ARA

Precios por vigilancia en los comestibles de Nueva Jersey

Información vigente al 9 de noviembre de 2026

LO ESENCIAL

A partir del 1 de agosto de 2027, ninguna persona o empresa podrá fijar ni variar el precio de los comestibles en Nueva Jersey con base en los datos personales de un comprador. La Ley de Protección de Precios Justos (Fair Price Protection Act), P.L.2026, c.55, fue aprobada el 23 de julio de 2026, pero su prohibición aún no está vigente. Los descuentos de programas de lealtad y los descuentos para grupos siguen siendo lícitos si cumplen las condiciones de la ley. La hace cumplir la Fiscalía General; si los compradores también pueden demandar es una cuestión abierta.

Lo que exige la ley

Prohibido fijar precios con datos personales. La Ley convierte en práctica ilícita, conforme a la Ley de Fraude al Consumidor de Nueva Jersey, fijar o cambiar el precio de los comestibles con base, total o parcialmente, en datos personales: información vinculada o razonablemente vinculable a un comprador identificable, incluidos los datos inferidos. Obliga a cualquier persona o empresa, de cualquier tamaño, y abarca productos de papel, de limpieza, de salud y belleza y para mascotas, además de alimentos, pero no la comida preparada para consumo inmediato, como las comidas de restaurante.

Lo que sigue siendo lícito. Los precios aún pueden variar según el costo razonable de atender a distintos clientes, con un máximo de un cambio cada 24 horas. Los descuentos abiertos a un grupo amplio, como maestros o veteranos, siguen siendo lícitos si las reglas de elegibilidad son públicas y se aplican de manera uniforme. Los descuentos de lealtad siguen siendo lícitos si los compradores se inscriben voluntariamente, todos los miembros reciben las mismas condiciones y el programa divulga sus descuentos y sus prácticas de datos.

Etiquetas electrónicas de estantería. A partir del 1 de febrero de 2027, se suspende por un año el nuevo uso de etiquetas electrónicas de estantería, las etiquetas digitales de precios en los estantes, aunque las existentes pueden repararse o reemplazarse; la Autoridad de Innovación debe estudiarlas e informar a más tardar el 1 de agosto de 2027.

Lo que no hace. Las tiendas no están obligadas a informar a los compradores que un precio fue personalizado ni a conservar registros de precios, y la Ley no aborda cómo se paga a los trabajadores de supermercados o de reparto.

Lo que está vigente y lo que sigue pendiente

La Ley entra en vigor por etapas. Según el cálculo del informe, el requisito del estudio entró en vigor el 23 de julio de 2026, la suspensión de las etiquetas va del 1 de febrero de 2027 al 1 de febrero de 2028, y la prohibición y la facultad de la Fiscalía General para demandar comienzan el 1 de agosto de 2027. La División de Asuntos del Consumidor puede dictar reglamentos, pero no está obligada a hacerlo; el informe no encontró ninguno propuesto al 9 de noviembre de 2026.

La principal cuestión abierta es si los compradores pueden demandar. La Ley no otorga ni prohíbe demandas de los compradores, y ninguna decisión examinada en el informe resuelve si quien demuestre una pérdida cuantificable puede demandar conforme a la Ley de Fraude al Consumidor, que concede el triple de los daños y los honorarios de abogados; el informe expone el argumento más sólido de cada parte sin predecir la respuesta. Este resumen trata toda afirmación sobre los efectos de la prohibición como una proyección.

Las cifras detrás de la ley

En cifras. Estos datos provienen de registros legislativos, agencias federales y estatales y una investigación publicada, citados en su totalidad en el informe:

51 a 20	**La votación final en la Asamblea General el 30 de junio de 2026,** con 8 miembros sin votar y 1 abstención. El Senado aprobó el proyecto 22 a 14 el mismo día, con 4 sin votar.
0 de 16	**Documentos del expediente de aprobación de la ley que citan un estudio, conjunto de datos, encuesta o comparación de precios sobre la práctica que prohíbe.** La cifra describe los documentos, no lo que sabían los legisladores.
3 de 4	**Alrededor de tres de cada cuatro productos se ofrecieron a precios distintos a distintos compradores en Instacart** en una prueba de septiembre de 2025 de Consumer Reports y Groundwork Collaborative, con diferencias de hasta un 23 por ciento por artículo. No se estableció si los datos personales determinaron esos precios, y Consumer Reports informó después que Instacart dejó de ofrecer la tecnología.
739,593	**Personas que recibían beneficios de alimentos de SNAP en Nueva Jersey en junio de 2026,** en 402,893 hogares, según el recuento de la División de Desarrollo Familiar del estado. Ninguna fuente mide los precios de los comestibles que pagan.
$11.3 millones	**Fondos estatales para la División de Asuntos del Consumidor en el presupuesto del año fiscal 2027,** sin una partida para esta Ley. Las seis estimaciones fiscales legislativas califican el costo y los ingresos de la ley como “indeterminados”.

Lo que está en juego es mayor para los hogares con poco margen en su presupuesto de alimentos, incluidos unos 1.5 millones de personas que, según el recuento de 2020, vivían en las 50 zonas que el estado designó como desiertos alimentarios. La ley no menciona a ninguno de estos grupos, y la investigación no coincide en si los compradores sensibles al precio ganan o pierden. Lo que ofrece a todo comprador es divulgación: los programas de lealtad que se acojan a la excepción deben publicar sus condiciones y prácticas de datos.

Los dos lados de la cuestión

En coherencia con el mandato no partidista de ARA, el informe presenta los argumentos a favor y en contra en igualdad de condiciones. **Los partidarios**, entre ellos la Gobernadora, la Fiscalía General y el sindicato United Food and Commercial Workers, respaldan la ley como una forma de impedir que los precios de los comestibles se fijen con los datos personales de los compradores; el New Jersey Institute for Social Justice advirtió que esa práctica podría agravar las dificultades económicas de las comunidades de bajos ingresos y las comunidades de color. **Los críticos**, entre ellos el New Jersey Food Council, NetChoice, Chamber of Progress y la New Jersey Business and Industry Association, advierten de menos descuentos, precios más altos, la pérdida de programas de lealtad y definiciones vagas; ninguno ofreció una cifra de costos, y algunos describieron disposiciones que luego se eliminaron del proyecto. **La evidencia disponible** conlleva una advertencia para ambas partes: los economistas concluyen que los precios personalizados pueden beneficiar o perjudicar a los compradores según el mercado, y ningún estudio ha medido si los precios de los comestibles en Nueva Jersey se personalizan en absoluto. El informe expone ambos conjuntos de hechos y deja que los lectores los sopesen.

La situación en Nueva Jersey

La ley aún no se aplica. En los registros examinados no aparece ninguna acción de cumplimiento, demanda, reglamento ni informe del estudio conforme a la Ley. La prohibición comienza el 1 de agosto de 2027, que es también la fecha límite del informe de la Autoridad de Innovación.

Ningún tribunal se ha pronunciado sobre una prohibición como esta. En octubre de 2025, un juez federal desestimó una impugnación basada en la Primera Enmienda contra la ley de Nueva York que exige un aviso en los precios fijados por un algoritmo con datos personales; el tribunal de apelaciones celebró la audiencia oral el 19 de octubre de 2026 y, al 9 de noviembre de 2026, no se había pronunciado. Nueva York exige divulgación, mientras que Nueva Jersey prohíbe la práctica.

No hay una norma federal aplicable. Ninguna ley federal examinada aborda los precios al consumidor fijados con datos personales. La declaración de política de agosto de 2026 de la Comisión Federal de Comercio es una propuesta no vinculante; el período de comentarios públicos cerró el 25 de septiembre de 2026 y, al 9 de noviembre de 2026, no se había emitido una versión final. En octubre de 2026, la Comisión también inició un estudio sobre si nueve empresas, entre ellas Instacart, Target y Walmart, usan datos personales para fijar sus precios y de qué manera lo hacen; en el caso de las empresas de transporte compartido y de reparto de comida, el estudio abarca también la remuneración de sus trabajadores. Es un estudio para recopilar información, no una norma. Tres proyectos de ley en el Congreso, uno copatrocinado por el senador Booker de Nueva Jersey, no han avanzado más allá del comité.

Otros estados, y una ciudad, también actúan. La ley de Maryland entró en vigor el 1 de octubre de 2026, y la de Connecticut entrará en vigor el 1 de julio de 2027; ambas prohíben las demandas privadas. Seattle adopta otro enfoque: su ordenanza, cuyas normas entrarán en vigor el 1 de septiembre de 2027, impedirá que los grandes supermercados y los servicios de reparto de comestibles ajusten los precios con base en el rastreo o el análisis de la información personal de los compradores, y permitirá que quienes sufran un perjuicio por una infracción presenten una demanda contra los supermercados más grandes, las tiendas grandes que venden comestibles y los servicios de reparto. La legislatura de Nueva York aprobó una prohibición en junio de 2026, pero, al 9 de noviembre de 2026, el informe no encontró constancia de que el proyecto se hubiera enviado a la gobernadora de Nueva York ni de que ella hubiera actuado al respecto.

Una medida práctica antes de que comience la prohibición

Si compra comestibles en línea o usa una tarjeta de lealtad de una tienda, guarde los recibos y capturas de pantalla fechadas de los precios que se le muestran: la ley no obliga a las tiendas a revelar precios personalizados ni a conservar registros de precios, por lo que cualquier reclamación futura probablemente dependería de registros como estos. Los supermercados y servicios de reparto, incluidas las tiendas independientes pequeñas, deben revisar sus precios y descuentos frente a las tres excepciones de la ley antes del 1 de agosto de 2027. El texto de la ley está en la página del proyecto A4085/4523 de la Legislatura, en njleg.state.nj.us, y la División de Asuntos del Consumidor publica sus propuestas de reglamento en njconsumeraffairs.gov.

Acerca de este resumen. Agard Research Associates Inc. (ARA) es un instituto de investigación no partidista y sin fines de lucro de Nueva Jersey. Este documento resume el informe completo de ARA, New Jersey’s Prohibition on Surveillance Pricing of Groceries (septiembre de 2026, actualizado en noviembre de 2026, en inglés), que contiene las citas completas de todas las cifras anteriores. No apoya ni se opone a ningún partido, candidato ni legislación, y es información general, no asesoría legal. Versión 1.2, noviembre de 2026.

Precios por vigilancia en los comestibles de Nueva Jersey © 2026 por Agard Research Associates Inc. tiene licencia CC BY-NC-ND 4.0. Para ver una copia de esta licencia, visite https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/