MIL VEINTICINCO.

Dr. GUSTAVO MENNA
Presidente
Honorable Legislatura del Chubut

MARÍA LIGIA MORELL
Secretaría Legislativa
Honorable Legislatura de la
Provincia del Chubut

Decreto N° 621
Rawson, 05 de junio de 2025

VISTO Y CONSIDERANDO:

El proyecto de ley referente a crear el Programa Provincial CUCAI CHUBUT (Centro Único Coordinación de Ablación e Implante); sancionado por la Honorable Legislatura de la Provincia del Chubut el día 22 de mayo de 2025, y la facultad que otorga al Poder Ejecutivo el artículo 140° de la Constitución Provincial;

POR ELLO:

Téngase por Ley de la Provincia: I N° 818
Cúmplase, comuníquese y oportunamente publíquese en el Boletín Oficial.

Lic. IGNACIO AGUSTÍN TORRES
Dr. VICTORIANO ERASO PARODI

**ESTABLECER UN MARCO NORMATIVO INTEGRAL
PARA LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES
ANTE MANIOBRAS DE ESTAFAS EN ÁMBITO
VIRTUAL**

LEY III N° 55

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DEL CHUBUT

SANCIONA CON FUERZA DE LEY**Capítulo I****Disposiciones Generales**

Artículo 1°.- Objeto. La presente ley tiene por objeto establecer un marco normativo integral para la protección de los consumidores ante maniobras de estafas en el ámbito virtual, promoviendo la sensibilización, prevención, verificación y asistencia, proporcionando herramientas efectivas para mitigar el riesgo y facilitar la denuncia y persecución de dichos delitos.

Artículo 2°.- Autoridad de Aplicación. La Autoridad de aplicación de la presente ley será la Dirección General de Defensa y Protección de Consumidores y Usuarios del Chubut, dependiente de la Secretaría de Trabajo de la Provincia del Chubut.

Artículo 3°.- Definiciones. A los fines de esta ley, se entenderá por:

a) Consumidor: Toda persona humana o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta de bienes y servicios a través de medios virtuales, incluyendo plataformas de comercio electrónico, aplicaciones móviles, redes sociales y cualquier otro canal digital;

b) Estafa virtual: Cualquier acción fraudulenta llevada a cabo mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación, destinada a engañar a los consumidores para obtener un beneficio económico indebido. Esto incluye, pero no se limita a, phishing, vishing, smishing, fraude en comercio electrónico, robo de identidad, fraude de inversión en línea, fraudes en subastas en línea y cualquier otra modalidad similar;

c) Medios oficiales de contacto: Canales de comunicación verificados y autenticados que los organismos estatales, dependencias del estado provincial y empresas con participación mayoritaria del estado, así como cualquier otra empresa y/o institución pública o privada que manifieste voluntad de adherir a las disposiciones de la presente, utilizan para interactuar con los consumidores. Estos pueden incluir sitios web oficiales, correos electrónicos verificados, cuentas de redes sociales verificadas, números de teléfono y aplicaciones móviles oficiales;

d) Phishing: Técnica de estafa que utiliza correos electrónicos fraudulentos que parecen provenir de fuentes legítimas, con el objetivo de obtener información sensible como nombres de usuario, contraseñas y detalles de tarjetas de crédito;

e) Vishing: Variante del phishing que utiliza llamadas telefónicas para engañar a los consumidores y obtener información personal o financiera;

f) Smishing: Forma de phishing que emplea mensajes de texto por cualquier plataforma, para engañar a los consumidores y obtener información personal o financiera;

g) Fraude en comercio electrónico: Cualquier actividad fraudulenta realizada a través de plataformas de comercio electrónico, incluyendo ventas falsas, no entrega de productos pagados y manipulación de calificaciones y comentarios;

h) Robo de identidad: Uso no autorizado de la información personal de un consumidor para cometer fraude o delitos.

Artículo 4°.- Principios rectores. La implementación de esta ley se regirá por los siguientes principios:

a) Transparencia: Garantizar que toda la información relevante sobre los medios oficiales de contacto y promociones sea clara y accesible para los consumidores;

b) Seguridad: Asegurar la protección de los datos personales y financieros de los consumidores en todas las interacciones virtuales;

c) Eficiencia: Promover mecanismos ágiles y efectivos para la denuncia y resolución de casos de estafas virtuales;

d) Colaboración: Fomentar la cooperación entre el sector público, el sector privado y la sociedad civil para prevenir y combatir las estafas virtuales.

Artículo 5°.- Responsabilidad. Los proveedores de bienes y servicios en el ámbito virtual serán responsables de implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger a los consumidores contra estafas virtuales. Esta responsabilidad incluye la adopción de tecnologías de autenticación y verificación de identidad, así como la capacitación de su personal en prácticas seguras de comercio electrónico.

Capítulo II**Campaña de Sensibilización y Prevención**

Artículo 6°.- Campaña de Sensibilización. La Autoridad de Aplicación implementará una campaña de sensibilización y prevención, difundiendo material publicitario a través de distintos medios de comunicación tradicionales y redes sociales. Esta campaña abordará, como mínimo, las modalidades de estafas virtuales más comunes en el momento de la difusión.

La campaña publicitaria deberá actualizarse mensualmente para reflejar las nuevas modalidades del delito de estafa, permitiendo así la difusión de las mecánicas fraudulentas y alertando a los usuarios sobre posibles maniobras delictivas.

Artículo 7°.- Implementación inteligente. La campaña a la que hace referencia el artículo precedente será diseñada e implementada geográficamente distribuidas y adaptadas a las plataformas adecuadas. Para ello, se utilizarán datos objetivos sobre delitos denunciados en distintas zonas y aplicaciones, con el fin de maximizar el alcance y efectividad de las campañas. La implementación inteligente de estas campañas incluirá:

a) Análisis de Datos: Utilización de herramientas de análisis de datos para identificar patrones y tendencias de estafas virtuales en diferentes regiones y plataformas digitales. Esto permitirá orientar las campañas hacia las áreas y medios más afectados;

b) Segmentación Geográfica: Distribución geográfica de las campañas publicitarias en función de la incidencia de estafas en cada región, asegurando una cobertura adecuada y eficiente en zonas urbanas, suburbanas y rurales;

c) Selección de Plataformas: Adaptación de la publicidad y material de sensibilización a las plataformas más utilizadas por los consumidores en las regiones afectadas, incluyendo redes sociales, aplicaciones móviles, sitios web de comercio electrónico y otros medios digitales relevantes;

d) Actualización Continua: Revisión y ajuste mensual de las campañas en función de la aparición de nuevas modalidades de estafas y cambios en los patrones delictivos, garantizando que la información difundida esté siempre actualizada y sea pertinente;

e) Colaboración Interinstitucional: Coordinación con organismos de seguridad, instituciones educativas y organizaciones de la sociedad civil para ampliar el alcance y eficacia de las campañas de sensibilización y prevención;

f) Evaluación de Impacto: Monitoreo y evaluación constante de la efectividad de las campañas mediante la recopilación de datos y retroalimentación de los consumidores, ajustando las estrategias según sea necesario para mejorar su impacto.

Artículo 8°.- Contenido de la Publicidad. El contenido de la publicidad deberá incluir, pero no se limitará a:

a) Descripción de las modalidades de estafas virtuales más comunes;

b) consejos prácticos para evitar ser víctima de estafas;

c) información sobre los medios oficiales de contacto y cómo verificarlos;

d) procedimientos para validar promociones virtuales;

e) pasos que seguir en caso de sospechar o ser víctima de una estafa virtual;

f) medios de denuncia.

Capítulo III

Verificación de Cuentas y Medios de Comunicación Oficiales

Artículo 9°.- Verificación de Cuentas Oficiales. Los organismos estatales, dependencias del Estado provincial y empresas con participación mayoritaria del Estado deberán implementar las máximas medidas para la verificación de sus perfiles en redes sociales y medios de comunicación, de acuerdo con las que posea cada plataforma. Asegurando que los usuarios puedan identificar con certeza que se están comunicando con un medio oficial. Esto incluirá, pero no se limitará a la obtención de insignias de verificación oficiales, autenticación de dos factores y cualquier otra medida de seguridad pertinente.

Cada cuenta oficial deberá mostrar de manera clara y visible su condición de cuenta verificada, utilizando insignias, etiquetas y otros indicadores proporcionados por la plataforma. Además, deberán proporcionar información detallada de contacto y enlaces a sitios web oficiales para facilitar la confirmación de su autenticidad.

Artículo 10.- Reporte de cuentas falsas. Los organismos estatales, dependencias del Estado provincial y empresas con participación mayoritaria del Estado deberán establecer mecanismos para que los ciudadanos puedan reportar cuentas falsas o sospechosas que se hagan pasar por entidades oficiales. Estos reportes serán investigados y se tomarán las medidas necesarias para eliminar dichas cuentas y prevenir futuros fraudes.

Artículo 11.- Publicación de Medios Oficiales de Contacto. Cada organismo o dependencia, así como las

empresas mencionadas en artículos precedentes, deberán destinar un espacio claro y visible en sus sitios web para especificar los medios de comunicación oficiales y habilitados, así como los trámites y gestiones que se pueden realizar a través de estos medios.

Artículo 12.- Colaboración con plataformas. La Autoridad de Aplicación coordinará acciones con las plataformas de redes sociales y otros medios de comunicación para facilitar el proceso de verificación de cuentas y garantizar que las entidades oficiales puedan acceder a las mejores prácticas y tecnologías disponibles para proteger sus perfiles.

Capítulo IV

Registro Provincial de Medios Oficiales de Contacto a los Consumidores

Artículo 13.- Creación del Registro. Créase el Registro Provincial de Medios Oficiales de Contacto a los Consumidores, en el que se inscribirán datos oficiales de contacto con el propósito de facilitar la verificación de los consumidores ante un contacto en particular. La puesta en funcionamiento, administración y mantenimiento del Registro será responsabilidad de la Autoridad de Aplicación, la cual garantizará su operatividad, actualización y seguridad.

Artículo 14.- Accesibilidad. El Registro será accesible de manera pública y gratuita a través de una plataforma digital, permitiendo a los consumidores verificar la autenticidad de los medios de contacto de las empresas e instituciones registradas.

Artículo 15.- Inscripción obligatoria. Todos los organismos públicos de la Provincia del Chubut, sus dependencias, y las empresas con participación mayoritaria del Estado provincial deberán inscribir obligatoriamente sus datos oficiales de contacto en el Registro Provincial de Medios Oficiales de Contacto a los Consumidores.

Artículo 16.- Inscripción voluntaria. Las empresas e instituciones interesadas podrán inscribir voluntariamente sus datos oficiales de contacto, incluyendo direcciones de correo electrónico, números de teléfono, cuentas de redes sociales verificadas y otros medios de comunicación autorizados.

Artículo 17.- Validación de datos. La Autoridad de Aplicación realizará procesos de validación y verificación de los datos de contacto inscriptos, asegurando su autenticidad y confiabilidad. Se implementarán medidas técnicas y de seguridad para proteger la integridad del Registro y prevenir fraudes.

Artículo 18.- Promoción de uso. La Autoridad de Aplicación promoverá activamente el uso del Registro entre las empresas e instituciones, destacando los beneficios de la inscripción y la importancia de la transparencia en la comunicación con los consumidores.

Capítulo V

Registro de Validación de Promociones Virtuales

Artículo 19.- Creación del Registro. Créase el Registro de Validación de Promociones Virtuales, donde las empresas e instituciones podrán registrar las promociones vigentes con el objetivo de proporcionar un mecanismo confiable para que los consumidores pue-

dan verificar la autenticidad y veracidad de las promociones ofrecidas por empresas e instituciones.

La creación, implementación, administración y mantenimiento del Registro de Validación de Promociones Virtuales será responsabilidad exclusiva de la Autoridad de Aplicación. Esta se encargará de asegurar la operatividad, actualización y seguridad del Registro.

Artículo 20.- Inscripción. Las empresas e instituciones podrán registrar voluntariamente sus promociones vigentes en este Registro. Cada promoción registrada deberá incluir información detallada sobre los términos y condiciones, duración, productos o servicios involucrados, y cualquier otro dato relevante que permita su correcta identificación y verificación. La plataforma indicará de forma clara si la promoción se encuentra o no vigente al momento de la consulta.

Artículo 21.- Código único y consulta. Cada promoción registrada en el Registro de Validación de Promociones Virtuales generará un código único de identificación. Este código será generado automáticamente por el sistema del Registro y servirá como un identificador único para cada promoción registrada.

Los consumidores podrán consultar la validez de una promoción utilizando el código único generado. La plataforma digital del Registro permitirá una búsqueda fácil y rápida utilizando este código, proporcionando información precisa sobre la promoción registrada y sus condiciones.

Artículo 22.- Accesibilidad. La plataforma del Registro será accesible públicamente a través de medios digitales, garantizando que los consumidores puedan verificar las promociones de manera gratuita y sin restricciones. La información estará disponible de manera clara y comprensible para facilitar su consulta.

Artículo 23.- Deber de informar. Las empresas e instituciones serán responsables de mantener actualizada la información de las promociones registradas. Deberán informar cualquier modificación o finalización de una promoción a la Autoridad de Aplicación, actualizando los datos correspondientes en un plazo no mayor a diez (10) días hábiles desde que se produzca el cambio.

Artículo 24.- Promoción de uso. La Autoridad de Aplicación desarrollará programas de educación y concientización dirigidos a los consumidores sobre la importancia de verificar las promociones a través del Registro, promoviendo su uso y fomentando una cultura de consumo responsable e informado entre los ciudadanos.

Capítulo VI

Plataforma de Protección del Consumidor

Artículo 25.- Creación de la Plataforma. La Plataforma de Protección del Consumidor integrará de manera centralizada y accesible los Registros de Validación de Promociones Virtuales y de Medios Oficiales de Contacto a los Consumidores creados por esta ley. Facilitará a los consumidores el acceso rápido y eficiente a la información actualizada sobre promociones verificadas y canales oficiales de contacto con empresas e instituciones.

Artículo 26.- Información. La Plataforma incluirá sec-

ciones dedicadas a la sensibilización y prevención de estafas en el ámbito virtual. Se difundirá información actualizada sobre las modalidades más comunes de estafas y consejos prácticos para evitar ser víctima de fraudes. Además se implementarán campañas educativas periódicas en la plataforma, dirigidas tanto a consumidores como a empresas e instituciones registradas, promoviendo buenas prácticas comerciales y el uso responsable de la tecnología.

Artículo 27.- Acceso. La Plataforma será de acceso público y gratuito para todos los ciudadanos de la Provincia del Chubut. Estará disponible las 24 horas del día a través de medios digitales, garantizando la disponibilidad y accesibilidad desde cualquier dispositivo conectado a internet. Se asegurará que la información contenida en la Plataforma sea clara, comprensible y actualizada, facilitando su consulta por parte de los consumidores y promoviendo una mayor transparencia en las relaciones comerciales.

Artículo 28.- Actualización y mantenimiento. La Autoridad de Aplicación será responsable del mantenimiento continuo y la actualización de la Plataforma de Protección del Consumidor. Se implementarán medidas técnicas y administrativas para garantizar la precisión y veracidad de la información disponible. Se establecerán procedimientos claros para la corrección de errores y la actualización periódica de los datos contenidos en la Plataforma, asegurando su relevancia y utilidad para los consumidores.

Capítulo VII

Gestión del Riesgo y Asistencia asociado a las Estafas Virtuales

Artículo 29.- Línea Telefónica de Asistencia. La Autoridad de Aplicación habilitará una línea telefónica que brindará orientación a las víctimas de estafas virtuales.

Los operadores de la línea estarán capacitados para ofrecer orientación técnica sobre medidas inmediatas a tomar para minimizar el impacto de la estafa, así como para proporcionar apoyo emocional considerando el impacto psicológico que estas situaciones pueden generar en las víctimas.

Además de la orientación inicial, la línea proporcionará información detallada sobre los recursos disponibles para resolver la situación, incluyendo la dirección de instituciones especializadas, contactos de servicios de apoyo y la guía para realizar denuncias formales ante las autoridades competentes.

Artículo 30.- Seguridad. Se adoptarán todas las medidas necesarias para asegurar la seguridad de quienes se comuniquen a través de esta línea, estableciendo protocolos para la debida verificación de la autenticidad de las comunicaciones.

Artículo 31.- Protocolos de actuación. La reglamentación establecerá cuáles serán los cursos de acción preestablecidos para la orientación efectiva de las víctimas de estafas en el ámbito virtual.

Capítulo VIII

Participación del Sector Privado

Artículo 32.- Invitación a Cámaras de Industria y Comercio. Se invita a las distintas cámaras de industria

y comercio de la Provincia a implementar medidas de prevención, difundir material informativo y registrar sus medios oficiales de contacto y promociones en los sistemas creados por esta ley, con el fin de garantizar la protección de los usuarios y consumidores.

Artículo 33.- Capacitación. La Autoridad de Aplicación, junto a otras áreas de gobierno vinculadas a la industria y el comercio, promoverán capacitaciones en colaboración con las Cámaras de Industria y Comercio sobre seguridad en el comercio electrónico y protección del consumidor.

Artículo 34.- Certificado de buenas prácticas. La Autoridad de Aplicación, otorgará a las empresas que participen activamente en el cumplimiento de la presente ley un certificado de buenas prácticas en materia de protección al consumidor y seguridad en el comercio electrónico. Será requisito mínimo para el otorgamiento del presente certificado que la empresa se inscriba en ambos Registros creados por la presente ley.

Capítulo IX

Denuncia y Persecución de Estafas

Artículo 35.- Mecanismos de Denuncia. La Autoridad de Aplicación y el Ministerio Público Fiscal establecerán un protocolo de coordinación interinstitucional para el tratamiento de las denuncias por estafas virtuales en el marco de la normativa vigente. Este protocolo incluirá mecanismos para la recepción conjunta de denuncias, la investigación colaborativa y el intercambio ágil de información relevante para la persecución de los delitos.

Artículo 36.- Capacitación especializada. El Ministerio Público Fiscal implementará programas de capacitación especializada para fiscales y personal judicial en el manejo de casos de estafas virtuales. Estos programas incluirán formación en técnicas de investigación digital, recopilación de evidencia electrónica y procedimientos para la protección de la privacidad y seguridad de los datos durante las investigaciones.

Artículo 37.- Cooperación. La Provincia del Chubut promoverá la cooperación con otras jurisdicciones de la República Argentina, así como también con el Gobierno Nacional en materia de persecución de delitos de estafa virtual, estableciendo mecanismos de intercambio de información y colaboración. Se buscará fortalecer la capacidad investigativa y judicial a través de acuerdos bilaterales y multilaterales.

Capítulo X

Disposiciones Finales

Artículo 38.- Reglamentación. El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley en un plazo no mayor a noventa (90) días desde su promulgación.

Artículo 39.- Invitación. Invítese a los Municipios de la Provincia del Chubut a adherir a la presente y generar legislación local para la protección de los consumidores ante estafas en el ámbito virtual.

Artículo 40.- LEY GENERAL. Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DE LA HONORABLE LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DEL CHUBUT, A LOS VEINTIDOS DÍAS DEL MES DE MAYO DE DOS MIL VEINTICINCO.

Dr. GUSTAVO MENNA
Presidente
Honorable Legislatura del Chubut

MARÍA LIGIA MORELL
Secretaría Legislativa
Honorable Legislatura de la
Provincia del Chubut

Decreto Nº 622
Rawson, 05 de junio de 2025

VISTO Y CONSIDERANDO:

El proyecto de ley referente a establecer un marco normativo integral para la protección de los consumidores ante maniobras de estafas en ámbito virtual; sancionado por la Honorable Legislatura de la Provincia del Chubut el día 22 de mayo de 2025, y la facultad que otorga al Poder Ejecutivo el artículo 140º de la Constitución Provincial;

POR ELLO:

Téngase por Ley de la Provincia: III Nº 55
Cúmplase, comuníquese y oportunamente publíquese en el Boletín Oficial.

Lic. IGNACIO AGUSTÍN TORRES
Dr. VICTORIANO ERASO PARODI

SUSTITÚYASE EL ARTÍCULO 8º DE LA LEY VII Nº 22

LEY VII Nº 102

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DEL CHUBUT
SANCIONA CON FUERZA DE LEY

Artículo 1º.- Sustitúyase el artículo 8º de la Ley VII Nº 22, el que quedará redactado de la siguiente manera:

«Artículo 8º. Vía de Apremio. Firme la resolución sancionatoria, a falta de cumplimiento de ésta, la Dirección General de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios remitirá la misma a la Agencia de Recaudación de la Provincia del Chubut (ARECH) para promover su cobro judicial por vía de apremio, sirviendo de suficiente título la copia certificada del referido instrumento.»

Artículo 2º.- LEY GENERAL. Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DE LA HONORABLE LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DEL CHUBUT, A