



Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques

XXI REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR **Parlatino**

República de Panamá 25 y 26 de marzo 2014.



Parlamento Latinoamericano
Secretaría de Comisiones

Serie

América Latina y El Caribe

72



XXI REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR DEL PARLAMENTO LATINOAMERICANO

PANAMÁ, PANAMÁ
25 y 26 de marzo de 2014

Serie América Latina

**XXI REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DEFENSA
DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR DEL PARLAMENTO
LATINOAMERICANO**

CONTENIDO

I. INFORMACIÓN GENERAL

II. PROGRAMA

III. RESUMEN EJECUTIVO

IV. OBJETIVOS

V. EL PARLAMENTO LATINOAMERICANO

**VI. PERFIL DEL DIPUTADO JAIME DELGADO, PRESIDENTE DE LA
COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DEFENSA DEL USUARIO Y DEL
CONSUMIDOR DEL PARLATINO**

**VII. ACTA XX REUNIÓN DE LA COMISIÓN PERMANENTE DE SERVICIOS
PÚBLICOS Y DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR**

**VIII. SÍNTESIS DEL PROYECTO DE LEY MARCO SOBRE COMERCIO
ELECTRÓNICO DEL PARLAMENTO LATINOAMERICANO**

IX. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO

**X. SÍNTESIS DEL PROYECTO DE LEY SOBRE TRASTORNOS
ALIMENTARIOS Y PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD MÓRBIDA**

**XI. SÍNTESIS DE LA LEY MODELO DE CONSUMERS INTERNATIONAL
PARA LA PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE
AMERICA LATINA Y EL CARIBE**

XII. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN MÉXICO

XIII. ANEXOS

- **PROYECTO DE LEY MARCO SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO
APROBADO POR LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL USUARIO Y DEL
CONSUMIDOR DEL PARLATINO**
- **PROYECTO DE LEY SOBRE TRASTORNOS ALIMENTARIOS Y
PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD MÓRBIDA**
- **LEY MODELO DE CONSUMERS INTERNATIONAL PARA LA
PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE
AMERICA LATINA Y EL CARIBE. ENVIADA POR EL PRESIDENTE
DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS DEL PARLATINO**

- **PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. ENVIADA POR EL PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS DEL PARLATINO**

I. INFORMACIÓN GENERAL

EMBAJADA DE MÉXICO EN PANAMÁ

Embajadora **ALEJANDRA MARÍA GABRIELA BOLOGNA ZUBIKARAI**

Domicilio: Edificio P.H. Torre ADR. Piso 10 Av. Samuel Lewis y Calle 58 Urbanización Obarrio, Corregimiento de Bellavista. Panamá, República de Panamá.

Teléfono: (507) 263-4900, 263-2159, 263-5327, 263-7423, 263-6715 Conm.

Fax: (507) 263-5446, 263-6633

E-mail: **embamexpan@cwpanama.net**

II. PROGRAMA

XXI REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR PARLAMENTO LATINOAMERICANO

*Ciudad de Panamá, República de Panamá –
25 y 26 de marzo de 2014*

*Lugar de la reunión: Sede Permanente del Parlamento Latinoamericano
Av. Principal de Amador*

AGENDA

HORARIO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE / OBSERVACIONES
LUNES 24 DE MARZO		
	Llegada de los Parlamentarios, Traslado al hotel	Dirección de protocolo
MARTES 25 DE MARZO		
08:30 hs	Traslado de los legisladores a la Sede Permanente del Parlamento Latinoamericano, Av. Principal de Amador	Dirección de protocolo
09:00	INICIO DE LOS TRABAJOS DESIGNACIÓN DE UN LEGISLADOR COMO SECRETARIO REDACTOR Tema I. Revisión de la Ley Marco de Comercio Electrónico.	
11:15	<i>Receso para café</i>	
11:30	Continuación de los trabajos Debate	
13:00	<i>Almuerzo</i>	

HORARIO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE / OBSERVACIONES
14:30	Continuación de los trabajos	
16:00	<i>Receso para café</i>	

HORARIO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE / OBSERVACIONES
MIÉRCOLES 26 DE MARZO		
08:30 hs	Traslado del hotel al Lugar de la Reunión:	Dirección de Protocolo
09:00	Tema II Obesidad y sobrepeso	
11:00	<i>Receso para café</i>	
11:30	Tema III El Derecho Humano a la protección del consumidor y su regulación en las Constituciones de los países de Latinoamérica.	
	Continuación de los trabajos: Fin de la jornada Acuerdos y puntos a tratar en la próxima reunión Lectura y aprobación del Acta FIRMAS.	

III. RESUMEN EJECUTIVO

El PARLATINO, por su carácter representativo de todas las tendencias políticas existentes en los cuerpos legislativos participantes, se ha conformado como un foro plural, democrático y transparente con la capacidad de promover, armonizar y canalizar el movimiento hacia la integración de Latinoamérica y El Caribe.

Para poder cumplir con los propósitos que busca el PARLATINO, es necesario fomentar el desarrollo económico y social de la comunidad latinoamericana y pugnar porque alcance la plena integración económica, política, social y cultural de sus pueblos; así como estudiar, debatir y formular políticas de solución a los problemas sociales, económicos, culturales y de política exterior de la comunidad latinoamericana.

La Comisión de Servicios Públicos del Parlatino, los días 25 y 26 de marzo de 2014 se reunirá para abordar tres temas.

El primero de ellos es la revisión de la Ley Marco de Comercio Electrónico, cuyo objetivo es el establecimiento de un marco jurídico que se pueda aplicar a los actos de comercio realizados a través de medios electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por cualquier medio electrónico, con la intención de incrementar su competitividad bajo ciertos estándares de seguridad. Ello con la finalidad de fomentar la integración de la economía de los países de América Latina y el Caribe.

Asimismo, la Ley regulará la oferta y contratación de bienes y servicios por medios electrónicos, informando sobre los derechos de los usuarios o consumidores, la validez y eficacia de los contratos, las obligaciones de los prestadores de bienes y servicios y sus códigos de conducta, así como las infracciones y el régimen sancionador.

El segundo tema se refiere al proyecto de Ley Marco sobre Trastornos Alimentarios y Prevención de la Obesidad Mórbida. En cuanto a la obesidad mórbida hay que tomar en cuenta al índice de masa corporal, que es la medida que relaciona el peso y la estatura de una persona para calcular justamente si tiene o no sobrepeso; se calcula mediante una fórmula sencilla que es dividiendo el peso entre la estatura al cuadrado. En este sentido, el Índice de Masa Corporal, de las personas que cuentan con obesidad mórbida es de más de 40 kg.

Finalmente, el tema tres versa sobre la Ley Modelo del Consumidor que fue impulsada por la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) conjuntamente con Consumer's International y los representantes de los gobiernos, que han tenido una activa y prioritaria responsabilidad en la aplicación y desarrollo de esta Ley.

Hay que mencionar que el objetivo de la Ley está dirigido a defender los derechos fundamentales de los consumidores de bienes y servicios y el Estado está obligado a proveer protección a estos derechos mediante la promulgación

de leyes de protección y la aplicación de políticas que favorezcan el acceso universal al consumo de los bienes y servicios esenciales.

IV. OBJETIVOS

- Conocer el Proyecto de Ley Marco sobre Comercio Electrónico, y contribuir con los comentarios sobre la experiencia mexicana.
- Discutir y aprobar la Ley Marco de Comercio Electrónico.
- Contribuir al debate sobre la protección al consumidor con base en el documento sobre “El Derecho Humano a la protección del consumidor y su regulación en las Constituciones de los países de Latinoamérica” que presentará el Diputado Jaime Delgado, Presidente de la Comisión de Servicios Públicos.
- Presentar la experiencia mexicana en la cuestión de la Protección del Consumidor.
- Revisar y discutir el Proyecto de Ley Marco sobre Trastornos Alimentarios y Prevención de la Obesidad Mórbida, presentado por el Diputado Ricardo Planchon de Uruguay.

V. EL PARLAMENTO LATINOAMERICANO¹

Entre los foros parlamentarios regionales de América Latina y El Caribe, destaca por su activismo el Parlamento Latinoamericano (Parlatino), constituido el 7 de diciembre de 1964, en la ciudad de Lima, Perú e integrado por los Parlamentos nacionales de América Latina cuyos países suscribieron el Tratado de Institucionalización, el 16 de noviembre de 1987, en Lima -Perú, y aquellos cuyos Estados se adhirieron posteriormente.

Por su carácter representativo de todas las tendencias políticas existentes en los cuerpos legislativos participantes, el Parlatino se ha conformado como un foro plural, democrático y transparente con la capacidad de promover, armonizar y canalizar el movimiento hacia la integración de Latinoamérica y El Caribe.

Desde su fundación el Parlamento Latinoamericano tuvo su sede permanente en Sao Paulo, Brasil. Pero en 2007, el gobierno del Estado de Sao Paulo decidió retirar el apoyo para su funcionamiento y actualmente la sede se encuentra en la Ciudad de Panamá, Panamá, en donde, de conformidad con el Acuerdo de Sede entre el Parlamento Latinoamericano y el Gobierno de la República de Panamá, suscrito el 27 de agosto de 2007, que entró en vigencia el 19 de enero de 2008, tiene el estatus y los privilegios e inmunidades correspondientes a su calidad de Sujeto con personería jurídica internacional.

Participación de México

Miembro desde 1987, el Congreso Mexicano ha presidido en dos ocasiones al Parlatino: la primera del 25 de abril de 1977 al 16 de julio de 1979, con el Diputado Augusto Gómez Villanueva, quien renunció durante su primer año y fue sustituido por el Diputado y Presidente Alterno Víctor Manzanilla Schaffer (México). La segunda ocasión en que México presidió el organismo fue del 18 de marzo de 2000 al 8 de noviembre de 2002, con la entonces Senadora Beatriz Paredes Rangel.

Durante la LX y la LXI Legislaturas, México ocupó tres lugares en la Junta Directiva: la Secretaría de Comisiones y la Secretaría General, a través de la Senadora María de los Ángeles Moreno Uriegas, y la Vicepresidencia por México que ocupó el Senador Jorge Ocejo Moreno. Asimismo, en las 13 comisiones de trabajo con que cuenta el Parlatino, participó una delegación de 125 legisladores mexicanos, 59 Senadores y 66 Diputados.

Actualmente, México ocupa la Secretaría General del Parlatino a través de la Senadora Blanca Alcalá Ruíz; la Vicepresidencia por México la ocupa la Senadora Mariana Gómez del Campo.

¹ Nota elaborada por el Centro de Estudios Internacionales "Gilberto Bosques"

Comisión de Servicios Públicos, Defensa del Usuario y del Consumidor

Según el Reglamento del Parlatino, esta Comisión tiene la tarea de discutir lo relativo al desarrollo de las estructuras que, en el marco de la vida ciudadana, tiendan a garantizar la prestación y la regulación de los servicios básicos.

Otra de las finalidades que tiene la Comisión es dar a conocer la existencia de una nueva generación de derechos humanos, principalmente poniendo énfasis en los consumidores y usuarios. Asimismo tiene la obligación de trabajar en la adopción, por parte de los Congresos miembros, de un código único del consumidor en América Latina, disponiendo en este marco legal los principios, criterios, obligaciones y derechos que habrán de ser tenidos en cuenta por los poderes públicos. Igualmente, la Comisión tiene como cometido hacer propuestas para la resolución de conflictos de servicios públicos y sugerir políticas dirigidas a los consumidores en los acuerdos de integración y libre comercio. Especialmente se ocupa del acceso al agua potable y a los servicios sanitarios de parte de todos los ciudadanos, así como a temas relacionados con la infraestructura de energía y el cobro abusivo en las tarifas.

**VI. DIPUTADO JAIME DELGADO
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DEFENSA
DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR DEL PARLATINO**



Estudió Derecho en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa y Administración de Empresas.

En 1984, creó la primera institución de defensa del consumidor de Perú llamada Asociación de Protección del Consumidor.

Es impulsor de la primera Ley de Protección del Consumidor, cuyo objetivo es brindar un marco legislativo apropiado a las relaciones entre proveedores y consumidores.

Fue nombrado presidente de la Comisión Multisectorial encargada de elaborar el Proyecto de Ley de Protección del Consumidor, que luego sirvió de base para aprobar el Decreto Legislativo 716 (Normas para la Protección del Consumidor).

Formó la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC), como una institución sin fines de lucro y de promoción de los derechos ciudadanos.

Es uno de los principales impulsores del nuevo Código de Protección y Defensa de los Consumidores aprobado mediante la ley 29571.

Fue promotor y coordinador general del Consejo Latinoamericano y del Caribe de Organizaciones de Consumidores que agrupa a 26 organizaciones de defensa del consumidor de estos países, así como coordinador del Grupo Andino de Consumidores que agrupa a las organizaciones de Bolivia, Colombia, Ecuador, Chile, Perú y Venezuela.

Se ha desempeñado como docente a nivel universitario (Universidad San Agustín de Arequipa, Federico Villareal, Pacífico, Católica y actualmente en la Universidad San Martín de Porres).

En la Administración Pública, fue Vice Ministro de Comercio. En este cargo mostró siempre el interés por sentar las bases jurídicas para un ordenamiento legislativo acorde con los intereses del consumidor.

Jaime Delgado fue elegido congresista por Lima con una de las más altas votaciones del país durante las elecciones del año 2011.

VII. ACTA
XX REUNIÓN
DE LA COMISIÓN PERMANENTE DE SERVICIOS PÚBLICOS Y DEFENSA
DEL USUARIO Y
EL CONSUMIDOR

País: República de Costa Rica

Fecha: 29 y 30 de agosto de 2013.

Lugar: Salón de Beneméritos de la Asamblea Legislativa
San José, Costa Rica.

En la ciudad de San José, República de Costa Rica, los días 29 y 30 de agosto del año 2013, se reúnen los parlamentarios miembros de la Comisión Permanente de Servicios Públicos y Defensa del Usuario y el Consumidor del Parlatino:

LEGISLADORES	PAÍS
SEN. MARIA DE LOS ANG. HIGONET	ARGENTINA
DIP. MEZOTH JOSÉ SHIRIQUI	BOLIVIA
DIP. VANDERLEI MACRIS	BRASIL
DIP. RITA CHAVES CASANOVA	COSTA RICA
DIP. MARÍA AUGUSTA CALLE	ECUADOR
DIP. JENNY AZUCENA MARTÍNEZ GÓMEZ.	NICARAGUA
SEN. ADOLFO ROMERO LAINAS	MEXICO

LEGISLADORES	PAÍS
DIP. JAIME RICARDO DELGADO ZEGARRA	PERU
DIP. RICARDO PLANCHON	URUGUAY
DIP. HORACIO YANES	URUGUAY
DIP. JOSÉ RAMÓN SÁNCHEZ	VENEZUELA
DIP. LUIS AQUILES MORENO	VENEZUELA

Introducción

El Presidente de la Comisión Permanente de Servicios Públicos y Defensa del Usuario y el Consumidor, diputado Jaime Ricardo Hernández da la bienvenida a los diputados miembros de las delegaciones que se incorporan a la comisión.

Se inicia un período de análisis de la agenda en virtud de que se redujo el tiempo para abordar los temas, debido al Foro sobre *“Políticas Públicas para la Alimentación Saludable en América Latina”*, que fue la primera parte de la sesión.

La diputada de Ecuador Augusta Calle y el diputado Horacio Yanes coinciden en la necesidad de enfocarse en la Ley Marco de Comercio Electrónico.

La diputada Rita Chaves se refirió a que una de las razones fundamentales de la realización del Foro, fue la necesidad de eliminar del pensamiento de las personas que, el participar en este tipo de reuniones, es “turismo parlamentario”, por lo que hay que trabajar y evitar así ese etiquetado.

TEMAS A TRATAR

- **FORO INTERNACIONAL:**

“Políticas Públicas para la Alimentación Saludable en América Latina”

Lugar: Salón de ex Presidentes de la República – Asamblea Legislativa de Costa Rica; Costado Sur del Parque Nacional, San José

- **TEMA I: PROYECTO LEY MARCO SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO**

Ponente: Jaime Delgado Zegarra, Congresista de la República del Perú

- **TEMA II: LEY MARCO QUE CREA LA HISTORIA CLÍNICA ELECTRÓNICA Y SU REGISTRO**

Ponente: Jaime Delgado Zegarra, Congresista de la República del Perú.

- **TEMA III: DISCUSIÓN SOBRE EL TRANSPORTE PÚBLICO Y OTROS SERVICIOS, E IMPLICANCIAS EN LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS CON SOBREPESO**

Ponente: Ricardo Planchón, Diputado de la República del Uruguay

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

FORO INTERNACIONAL:

“Políticas Públicas para la Alimentación Saludable en América Latina”

Inicio con un primer panel titulado: La obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles en América Latina y el impulso de políticas públicas de la alimentación saludable. Para ello se contó con la exposición de los señores Enrique Jacoby, Asesor Regional en alimentación saludable de la OPS; el señor Alejandro Calvillo de México y la señora Sissy Castillo, Viceministra de Salud de Costa Rica.

El segundo panel: “Experiencias legislativas sobre alimentación saludable en América Latina”, contó con la exposición de los señores Mario Montero, Vicepresidente de Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria de Costa Rica y el señor Jaime Delgado, Congresista de Perú.

Ambos paneles fueron comentados por los señores Horacio Yanes y Ricardo Planchón diputados de Uruguay, María Augusta Calle, diputada del Ecuador y moderados por la diputada Rita Chaves Casanova de Costa Rica.

En la segunda parte de la sesión se conocieron los siguientes temas:

TEMA I: PROYECTO LEY MARCO SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Después de la discusión de los temas de la agenda, se llega al consentimiento, por parte de los presentes, que se utilizarán las herramientas tecnológicas existentes para, vía correos electrónicos, se realice un debate virtual, donde se tome como base los comentarios que ahí se emitan. De esta forma, se elaboraría un cuadro comparativo, que se comunicaría a los miembros para que emitan sus observaciones en un período determinado que se establezca para tal fin y así, en la próxima reunión, se lleve una propuesta concreta.

LEY MARCO QUE CREA LA HISTORIA CLÍNICA ELECTRÓNICA Y SU REGISTRO

La relatora Diputada Jenny Azucena Martínez Gómez, procede a leer el texto completo de la ley.

Se realizan los cambios y se plantea una nueva versión, cuyo texto es el siguiente:

Ley Marco que crea la Historia Clínica Electrónica y su Registro Aprobado por la Comisión de Defensa del Usuario y del Consumidor del Parlatino Costa Rica, el 29 de agosto de 2013

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente Ley tiene por objeto crear la Historia Clínica Electrónica y el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas, como instrumentos esenciales para la prestación eficiente y de calidad de los servicios de salud.

Artículo 2. Creación de la Historia Clínica Electrónica y del Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas

2.1. Créase la Historia Clínica Electrónica como el documento obligatorio, cronológico, individualizado y completo, en soporte digital, de propiedad del paciente, en el que conste toda la actuación realizada a una persona por profesionales y/o técnicos de los servicios de salud, en un establecimiento público o privado.

2.2. Créase el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas como la infraestructura tecnológica especializada en salud que permite al paciente o a su representante legal y a los profesionales de la salud, previamente autorizados por aquellos, el acceso a la información clínica contenida en las historias clínicas electrónicas, dentro de los términos estrictamente necesarios para garantizar la calidad de la atención en los establecimientos de salud y en los servicios médicos de apoyo públicos, privados o mixtos.

2.3. Las Historias Clínicas Electrónicas y el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas utilizarán la Plataforma que estimen necesaria para el acceso a la información clínica solicitada o autorizada por el paciente o su representante legal, siempre que la misma cuente con la aprobación del órgano público que regule el sector.

Artículo 3. Definiciones para los efectos de la presente Ley

Para los efectos de la presente Ley, se entiende por:

- a) Acceso.** Posibilidad de ingresar a la información contenida en las historias clínicas electrónicas. El acceso debe estar limitado tanto por el derecho fundamental a la privacidad del paciente como por los mecanismos de seguridad necesarios, entre los que se encuentra la autenticación.
- b) Administrar.** Manejar datos por medio de su captura, mantenimiento, interpretación, presentación, intercambio, análisis, definición y visibilidad.
- c) Autenticar.** Controlar el acceso a un sistema mediante la validación de la identidad de un usuario, a través de un mecanismo idóneo.
- d) Atención de salud.** Conjunto de acciones de salud que se brinda al paciente, las cuales tienen como objeto la promoción, prevención, recuperación y rehabilitación en salud, y son efectuadas por los profesionales de salud.
- e) Base de datos.** Conjunto organizado de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso.
- f) Certificación.** Procedimiento por el cual se asegura que un producto, proceso, sistema o servicio se ajuste a las normas oficiales.
- g) Confidencialidad.** Cualidad que indica que la información no está disponible y no es revelada a individuos, entidades o procesos sin autorización del .
- h) Estándares.** Documentos que contienen las especificaciones y procedimientos destinados a la generación de productos, servicios y sistemas confiable. Estos establecen un lenguaje común, el cual define los criterios de calidad y seguridad.
- i) Firma Digital:** Firma que debiera estar enmarcada en la Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento, así como de la normativa relacionada, de cada Estado.
- j) Historia Clínica.** Documento médico legal en el que se registran los datos de identificación y de los procesos relacionados con la atención del paciente, en forma ordenada, integrada, secuencial e inmediata de la atención que el médico u otros profesionales de salud brindan al paciente y que son refrendados con la firma manuscrita de los mismos. Las historias clínicas son propiedad de los pacientes, y administradas por los establecimientos de salud o los servicios médicos de apoyo.
- k) Historia clínica electrónica.** Historia clínica cuyo registro unificado y personal, multimedia, se encuentra contenido en una base de datos electrónica, registrada mediante programas de computación y refrendada con firma digital del profesional tratante. Su almacenamiento, actualización y uso se efectúa en estrictas condiciones de seguridad, integralidad, autenticidad, confidencialidad, exactitud, inteligibilidad, conservación, disponibilidad y acceso, de conformidad con la normativa aprobada por el ente rector de Salud, como órgano rector competente.
- l) Información clínica.** Información relevante de la salud de un paciente que los profesionales de la salud generan y requieren conocer y utilizar en el ámbito de la atención de salud que brindan al paciente.
- m) Integridad.** Cualidad que indica que la información contenida en sistemas para la prestación de servicios digitales permanece completa e

inalterada y, en su caso, que solo ha modificado por la fuente de confianza correspondiente.

n) Interoperabilidad. Capacidad de los sistemas de diversas organizaciones para interactuar con objetivos consensuados y comunes, con la finalidad de obtener beneficios mutuos. La interacción implica que los establecimientos de salud compartan información y conocimiento mediante el intercambio de datos entre sus respectivos sistemas de tecnología de información y comunicaciones.

o) Paciente o usuario de salud. Beneficiario directo de la atención de salud.

p) Seguridad. Preservación de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, además de otras propiedades, como autenticidad, responsabilidad, no repudio y fiabilidad.

q) Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información. Parte de un sistema global de gestión que basado en el análisis de riesgos, establece, implementa, opera, monitorea, revisa, mantiene y mejora la seguridad de la información. El sistema de gestión incluye una estructura de organización, políticas, planificación de actividades, responsabilidades, procedimientos, procesos y recursos.

r) Sistema de Información de Historias Clínicas Electrónicas. Sistema de información que cada establecimiento de salud implementa y administra para capturar, manejar e intercambiar la información estructurada e integrada de las historias clínicas electrónicas en su poder.

s) Trazabilidad. Calidad que permite que todas las acciones realizadas sobre la información o un sistema de tratamiento de la información sean asociadas de modo inequívoco a un individuo o entidad, dejando rastro del respectivo acceso.

Artículo 4. Requisitos esenciales de la Historia Clínica Electrónica

4.1. Las Historias Clínicas Electrónicas deberán ser implementadas sobre la base de sistemas informáticos o computarizados que garanticen su permanencia en el tiempo, la inalterabilidad de los datos, la reserva de la información y la inviolabilidad de su contenido.

4.2. Son requisitos esenciales:

a) Inviolabilidad: La información contenida en la Historia Clínica Electrónica no podrá ser adulterada.

b) Autoría: El sistema informático o computarizado deberá permitir la identificación de quien ingresa los datos del paciente, mediante la firma digital.

c) Confidencialidad: El sistema informático o computarizado deberá impedir que los datos sean leídos, copiados o retirados por personas no autorizadas.

d) Secuencialidad: El sistema informático o computarizado deberá garantizar que los datos registrados sean ingresados en forma cronológica.

e) Disponibilidad: La Historia Clínica Electrónica debe garantizar que la información que en ella se registra se encuentre disponible en todo momento y lugar cuando se la necesite y a ningún costo.

f) Integridad: El sistema informático o computarizado deberá poseer una alerta que advierta el fraude o adulteración posterior, de ocurrir.

g) Durabilidad: La información contenida en la Historia Clínica Electrónica debe permanecer en el tiempo inalterable.

h) Transportabilidad e impresión: El sistema informático o computarizado deberá permitir que el paciente pueda disponer de una copia de su Historia Clínica Electrónica, sea en soporte electrónico o en soporte papel.

Artículo 5.- Objetivos del Registro de Historias Clínicas Electrónicas

El Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas cumple con los objetivos siguientes:

- a) Organizar y mantener el registro de las historias clínicas electrónicas.
- b) Estandarizar los datos y la información clínica de las historias clínicas electrónicas, así como las características y funcionalidades de los sistemas de información de historias clínicas electrónicas, para lograr la interoperabilidad en el sector salud.
- c) Asegurar la disponibilidad de la información clínica contenida en las historias clínicas electrónicas para el paciente o su representante legal y para los profesionales de salud autorizados en el ámbito estricto de la atención de salud al paciente.
- d) Asegurar la continuidad de la atención de salud al paciente en los establecimientos de salud y en los servicios médicos de apoyo, mediante el intercambio de información clínica que aquel o su representante legal soliciten, compartan o autoricen.
- e) Brindar información al Sistema especializado en salud para el diseño y aplicación de políticas públicas que permitan el ejercicio efectivo del derecho a la salud de las personas.

Artículo 6. Administración y Organización del Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas

6.1. El ente encargado del sector salud de cada Estado Miembro administra el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas y emite las normas complementarias para el establecimiento de los procedimientos técnicos y administrativos necesarios para su implementación y sostenibilidad, a fin de garantizar la interoperabilidad, procesamiento, interpretación y seguridad de la información contenida en las historias clínicas electrónicas.

6.2. El ente encargado del sector salud de cada Estado acreditan los sistemas de historias clínicas electrónicas que implementan los establecimientos de salud y los servicios médicos de apoyo.

Artículo 7. Implementación del Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas

El ente encargado del sector salud de cada Estado conduce y regula el proceso de implementación del Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas.

Artículo 8. Confidencialidad del Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas

Los que intervengan en la gestión de la información contenida en el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas están obligados a guardar confidencialidad respecto de este, bajo responsabilidad administrativa, civil o penal, según sea el caso de la normativa de cada Estado.

Artículo 9. Autenticación de la identidad de las personas para acceder al Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas

Dicha autenticación será registrada por la entidad de certificación de cada Estado.

Artículo 10. Propiedad, reserva y seguridad de la información clínica

La información clínica contenida en las historias clínicas electrónicas es propiedad de cada paciente; su reserva, privacidad y confidencialidad es garantizada por el Estado y los establecimientos de salud.

El paciente tiene derecho a la reserva de su información clínica, en especial de la información clínica sensible relativa a su salud bio psico social y otros aspectos personales.

Artículo 11. Acceso a la información clínica

El paciente, o su representante legal, tiene acceso irrestricto a la información clínica que necesite o desee, la cual está contenida en su historia clínica electrónica. Solo él, o su representante legal, puede autorizar a los profesionales de salud acceder a dicha información.

La información clínica contenida en la historia clínica electrónica de un paciente es visible exclusivamente para el profesional de salud que le presta atención en un establecimiento de salud cuando se produzca dicha atención y accediendo exclusivamente a la información pertinente.

El paciente, o su representante legal, que necesite o desee que la información clínica contenida en su historia clínica electrónica sea

accedida por profesionales de salud que le brindan atención en un establecimiento de salud o en un servicio médico de apoyo distinto de los que generaron las historias clínicas electrónicas, debe autorizar expresamente dicho acceso a través de los mecanismos informáticos correspondientes.

En casos de grave riesgo para la vida o la salud de una persona cuyo estado no permita la capacidad de autorizar el acceso a su historia clínica electrónica, el profesional de salud puede acceder a la información clínica básica contenida en la historia clínica electrónica para el diagnóstico y tratamiento médico quirúrgico.

Artículo 12. Seguimiento de los detalles de accesos a la información clínica

El paciente, o su representante legal, puede realizar el seguimiento de los accesos realizados a la información clínica contenida en su historia clínica electrónica, a fin de poder verificar la legitimidad de estos. Para tal efecto, dispone de información relativa a la fecha y hora en que se realizó el acceso, al establecimiento de salud o al servicio médico de apoyo desde el que se realizó cada acceso, al profesional de salud que accedió a la información clínica y a las características de la información clínica accedida.

Artículo 13. Datos incompletos o errados registrados en la historia clínica electrónica

En el caso de que los datos registrados en la historia clínica electrónica de un paciente estén incompletos o errados, este, o su representante legal, puede solicitar la subsanación de estos de acuerdo al procedimiento de cada Estado.

Artículo 14. Exigencias para implementar sistemas de información de historias clínicas electrónicas

Los establecimientos de salud deben cumplir con las siguientes disposiciones:

- a) Administrar la información clínica contenida en las historias clínicas electrónicas con confidencialidad.
- b) Garantizar, bajo la responsabilidad administrativa, civil o penal a que hubiera lugar, la confidencialidad de la identidad de los pacientes, así como la integridad, disponibilidad, confiabilidad, trazabilidad y no repudio de la información clínica, de conformidad con un sistema de gestión de seguridad de la información que debe evitar el uso ilícito o ilegítimo que pueda lesionar los intereses o los derechos del titular de la información, de acuerdo con las disposiciones legales aplicables.

- c) Generar los medios para poner a disposición y compartir la información, así como las funcionalidades y soluciones tecnológicas, entre aquellas que lo requieran. En dicho intercambio, deben contar con trazabilidad en los registros que les permitan identificar y analizar situaciones generales o especificadas de los servicios digitales.

Artículo 15. Garantía de la autenticación de las personas y de los agentes que actúan en nombre de los establecimientos de salud y del Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas

Los Prestadores de servicios de salud y el registro nacional de historias clínicas electrónicas deben garantizar mediante mecanismos informáticos seguros, la autenticación de las personas y de los agentes que actúan en su nombre, así como la privacidad y la integridad de la información clínica, de forma que esta no sea revelada ni manipulada por terceros de ninguna forma.

Artículo 16. Validez y eficacia de la historia clínica electrónica

La historia clínica electrónica tiene el mismo valor que la historia clínica manuscrita, tanto en aspectos clínicos como legales, para todo proceso de registro y acceso a la información correspondiente a la salud de las personas.

Disposiciones Transitorias

Artículo 17. Aplicación de la historia clínica manuscrita

La historia clínica manuscrita contenida en papel continúa elaborándose en los establecimientos de salud de los Estados y en los servicios médicos de apoyo hasta que se implemente totalmente el uso de la historia clínica electrónica.

Adecuación a la presente Ley

Los establecimientos de salud y los servicios médicos de apoyo del país que cuentan con historias clínicas electrónicas o informatizadas deben adecuarlas a lo establecido en la presente Ley.

Se somete a votación. 10 parlamentarios presentes.

Aprobado por Unanimidad.

Por parte de la Presidencia de la Comisión, se hará circular el texto de la presente Ley Marco para escuchar comentarios y observaciones finales al mismo.

ADEMÁS SE ACORDÓ:

- Informar a la Secretaría de Comisiones y a la Mesa Directiva del Parlatino, que se reunirá el día 30 de agosto en Panamá, que tenemos dos proyectos el de Comercio Electrónico y el de Historia Clínica
- Solicitar aprobar reunión extraordinaria de la Comisión para el próximo mes de octubre en Panamá.

VARIOS

El diputado Ricardo Planchón propone la necesidad de la práctica saludable de la salud y plantea la necesidad de agregar otros temas dentro de la defensa del consumidor, como lo son los temas de la obesidad y sobrepeso, bullying, etc.

El diputado Horacio Yanes de Uruguay, comenta que en reunión de Bolivia se maneja el tema del servicio público sobre las aerolíneas, por lo que, por su importancia, debe agregarse en la próxima agenda, por los derechos y obligaciones de las empresas de aviación y los derechos de los usuarios.

Seguidamente, da un agradecimiento a los colegas y da un agradecimiento especial a la Diputada Rita Chaves, al ser humano, desde su incorporación al Parlamento Latinoamericano, la dedicación que tiene y que fundamentalmente esta reunión se debe por los aportes que dio en cada una de las reuniones en las que participó.

Quienes se van del Parlatino siguen siendo amigos.

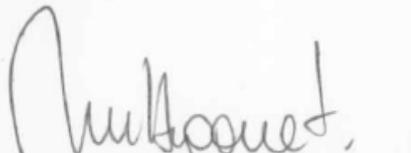
El presidente da el agradecimiento y levanta la sesión a las dieciocho horas con treinta y cuatro minutos.

Responsable de la relatoría:

*Dip. Jenny Azucena Martínez Gómez, **Nicaragua.***

Personal de Apoyo:

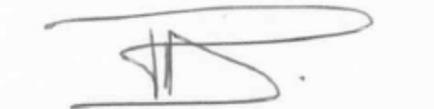
*Ericka Ugalde Camacho, Marcy Ulloa Zúñiga (**Comisión de Relaciones Internacionales y Comercio Exterior, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.**)*



SEN. MARÍA DE LOS ANGELES
HIGONET
ARGENTINA



DIP. VADERLEI MACRIS
BRASIL



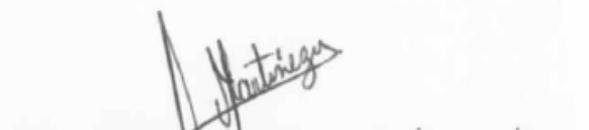
DIP. RITA CHAVES CASANOVA
COSTA RICA



DIP. MARÍA AUGUSTA CALLE
ECUADOR



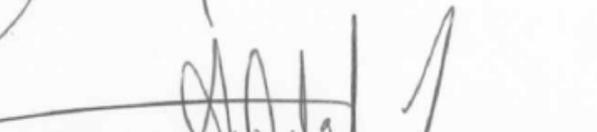
SEN. ADOLFO ROMERO LAINAS
MEXICO



DIP. JENNY AZUCENA MARTÍNEZ GÓMEZ
NICARAGUA



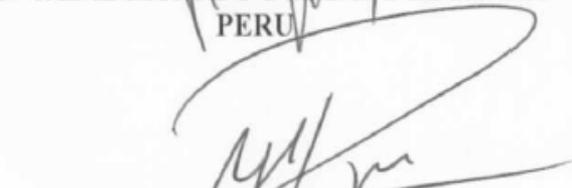
DIP. RICARDO PLANCHON
URUGUAY



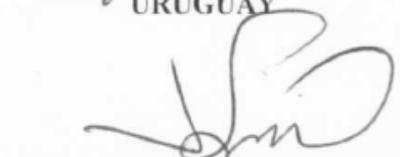
DIP. JAIME RICARDO DELGADO ZEGARRA
PERU



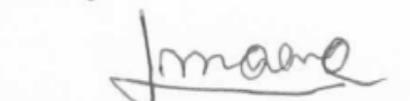
DIP. MORACIO YANES
URUGUAY



DIP. MEZOTH JOSÈ CHIRIQUI
BOLIVIA S



DIP. JOSÉ RAMÓN SÁNCHEZ
VENEZUELA



DIP. LUIS AQUILES MORENO
VENEZUELA

VIII. SÍNTESIS DEL PROYECTO DE LEY MARCO SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL PARLAMENTO LATINOAMERICANO

El objetivo principal de la Ley Marco es el establecimiento de un marco jurídico que se pueda aplicar a los actos de comercio realizados a través de medios electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por cualquier medio electrónico, con la intención de incrementar su competitividad bajo ciertos estándares de seguridad. Ello con la finalidad de fomentar la integración de la economía de los países de América Latina y el Caribe.

La Ley Marco regula la oferta y contratación de bienes y servicios por medios electrónicos, informando sobre los derechos de los usuarios o consumidores, la validez y eficacia de los contratos, las obligaciones de los prestadores de bienes y servicios y sus códigos de conducta, así como las infracciones y el régimen sancionador.

Es necesario conocer algunos de los términos que se aplican en la Ley Marco:

Comercio Electrónico.- Conjunto de transacciones comerciales realizadas por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por cualquier medio electrónico, ofertando, vendiendo o comprando productos y servicios bajo ciertos estándares de seguridad.

Medio Electrónico.- Equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por cualquier medio electromagnético.

Consumidor.- Personas naturales o jurídicas que adquieren mediante medios electrónicos, servicios y productos físicos o digitales.

Proveedores.- Las personas naturales o jurídicas que publicitan, venden, ofrecen o suministran productos físicos o digitales y servicios de cualquier naturaleza a los consumidores por medios electrónicos.

Producto.- Es cualquier bien físico o digital que puede ser comercializado por medios electrónicos.

Servicio.- Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece mediante medios electrónicos.

Contrato Electrónico.- Todo contrato celebrado sin la presencia física simultánea de las partes, en que la oferta y la aceptación se realiza por medios electrónicos.

Documento Electrónico.- Información generada, procesada, enviada, recibida, comunicada y archivada por medios electrónicos.

Firma Electrónica.- Es el conjunto de datos que se adjuntan a un mensaje electrónico, cuyo propósito es identificar al emisor del mensaje como autor

legítimo de éste, tal y como si se tratara de una firma autógrafa, brindando seguridad a las transacciones electrónicas.

Se basa en el uso de un par de claves único; una clave privada (que sirve para cifrar datos) y una clave pública (disponible en internet para consulta de todos los usuarios de servicios electrónicos), relacionadas matemáticamente entre sí, de tal forma que las personas que conocen la clave pública no puedan derivar de ella la clave privada.

Titular de la Firma Electrónica.- Es la persona a la que se le atribuye de manera exclusiva un certificado digital que contiene una firma digital, identificándolo objetivamente en relación con el mensaje de datos, pudiendo actuar a nombre propio o de la persona física o jurídica que representa.

Certificado Electrónico.- Es un documento electrónico generado por una entidad certificadora, la cual vincula una firma digital con una persona determinada confirmando su identidad a través de un proceso de comprobación.

Entidad de Certificación.-- Son las personas jurídicas que pueden emitir o cancelar certificados de firma electrónica, así como brindar otros servicios inherentes al propio certificado o aquellos que brinden seguridad al sistema de certificados electrónicos en particular, o del comercio electrónico en general, previamente autorizadas de conformidad con la normatividad de los Estados Partes.

Entidad de Registro o Verificación.- Cumple con la función de levantamiento de datos y comprobación de la información de un solicitante de certificado digital; identificación y autenticación del suscriptor de firma digital; aceptación y autorización de solicitudes de emisión y cancelación de certificados digitales.

Sistema Automatizado de Documentos Electrónicos.- Todo medio electrónico automatizado utilizado para iniciar una acción o para responder a operaciones o documentos electrónicos de una contratación electrónica, que actúe, total o parcialmente, sin que una persona física haya de intervenir o revisar la actuación cada vez que se inicie una acción o que el sistema genere una respuesta.

Intermediario.- Toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive un documento electrónico relacionado con la contratación de un servicio o producto físico o digital por medios electrónicos.

Mercado Electrónico.- Son plataformas en medios electrónicos, conectados por redes electromagnéticas, creadas por una empresa que actúa como un tercero neutral para poner en contacto a compradores y vendedores. Actúan como punto de encuentro y deben de cumplir al menos una función comercial, ya sea ofrecer los datos de contacto de las empresas (directorios), ofrecer el catálogo de productos, anuncios clasificados, petición de presupuestos, servicios de licitaciones o incluso permitir la compra de los productos de las empresas participantes.

Comunicación comercial.- Toda forma de comunicación por medios electrónicos dirigida a la publicidad y promoción, directa o indirecta, de los bienes y servicios de una empresa, organización o persona física que realice una actividad comercial.

Asimismo, la Ley Marco hace referencia sobre los contratos celebrados por vía electrónica, estos, se registrarán por lo dispuesto por la legislación Civil y Comercial en materia contractual, así como por las normas de protección de los consumidores y usuarios vigentes en cada Estado Parte. El contrato se perfecciona en el momento en que existe constancia electrónica del acuse de recibo del pedido o de la aceptación de la oferta, y debe existir un consentimiento de ambas partes

El proveedor está obligado a confirmar la recepción de la aceptación del contrato al consumidor a través de: el envío de un acuse de recibo a través de medios electrónicos, en un plazo no mayor a las cuarenta y ocho horas siguientes a la recepción de la aceptación; o un Sistema Automatizado de Mensajes.

Se debe de informar de forma clara, precisa y satisfactoriamente si existen cambios que pongan en riesgo el acceso y almacenamiento de cualquier información relacionada con el contrato electrónico.

Los gastos de aduana y envío correrán a cargo del consumidor, a menos que el proveedor declare en el contrato que se hará cargo de estos.

Hay que tomar en cuenta que el consumidor podrá durante el plazo y bajo las condiciones establecidas en el contrato, devolver el bien adquirido sin ser sujeto a penalización alguna. No se podrán devolver los bienes personalizados, los que por su naturaleza no puedan ser devueltos, sean perecederos, o un primer uso altere sus características o la garantía de seguridad, salubridad o calidad del mismo; y aquellos intangibles, es decir, entregados digitalmente, como grabaciones sonoras o de video y programas informáticos. Por su parte, el prestador deberá devolver al destinatario el importe total del pedido, exceptuando los gastos de envío, en un plazo que no podrá exceder de treinta días.

El consumidor o usuario tiene derecho a acceder y a conocer sobre el uso y la finalidad que el proveedor dé a los datos personales recabados por medios electrónicos. De la misma forma, el consumidor podrá solicitar en cualquier tiempo la rectificación y cancelación de sus datos personales.

La Ley Marco establece medidas de seguridad tales como: la firma electrónica y el certificado electrónico.

La firma electrónica, tiene como finalidad dar validez y confiabilidad a los contratos que se celebren, y los requisitos son:

- a) Que sea individual y que vincule exclusivamente a su titular;

- b) Que pueda verificarse inequívocamente la autoría e identidad del signatario, mediante dispositivos técnicos de comprobación;
- c) Que su método de creación y verificación sea confiable, seguro e inalterable.
- d) Que los datos con los que se cree la firma electrónica se hallen bajo control exclusivo del signatario;
- e) Que la firma sea controlada por la persona a quien pertenece, y
- f) Que esté ligada al contenido del contrato, de tal manera que si éste es modificado, la firma electrónica se invalida.

El certificado de firma electrónica para ser considerado válido deberá contener:

- a) Identificación de la entidad de certificación;
- b) Domicilio legal de la entidad de certificación;
- c) Los datos del titular del certificado que permitan su ubicación e identificación;
- d) El método de verificación de la firma del titular del certificado;
- e) Las fechas de emisión y expiración del certificado;
- f) El número único de serie que identifica el certificado;
- g) La firma electrónica de la entidad de certificación;
- h) Las limitaciones o restricciones para los usos del certificado, y
- i) Los demás señalados en la legislación y reglamentación de los Estados Partes.

Se consideran infracciones al comercio electrónico sancionables conforme a la legislación de los Estados Partes, las siguientes conductas:

- a) El que empleando cualquier medio electrónico, informático o afín, violente claves o sistemas de seguridad para acceder u obtener información protegida contenida en sistemas de información; vulnerar el secreto, confidencialidad y reserva, o únicamente vulnerar su seguridad;
- b) Quien obtenga información sobre datos personales para cederla, publicarla, utilizarla o transferirla a cualquier título, sin la autorización de su titular o titulares, con el propósito de salvaguardar el derecho a la protección de sus datos personales.
- c) Quien falsifique electrónicamente con ánimo de lucro o para causar un perjuicio a un tercero, alterando o modificando la información de documentos electrónicos en sus elementos o requisitos de carácter formal o esencial, o simule un documento electrónico induciendo a error sobre su autenticidad, y
- d) Los que faciliten la apropiación de un bien ajeno, o los que procuren la transferencia no consentida de bienes, valores o derechos de una persona, en perjuicio de ésta o de un tercero, en beneficio suyo o de otra persona.

Finalmente, es necesario que se conforme una instancia regional latinoamericana de mediación y resolución de conflictos derivados del comercio electrónicos, la cual resolverá las discrepancias entre proveedores y consumidores en base a los principios jurídicos de la Ley Marco de Comercio Electrónico.

IX. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO²

El comercio electrónico es definido por los estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación. Representa una gran variedad de posibilidades para adquirir bienes o servicios ofrecidos por proveedores en diversas partes del mundo. Las compras de artículos y servicios por internet o en línea pueden resultar atractivas por la facilidad para realizarlas, sin embargo, es importante que los ciberconsumidores tomen precauciones para evitar ser víctimas de prácticas comerciales fraudulentas.

MARCO JURÍDICO NACIONAL

De acuerdo con la Profeco, el ciberconsumidor mexicano está protegido cuando realiza compras por Internet. La Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) contiene disposiciones generales sobre comercio electrónico en su capítulo VIII bis (De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología).

LINEAMIENTOS INTERNACIONALES

Las autoridades de protección al consumidor alrededor del mundo han desarrollado una serie de lineamientos que buscan otorgar una mayor protección a los consumidores en línea.

CAPITULO VIII BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (LFPC)

DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN LAS TRANSACCIONES EFECTUADAS A TRAVES DEL USO DE MEDIOS ELECTRONICOS, OPTICOS O DE CUALQUIER OTRA TECNOLOGIA

ARTÍCULO 76 BIS.- Las disposiciones del presente Capítulo aplican a las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. En la celebración de dichas transacciones se cumplirá con lo siguiente:

- I. El proveedor utilizará la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente;
- II. El proveedor utilizará alguno de los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor e informará a éste, previamente a la celebración de la transacción, de las características generales de dichos elementos;

² PROFECO

III. El proveedor deberá proporcionar al consumidor, antes de celebrar la transacción, su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir el propio consumidor para presentarle sus reclamaciones o solicitarle aclaraciones;

IV. El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;

V. El consumidor tendrá derecho a conocer toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso, formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor;

VI. El proveedor respetará la decisión del consumidor en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que desea recibir, así como la de no recibir avisos comerciales, y

VII. El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

X. SÍNTESIS DEL PROYECTO DE LEY SOBRE TRASTORNOS ALIMENTARIOS Y PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD MÓRBIDA

En el mundo se está viviendo una gran pandemia de sobrepeso y obesidad que ha traído aparejado a través de trastornos alimentarios el sobrepeso, el crecimiento de patologías complejas y graves como la resistencia a la insulina, la diabetes, la hipertensión arterial, enfermedades cardiovasculares y cerebro vasculares, la hiper-lipidemia, la apnea del sueño, patologías óseo articulares y diferentes tipos de cánceres, que han provocado que los costos de la atención médica de distintos países, haya crecido de tal manera y tal forma que algunos están a punto de colapsar.

La obesidad mórbida significa estar en el rango entre 40 y 45 kilos de más por el sobrepeso establecido en un índice de masa corporal saludable. El índice de masa corporal es la medida que relaciona el peso y la estatura de una persona para calcular justamente si tiene o no sobrepeso, se calcula mediante una fórmula sencilla que es dividiendo el peso entre la estatura al cuadrado. En este sentido, el Índice de Masa Corporal, de las personas que cuentan con obesidad mórbida es de más de 40 kg.

Lo que se busca es que a través del proyecto de ley, los centros asistenciales de salud que brindan servicios, públicos y privados, tengan la obligación de ofrecer a sus pacientes todas las medidas para tratar esta patología. Además este proyecto pone en evidencia que hay instituciones que no tienen, no solamente una atención integral de personas con obesidad, sino que además no cuentan con las comodidades y el equipamiento adecuado para estudiar y diagnosticar ciertas patologías, un ejemplo concreto es que no se cuentan con tomógrafos o resonadores magnéticos para atender a ciudadanos con obesidad mórbida.

El principal objetivo de la Ley es que se cree, dentro de los Ministerios de Salud Pública, el Programa Nacional de Prevención y Control de los trastornos alimentarios (obesidad, bulimia y anorexia).

El Programa Nacional deberá tener los siguientes objetivos:

1. Instrumentar campañas informativas dirigidas a los trastornos alimentarios: características de los mismos y consecuencias, aspectos clínicos, nutricionales, psicológicos y sociales y de las formas apropiadas e inapropiadas de su tratamiento, derecho y promoción de la salud y derechos del consumidor.
2. Promover conductas nutricionales saludables.
3. Promover espacios de reflexión y educación para quienes padecen estas enfermedades.
4. Proponer acciones tendientes a eliminar la discriminación y la estigmatización en el ámbito laboral, educacional y/o social.
5. Desarrollar actividades de difusión, televisivas, radiales y gráficas, dirigidas a la población en general y a grupos de riesgo en particular, a fin de concienciar sobre los riesgos en la salud que ocasionan las dietas sin

control médico y de instruir a la población sobre hábitos alimentarios y adecuados a cada etapa de crecimiento.

XI. SÍNTESIS DE LA LEY MODELO DE CONSUMERS INTERNATIONAL PARA LA PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE

La Ley Modelo está estructurada en 11 Capítulos con 68 Artículos y una Cláusula Constitucional Modelo en donde se enumeran los derechos de los consumidores de bienes y servicios y se estipula que el Estado es quién proveerá la protección de estos derechos mediante la promulgación de leyes.

En el primer Capítulo se define el objeto de la ley y su ámbito de aplicación, las personas que pueden acogerse a la misma, las definiciones de los términos empleados y los criterios generales de su contenido (artículos 1-3). Los Artículos 4 y 5 se refieren a los derechos de los consumidores y señalan la obligación del Estado para suministrar los medios legales para que los consumidores discapacitados puedan ejercer con igualdad los derechos que se enumeran en esta Ley (Capítulo II).

Todas las disposiciones referentes a la información y publicidad sobre bienes y servicios que se entregan al consumidor están contenidas en el Capítulo III, Artículos 6-22. Entre ellas, la obligación del proveedor de bienes o prestador de servicios de entregar factura con las especificaciones exactas; el valor de los mismos con la tasa o impuestos aplicados y el monto o precio claramente expresado en la moneda nacional; las especificaciones claras de las etiquetas de los productos nacionales y extranjeros; el alcance, duración y condiciones de las leyendas que utilicen los productos como “Garantía”, “Garantizado” o cualquier otro equivalente; así como el prever el suministro de componentes, repuestos y servicio técnico mientras se fabriquen y distribuyan los productos. En cuanto a la regulación de la publicidad, se establecen los lineamientos para evitar la publicidad engañosa (entendida también como fraude) y abusiva.

El Capítulo IV fija el procedimiento de la protección contractual para llegar a un acuerdo con los acreedores (Artículos 23-27). Se especifica qué es el contrato de adhesión y se señala el derecho del consumidor a retractarse de la firma de los contratos adquiridos. En las cláusulas contractuales se regula, impulsa y desarrolla el proceso administrativo para que los contratos sean interpretados del modo más favorable para el consumidor. Además sugiere los casos en los que la nulidad de las cláusulas abusivas pueden invalidar el contrato.

Las operaciones crediticias de compraventa de productos o prestaciones de servicios están previstas en el Capítulo V. Las responsabilidades del proveedor de bienes y servicios están desglosadas en los Artículos 30-39 y describen los motivos por los que incurriría un proveedor de bienes y servicios en responsabilidad civil y/o administrativa ya sea por hechos propios o por los de sus dependientes o por hechos permanentes o circunstanciales de personal que no tenga una relación laboral con el proveedor. En estos casos, el consumidor podrá pedir la rescisión del contrato o la reducción del precio, sin menoscabo de la indemnización por daños y perjuicios.

Del Capítulo VII se desprende la parte de productos nocivos y peligrosos. En este apartado se resalta la importancia de que el proveedor incorpore a los productos que distribuye los instructivos anexos cuando estos productos sean nocivos o peligrosos para la salud. En ellos deberán incluirse toda la información necesaria de conformidad con las leyes en la materia como: manuales en el idioma del país que se distribuyan sobre uso o instalación y mantenimiento del bien o servicio del que se trate; calcomanías o señalamientos claros sobre la peligrosidad, etc. Particularmente, el Artículo 46 señala que las licencias, permisos u otros documentos que se otorguen para la distribución de productos peligrosos no eximirán al proveedor de la responsabilidad que llegase a tener por algún daño o perjuicio que sus productos pudieran causar a los consumidores.

Los Capítulos VIII y IX están dirigidos al uso de los servicios públicos domiciliados como uso de agua, sanidad, asistencia técnica y financiera de los consumidores. En este sentido, el deber del Estado se dirigirá a establecer los medios para el fiel cumplimiento de las disposiciones de la Ley, como velar por la protección y promoción de los derechos de los consumidores. Además, facilitará los medios legales y materiales, así como los recursos necesarios para la creación y fundamentación de asociaciones de consumidores dentro del territorio nacional.

La resolución de conflictos de consumo, Artículos 58-65, prevé que la defensa de los derechos aplicables a esta Ley pueden ser ejercidos a título individual o colectivo y señala que el Estado propiciará la creación de tribunales arbitrales para resolver las controversias.

El Capítulo XI se refiere específicamente a la creación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios y enumera los requisitos que deberán cumplir las organizaciones comerciales para poder ser consideradas Asociaciones de conformidad con esta Ley.

XII. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN MÉXICO

México es el segundo país latinoamericano con una Ley Federal de Protección al Consumidor y el primero en crear una Procuraduría para la defensa de quienes pagan por un bien o un servicio.

De acuerdo con los expertos, la Ley Federal de Protección al Consumidor (5 de febrero de 1976) enriquece los derechos sociales de México, que por primera vez se establecían derechos para la población consumidora y se creó un organismo especializado en la procuración de justicia en la esfera del consumo, el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del Consumidor, el cual está encargado de promover y proteger los intereses del público consumidor.

La Ley Federal de Protección al Consumidor tiene por objeto proteger y promover los derechos y cultura del consumidor, además de procurar la equidad, la certeza y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

En 1985, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), definió por primera vez en su la Asamblea General los “Siete Derechos Básicos del Consumidor”, cuando en México ya existía la Ley Federal desde 1976.

Hay que mencionar que existe el Día Mundial del Consumidor, a partir de 1983, y fue instaurado por la ONU, cuya conmemoración se celebra el 15 de marzo de cada año.

Derechos Básicos del Consumidor en México³

1. Derecho a la Información

La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y, en general, toda la información de los bienes y servicios que te ofrezcan debe ser oportuna, completa, clara y veraz, de manera que se pueda elegir qué comprar, con pleno conocimiento.

2. Derecho a la Educación

Se puede recibir instrucción en materia de consumo, conocer los derechos y la forma en que protege la ley, así como organizarse con familiares o vecinos para aprender a consumir mejor y de manera más inteligente.

³ Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). Consultada el 19 de marzo de 2014. <http://www.profeco.gob.mx/saber/derechos7.asp>

3. Derecho a Elegir

Al escoger un producto o servicio, nadie puede presionar, condicionar la venta a cambio de comprar algo que el consumidor no quiera o exigir pagos o anticipos sin que se haya firmado un contrato.

4. Derecho a la Seguridad y Calidad

Los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado deben cumplir con las normas y las disposiciones en materia de seguridad y calidad. Además, los instructivos deben incluir las advertencias necesarias y explicar claramente el uso adecuado de los productos.

5. Derecho a no ser Discriminados

Al comprar un producto o contratar un servicio, este no puede ser negado. También está prohibido discriminar o tratar mal debido al sexo, raza, religión, condición económica, nacionalidad, orientación sexual, no por tener alguna discapacidad.

6. Derecho a la Compensación

Si un proveedor vende un producto de mala calidad o no cumple con las normas, se tiene derecho a la reposición o a la devolución del dinero pagado por ese producto y, en su caso, a una bonificación no menor a 20% del precio pagado. También se debe bonificar cuando no se proporcione un servicio o cuando se otorguen de forma deficiente. Asimismo, existe el derecho a la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados.

7. Derecho a la Protección

El consumidor puede ser defendido por las autoridades, exigir la aplicación de las leyes y también organizarse con otros consumidores para defender sus intereses comunes. Cuando algún proveedor no respete los derechos o cometa abusos en contra de los consumidores, se puede acudir a la PROFECO.

XIII. ANEXOS

Proyecto de Ley Marco sobre Comercio Electrónico Aprobado por la Comisión de Defensa del Usuario y del Consumidor del Parlatino Costa Rica, el 29 de agosto de 2013

CAPITULO I DISPOSICIONES GENERAL

Artículo 1.- Objeto de la ley

- 1.1. La presente Ley Marco tiene por objeto establecer el marco jurídico aplicable a los actos de comercio realizados a través de medios electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por cualquier medio electrónico, con la intención de incrementar su competitividad bajo ciertos estándares de seguridad, fomentando la integración de la economía de los países de América Latina y El Caribe.
- 1.2. La Ley Marco regula la oferta y contratación de bienes y servicios por medios electrónicos, informando sobre los derechos de los usuarios o consumidores, la validez y eficacia de los contratos, las obligaciones de los prestadores de bienes y servicios y sus códigos de conducta, así como las infracciones y el régimen sancionador.

Artículo 2.-Ámbito de Aplicación

La presente Ley Marco podrá ser aplicable a toda contratación de bienes y servicios realizados a través de equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por medio de cualquier medio electrónico, en los países de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, el Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela Surinam, Aruba y Antillas Neerlandesas, debiendo ser adoptada a propuesta del Poder Legislativo de cada Estado Parte, de acuerdo al procedimiento legislativo ordinario contemplado en su derecho interno.

Artículo 3.- Definiciones

Para los efectos de la presente Ley Marco, se entenderá por:

- I. **Comercio Electrónico.-** Conjunto de transacciones comerciales realizadas por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por cualquier medio electrónico, ofertando, vendiendo o comprando productos y servicios bajo ciertos estándares de seguridad.
- II. **Medio Electrónico.-** Equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por cualquier medio electromagnético.

- III. **Consumidor.**- Personas naturales o jurídicas que adquieren mediante medios electrónicos, servicios y productos físicos o digitales.
- IV. **Proveedores.**- Las personas naturales o jurídicas que publicitan, venden, ofrecen o suministran productos físicos o digitales y servicios de cualquier naturaleza a los consumidores por medios electrónicos.
- V. **Producto.**- Es cualquier bien físico o digital que puede ser comercializado por medios electrónicos.
- VI. **Servicio.**- Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece mediante medios electrónicos.
- VII. **Contrato Electrónico.**- Todo contrato celebrado sin la presencia física simultánea de las partes, en que la oferta y la aceptación se realiza por medios electrónicos.
- VIII. **Documento Electrónico.**- Información generada, procesada, enviada, recibida, comunicada y archivada por medios electrónicos.
- IX. **Firma Electrónica.**- Es el conjunto de datos que se adjuntan a un mensaje electrónico, cuyo propósito es identificar al emisor del mensaje como autor legítimo de éste, tal y como si se tratara de una firma autógrafa, brindando seguridad a las transacciones electrónicas.
- Se basa en el uso de un par de claves único; una clave privada (que sirve para cifrar datos) y una clave pública (disponible en internet para consulta de todos los usuarios de servicios electrónicos), relacionadas matemáticamente entre sí, de tal forma que las personas que conocen la clave pública no puedan derivar de ella la clave privada.
- X. **Titular de la Firma Electrónica.**- Es la persona a la que se le atribuye de manera exclusiva un certificado digital que contiene una firma digital, identificándolo objetivamente en relación con el mensaje de datos, pudiendo actuar a nombre propio o de la persona física o jurídica que representa.
- XI. **Certificado Electrónico.**- Es un documento electrónico generado por una entidad certificadora, la cual vincula una firma digital con una persona determinada confirmando su identidad a través de un proceso de comprobación.
- XII. **Entidad de Certificación.**-- Son las personas jurídicas que pueden emitir o cancelar certificados de firma electrónica, así como brindar otros servicios inherentes al propio certificado o aquellos que brinden seguridad al sistema de certificados electrónicos en particular o del

comercio electrónico en general, previamente autorizadas de conformidad con la normatividad de los Estados Partes.

- XIII. **Entidad de Registro o Verificación.-** Cumple con la función de levantamiento de datos y comprobación de la información de un solicitante de certificado digital; identificación y autenticación del suscriptor de firma digital; aceptación y autorización de solicitudes de emisión y cancelación de certificados digitales.
- XIV. **Sistema Automatizado de Documentos Electrónicos.-** Todo medio electrónico automatizado utilizado para iniciar una acción o para responder a operaciones o documentos electrónicos de una contratación electrónica, que actúe, total o parcialmente, sin que una persona física haya de intervenir o revisar la actuación cada vez que se inicie una acción o que el sistema genere una respuesta.
- XV. **Intermediario.-** Toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive un documento electrónico relacionado con la contratación de un servicio o producto físico o digital por medios electrónicos.
- XVI. **Mercado Electrónico.-** Son plataformas en medios electrónicos, conectados por redes electromagnéticas, creadas por una empresa que actúa como un tercero neutral para poner en contacto a compradores y vendedores. Actúan como punto de encuentro y deben de cumplir al menos una función comercial, ya sea ofrecer los datos de contacto de las empresas (directorios), ofrecer el catálogo de productos, anuncios clasificados, petición de presupuestos, servicios de licitaciones o incluso permitir la compra de los productos de las empresas participantes.
- XVII. **Comunicación comercial.-** Toda forma de comunicación por medios electrónicos dirigida a la publicidad y promoción, directa o indirecta, de los bienes y servicios de una empresa, organización o persona física que realice una actividad comercial.

Artículo 4.-Principio de Buena Fe

En los actos de comercio electrónico los consumidores, proveedores, intermediarios y/o representantes deben guiar su conducta acorde con el principio de la buena fé, y de confianza y lealtad entre las partes.

CAPITULO II CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS ELECTRÓNICOS

Artículo 5.- Validez y eficacia de los contratos electrónicos.

- 5.1. Los contratos celebrados por vía electrónica se registrarán por lo dispuesto en esta Ley Marco, por la legislación Civil y Comercial en materia contractual, así como por las normas de protección de los consumidores y usuarios vigentes en cada Estado Parte.
- 5.2. Para que sea válida la celebración de contratos por vía electrónica no será necesario el previo acuerdo de las partes sobre la utilización de medios electrónicos y producirán todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico vigente de los Estados Partes, cuando concurren el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez. (Objeto cierto, posible y determinado -o determinable- materia del contrato, Causa de la obligación que se establezca y Forma, cuando ésta es exigida de la forma “ad solemnitatem”).
- 5.3. Es necesario acotar que el contrato se perfecciona en el momento en que existe constancia electrónica del acuse de recibo del pedido o de la aceptación de la oferta, es decir cuando existe el consentimiento de ambas partes. Dicho consentimiento se deberá producir de la siguiente manera:
 - 5.3.1. El emisor debe acusar recibo del pedido, o de la aceptación, del destinatario por vía electrónica. Se considerará que se han recibido el pedido, o la aceptación, y el acuse de recibo cuando las partes a las que se dirigen puedan tener acceso a los mismos, almacenarlos y reproducirlos.
 - 5.3.2. Es necesario que el emisor ponga a disposición del destinatario del servicio los medios técnicos adecuados, eficaces y accesibles que le permitan identificar y corregir los errores de introducción de datos, antes de realizar el pedido o aceptar la oferta.
 - 5.3.3. Cuando la comunicación comercial y el pedido o aceptación de la oferta se efectúen con la intervención del operador de un mercado virtual, las obligaciones del emisor recaerán exclusivamente sobre el operador del mercado virtual.
 - 5.3.4. Se considerará que la parte aceptante ha expresado su consentimiento al completar el procedimiento electrónico indicado claramente con ese propósito en la oferta.
 - 5.3.5. El emisor u operador de un mercado virtual en su caso, deberá otorgar al consumidor en forma clara, precisa y de fácil acceso, los medios técnicos para identificar y corregir errores de introducción de datos antes de efectuar la transacción y un mecanismo de confirmación expresa de la decisión de efectuar la transacción, a efectos de que el silencio del consumidor no sea considerado como consentimiento.

5.3.6. Siempre que la legislación de los Estados Partes exija que el contrato o cualquier información relacionada con el mismo consten por escrito, este requisito quedará satisfecho con un documento electrónico contenido en un soporte electrónico para su consulta, debiendo dicha información conservarse en el formato en que se generó, envió o recibió o con algún formato respecto del cual sea demostrable que produce con exactitud la información generada, donde se encuentre claramente establecido el origen y el destino del mensaje y la fecha y hora en que fue enviado o recibido.

5.3.7. Siempre que se exija la presencia de una firma o se establezcan ciertas consecuencias por su ausencia, en relación con el contrato o cualquier información relacionada con él, dicho requisito se entenderá por satisfecho con la existencia de la firma electrónica.

Artículo 6.- El Consentimiento

6.1. El consentimiento es el concurso de la oferta y la aceptación sobre la cosa y causa que ha de constituir el contrato perfeccionándolo.

6.2. Operará el consentimiento cuando el consumidor luego de haberse informado debidamente de las condiciones de la oferta realiza alguna actividad que hace suponer su conformidad con la oferta.

6.3. El contrato nace cuando existe constancia electrónica de la aceptación de la oferta.

Artículo 7.- Lugar de Celebración del Contrato.

Se considera como lugar de celebración del contrato el lugar desde el cual se emite la aceptación.

Artículo 8.- Obligaciones previas a la contratación.

8.1. Además del cumplimiento de los requisitos en materia de información que se establezca en la legislación vigente de cada Estado Parte, el proveedor que realice actividades de contratación a través de medios electrónicos tendrá la obligación de poner a disposición del consumidor, las condiciones generales de contratación antes de iniciar el respectivo procedimiento, mediante técnicas adecuadas al medio electrónico utilizado, de forma permanente, fácil y gratuita, en términos claros, comprensibles e inequívocos de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el consumidor.

8.2. Las condiciones generales mínimas que el proveedor deberá señalarle al consumidor, serán las siguientes:

a) Los requisitos y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes y servicios promocionados;

- b) Los requisitos y restricciones para que el consumidor pueda devolver los bienes adquiridos de no estar satisfecho con el producto.
 - c) Los trámites que deben seguirse para celebrar el contrato;
 - d) Indicar si el proveedor va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste será accesible;
 - e) Indicar si el medio electrónico mediante el cual se hará la transacción es completamente seguro.
 - f) Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y
 - g) Los idiomas en que podrá formalizarse el contrato.
- 8.3. La obligación de poner a disposición del consumidor la información referida en el párrafo anterior se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet las condiciones señaladas, siempre y cuando éstas sean de fácil acceso al consumidor.
- 8.4. El proveedor no tendrá la obligación de facilitar la información señalada en el apartado anterior cuando el contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente.

Artículo 9.- Prohibición de información falsa o que induzca a error al consumidor

Estará prohibida toda información u omisión de la información que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos.

Artículo 10.- Obligaciones posteriores a la celebración del contrato.

- 10.1. El proveedor está obligado a confirmar la recepción de la aceptación del contrato al consumidor a través de:
- a) El envío de un acuse de recibo a través de medios electrónicos, en un plazo no mayor a las cuarenta y ocho horas siguientes a la recepción de la aceptación, o
 - b) Un Sistema Automatizado de Mensajes.

Esta obligación será exigible tanto si la confirmación debiera dirigirse al propio consumidor o a un intermediario.

- 10.2. Se entenderá que se ha recibido la aceptación y su confirmación cuando las partes a quien se dirijan puedan tener constancia de ello.

En el caso de que la recepción de la aceptación se confirme mediante acuse de recibo, se presumirá que ha quien se envíe podrá tener la referida constancia desde que aquél haya sido almacenado.

- 10.3. No será necesario confirmar la recepción de la aceptación cuando el contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente, cuando estos medios no sean empleados con el exclusivo propósito de eludir el cumplimiento de tal obligación.
- 10.4. Informar clara, precisa y satisfactoriamente si existen cambios que pongan en riesgo el acceso y almacenamiento de cualquier información relacionada con el contrato electrónico.

En el caso de que estas modificaciones afecten los derechos del destinatario, se le deberán proporcionar los medios necesarios para evitarle perjuicios, hasta la terminación del contrato electrónico.

Artículo 11.- Contenido del contrato electrónico.

Un contrato electrónico deberá contemplar por lo menos las siguientes condiciones generales para su celebración:

- a) La identidad, domicilio y teléfono del prestador de bienes y servicios electrónicos;
- b) Las características esenciales del bien o servicio electrónico;
- c) El importe total del pedido, señalando el precio del bien o servicio electrónico y su plazo de vigencia, impuestos aplicables, gastos de envío y posibles gastos anexos;
- d) Formas de pago;
- e) Modalidades y tiempo de entrega del bien o servicio electrónico;
- f) Condiciones y plazo de devolución de bienes tangibles;
- g) La duración mínima del contrato cuando esta condición proceda;
- h) Las circunstancias y condiciones en que el prestador puede suministrar un bien o servicio electrónico de calidad y precio equivalentes, en sustitución del solicitado por el consumidor y usuario, cuando se requiera prever esta posibilidad, y
- i) La información sobre los servicios de asistencia técnica y otros de postventa, así como las garantías existentes.

Artículo 12.- Lugar de celebración del contrato.

Los contratos electrónicos se celebrarán en el lugar que acuerden las partes, en defecto de pacto, se presumirán celebrados en la residencia habitual del consumidor.

Artículo 13.- Régimen fiscal.

- 13.1. El proveedor y el consumidor de bienes o servicios electrónicos estarán sujetos al régimen fiscal del Estado Parte donde tengan su residencia.
- 13.2. Los gastos de aduana y envío correrán a cargo del consumidor de los bienes y servicios electrónicos a menos que el proveedor declare en el contrato que se hará cargo de estos.

Artículo 14.- Devolución de bienes tangibles.

- 14.1. El consumidor podrá durante el plazo y bajo las condiciones establecidas en el contrato, devolver el bien adquirido sin ser sujeto a penalización alguna.
- 14.2. No podrán devolverse bienes personalizados, los que por su naturaleza no puedan ser devueltos, sean perecederos, o un primer uso altere sus características o la garantía de seguridad, salubridad o calidad del mismo; y aquellos intangibles, es decir, entregados digitalmente, como grabaciones sonoras o de video y programas informáticos.
- 14.3. El prestador deberá devolver al destinatario el importe total del pedido, exceptuando los gastos de envío, en un plazo que no podrá exceder de treinta días.

Artículo 15.- Prueba de los contratos celebrados a través de redes de información.

- 15.1. La prueba de la celebración de un contrato electrónico y la de las obligaciones que tienen su origen en él, se sujetará a las reglas generales del ordenamiento jurídico de cada Estado Parte.
- 15.2. Los contratos que exijan firma electrónica tendrán el valor y la eficacia jurídica que les resulte aplicable de conformidad con la legislación de los Estados Partes.
- 15.3. El soporte electrónico en que conste un contrato celebrado a través de redes de información será admisible en juicio como prueba documental.

CAPITULO III DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES DE BIENES Y SERVICIOS POR MEDIOS ELECTRÓNICOS

Artículo 16.- Derechos del destinatario previos a la contratación.

- 16.1. El consumidor de bienes o servicios por medios electrónicos deberá conocer previamente a su contratación las condiciones generales para su realización, en los términos previstos en el artículo 6º de esta Ley Marco.
- 16.2. Adicionalmente tienen los siguientes derechos:
 - Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible para poder realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses.
 - Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra cualquier mala práctica o información interesadamente equívoca de los productos o servicios ofrecidos.

- Derecho a un trato justo en toda transacción comercial y a no ser discriminado por ningún motivo, razón o circunstancia.
- Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad que se ofrezcan en el mercado y a ser informado por el proveedor sobre la calidad del producto ofrecido.

Artículo 17.- Derechos posteriores a la contratación.

- 17.1. Tener acceso al documento electrónico en que se formalice el contrato.
- 17.2. Disponer de medios técnicos que permitan identificar y corregir errores en la celebración del contrato electrónico.
- 17.3. Recibir en un término no mayor a las cuarenta y ocho (48) horas siguientes a la celebración del contrato electrónico, la confirmación de la recepción de la misma, a través de un medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación, excepto cuando el contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente. Este derecho podrá hacerse extensivo a un intermediario.
- 17.4. Adicionalmente tienen los siguientes derechos:
 - Derecho a devolver el bien adquirido sin penalización alguna, durante el plazo y bajo las condiciones establecidas en el contrato.
 - Derecho a la reparación o reposición del producto en caso reciba un producto defectuoso o a una nueva ejecución del servicio en caso el servicio no sea idóneo.
 - Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones de la ley del Estado Parte donde tengan su residencia

Artículo 18.- Derechos sobre la protección de sus datos personales.

- 18.1. El consumidor o usuario tiene derecho a acceder y a conocer sobre el uso y la finalidad que da el proveedor a los datos personales recabados por medios electrónicos.
- 18.2. El consumidor podrá solicitar en cualquier tiempo la rectificación y cancelación de sus datos personales.

Artículo 19.- Información sobre productos no originales o con defectos

- 19.1. En el caso que se ofrezcan mediante medios electrónicos productos con alguna deficiencia o defecto, usados, reconstruidos o remanufacturados, el consumidor tiene derecho a que le informen previamente de estos hechos antes de que realice la oferta, siendo responsabilidad de los proveedores acreditar el cumplimiento de dicha obligación.

- 19.2. El incumplimiento de esta exigencia es considerado contrario a la buena fe en el comportamiento exigible al proveedor.
- 19.3. El consumidor podrá oponerse al tratamiento que dé el prestador a sus datos personales.

Artículo 20.- Derechos sobre la recepción de comunicaciones comerciales.

- 20.1. Las comunicaciones comerciales realizadas a través de medios informáticos deberán ser claramente identificables como tales, así como la persona física o jurídica que las emite.
- 20.2. El consumidor, podrá optar o no por la recepción de comunicaciones comerciales sobre bienes y servicios electrónicos.
- 20.3. El envío periódico de comunicaciones comerciales a través de medios electrónicos, en forma individual o a través de bases de datos, sólo podrá realizarse cuando expresamente hayan sido solicitadas o autorizadas por los destinatarios de las mismas.
- 20.4. El consumidor debe contar con medios expeditos, sencillos y gratuitos para solicitar en cualquier tiempo su exclusión de las bases de datos en las cuales se halle inscrito y que ocasionen el envío de las comunicaciones comerciales.
- 20.5. La solicitud de exclusión es vinculante para el proveedor desde el momento de la recepción de la misma. La persistencia en el envío de comunicaciones comerciales periódicas no deseadas, se sancionará de acuerdo con lo dispuesto en la legislación de los Estados Partes.

**CAPÍTULO III
OBLIGACIONES DE LOS PRESTADORES DE BIENES Y SERVICIOS POR
MEDIOS ELECTRÓNICOS**

Artículo 21.- Información general.

Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establezca en la legislación vigente de los Estados Partes, el proveedor estará obligado a disponer de los medios que permitan acceder a través de medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información:

- a) Su nombre o denominación social; su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes; su teléfono; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva;
- b) La identificación fiscal que le corresponda;

- c) El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo.

Artículo 22.- Información sobre el precio.

- 22.1. Cuando se haga referencia a precios, se facilitará información clara y exacta sobre el precio de los bienes físicos o electrónicos o servicios ofrecidos, indicando los impuestos aplicables, los gastos de envío y el importe total del pedido incluyendo el precio de los recargos adicionales, de manera tal que el comprador se encuentre previamente informado del costo de la transacción antes de realizar su compra.
- 22.2. La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet.

Artículo 23.- Información sobre medios de pago

En caso que el proveedor diferencie el precio de los bienes o servicios ofrecidos mediante medios electrónicos en función del medio de pago, como tarjetas de crédito u otros, dicha información debe ser puesta en conocimiento del consumidor de manera destacada, en forma visible y accesible al momento de ofrecer dichos bienes y servicios.

Artículo 24.- Protección de datos personales de los destinatarios.

- 24.1. Cuando el proveedor recabe a través de medios electrónicos información y datos personales de los destinatarios, deberá informarle sobre su finalidad y uso.
- 24.2. El proveedor señalará el carácter obligatorio o facultativo de la respuesta a las preguntas que se plantean garantizando la custodia y secreto de los datos recabados, quedando prohibido cualquier uso indebido o distinto a los fines propios de la contratación de bienes y servicios por medios electrónicos, implementado medidas de seguridad técnicas y organizativas que permitan su salvaguarda.

CAPÍTULO VI FIRMAS Y CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS

Artículo 25.-Requisitos de la firma electrónica.

- 25.1. Para su validez, la firma electrónica deberá reunir los siguientes requisitos, a reserva de lo que prevea la legislación de los Estados Partes:
- g) Que sea individual y que vincule exclusivamente a su titular;
 - h) Que pueda verificarse inequívocamente la autoría e identidad del signatario, mediante dispositivos técnicos de comprobación;

- i) Que su método de creación y verificación sea confiable, seguro e inalterable.
- j) Que los datos con los que se cree la firma electrónica se hallen bajo control exclusivo del signatario;
- k) Que la firma sea controlada por la persona a quien pertenece, y
- l) Que esté ligada al contenido del contrato, de tal manera que si éste es modificado, la firma electrónica se invalida.

25.2. La autenticidad de la firma electrónica será corroborada por el proveedor mediante el certificado electrónico.

Artículo 26.- Requisitos del certificado electrónico.

El certificado de firma electrónica para ser considerado válido deberá contener:

- j) Identificación de la entidad de certificación;
- k) Domicilio legal de la entidad de certificación;
- l) Los datos del titular del certificado que permitan su ubicación e identificación;
- m) El método de verificación de la firma del titular del certificado;
- n) Las fechas de emisión y expiración del certificado;
- o) El número único de serie que identifica el certificado;
- p) La firma electrónica de la entidad de certificación;
- q) Las limitaciones o restricciones para los usos del certificado, y
- r) Los demás señalados en la legislación y reglamentación de los Estados Partes.

Artículo 27.- Reconocimiento internacional de certificados electrónicos.

Los certificados electrónicos emitidos por entidades de certificación de los Estados Partes, conforme a su legislación, gozarán de validez entre sí.

CAPITULO VII INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 28.- Infracciones.

28.1. Se considerarán infracciones al comercio electrónico sancionables conforme a la legislación de los Estados Partes, las siguientes conductas:

- e) El que empleando cualquier medio electrónico, informático o afín, violente claves o sistemas de seguridad para acceder u obtener información protegida contenida en sistemas de información; vulnerar el secreto, confidencialidad y reserva, o únicamente vulnerar su seguridad;
- f) Quien obtenga información sobre datos personales para cederla, publicarla, utilizarla o transferirla a cualquier título, sin la autorización de su titular o titulares, con el propósito de salvaguardar el derecho a la protección de sus datos personales.
- g) Quien falsifique electrónicamente con ánimo de lucro o para causar un perjuicio a un tercero, alterando o modificando la información de

documentos electrónicos en sus elementos o requisitos de carácter formal o esencial, o simule un documento electrónico induciendo a error sobre su autenticidad, y

- h) Los que faciliten la apropiación de un bien ajeno, o los que procuren la transferencia no consentida de bienes, valores o derechos de una persona, en perjuicio de ésta o de un tercero, en beneficio suyo o de otra persona.

- 28.2. La inobservancia de las obligaciones contempladas en esta Ley Marco por parte de los prestadores y destinatarios de bienes y servicios electrónicos los sujetarán al régimen sancionatorio previsto en la legislación de los Estados Partes.

CAPITULO VIII RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Artículo 29.- Solución de conflictos

- 29.1. Se conformará una instancia regional latinoamericana de mediación y resolución de conflictos derivados del comercio electrónicos, la cual resolverá las discrepancias entre proveedores y consumidores en base a los principios jurídicos de la Ley Marco de Comercio Electrónico.
- 29.2. Los Estados Partes armonizarán su legislación interna de conformidad con la presente Ley Marco, en consonancia con los principios e igualdad soberana e integridad territorial de cada país, garantizado la no intervención en los asuntos que les corresponden a otros.

DISPOSICIONES GENERALES

ÚNICA.- Los Estados Partes armonizarán su legislación interna de conformidad con la presente Ley Marco, en consonancia con los principios e igualdad soberana e integridad territorial de cada país, garantizado la no intervención en los asuntos que les corresponden a otros.

PROYECTO DE LEY SOBRE TRASTORNOS ALIMENTARIOS Y PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD MÓRBIDA

Presentada por el Diputado Ricardo Planchon (URUGUAY)

Artículo 1º.- Créase dentro de la órbita del Ministerio de Salud Pública, el **Programa Nacional de Prevención y Control de los trastornos alimentarios (Obesidad, bulimia y anorexia).**

Artículo 2º.- Será competencia de este Programa Nacional:

- a)- Instrumentar campañas informativas dirigidas a los trastornos alimentarios: características de los mismos y consecuencias, aspectos clínicos, nutricionales, psicológicos y sociales y de las formas apropiadas e inapropiadas de su tratamiento, derecho y promoción de la salud y derechos del consumidor.
- b)- Promover conductas nutricionales saludables.
- c)- Promover espacios de reflexión y educación para quienes padecen estas enfermedades.
- d)- Proponer acciones tendientes a eliminar la discriminación y la estigmatización en el ámbito laboral, educacional y/o social.
- e)- Desarrollar actividades de difusión, televisivas, radiales y gráficas, dirigidas a la población en general y a grupos de riesgo en particular, a fin de concientizar sobre los riesgos en la salud que ocasionan las dietas sin control médico y de instruir a la población sobre hábitos alimentarios y adecuados a cada etapa de crecimiento.

Artículo 3º.- El Ministerio de Salud Pública tendrá la autoridad para que la presente Ley se aplique y coordinará acciones para llevarla adelante.

Artículo 4º.- Inclúyase a los trastornos alimentarios en el Sistema Nacional Integrado de Salud (SNIS), o en el que, en el futuro, corresponda. Todas las prestadoras de servicios de salud ya sean públicas o privadas, deberán cubrir los trastornos alimentarios como una enfermedad.

Artículo 5º.- El Ministerio de Salud Pública en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura y con el Ministerio de Desarrollo Social deberá:

- a)- Incorporar prácticas alimentarias en el sistema educativo en todos sus niveles, de medidas que fomenten la actividad física y eviten el sedentarismo y la promoción de un ambiente escolar saludable.
- b)- Capacitar a educadores, trabajadores escolares, trabajadores de salud y demás operadores comunitarios a fin de formar agentes aptos para:
 - I)- Contribuir a la capacitación, perfeccionamiento y actualización de conocimientos básicos sobre la problemática alimentaria.
 - II)- Detectar adecuadamente las situaciones de vulnerabilidad y promover acciones y estrategias para abordarlas a través de una adecuada orientación.

III)- Realizar talleres y reuniones para dar a conocer a los padres cuestiones relativas a la prevención de los trastornos alimentarios.

Artículo 6º.- El Ministerio de Salud Pública auspiciará actos, seminarios, talleres, conferencias y/o programas de difusión, que contribuyan al conocimiento de los problemas que traen aparejado los diferentes trastornos alimentarios, y las formas de prevención.

Artículo 7º.- El Ministerio de Salud Pública, en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Social, desarrollará estándares alimentarios para garantizar el buen funcionamiento de los comedores escolares.

Artículo 8º.- La autoridad de aplicación deberá tomar medidas a fin de que los anuncios publicitarios, y que los diseñadores de moda, no utilicen la extrema delgadez como símbolo de salud y/o belleza, y ofrezcan una imagen mas plural de los jóvenes.

Artículo 9º.- La publicidad y/o promoción, a través de cualquier medio de difusión, de alimentos con elevado contenido calórico y pobres en nutrientes esenciales, deberá contener la leyenda “El consumo excesivo es perjudicial para la salud”.

Artículo 10º.- Quedan incorporadas en el Sistema Nacional Integrado de Salud, la cobertura del tratamiento integral de los trastornos alimentarios.

Artículo 11º.- La cobertura que deberán brindar todos los prestadores de servicios de salud ya sean públicos o privados, incluirá todos los tratamientos médicos necesarios. Esto refiere a tratamientos nutricionales, psicológicos, clínicos, quirúrgicos, farmacológicos y todas las prácticas médicas necesarias para una atención multidisciplinaria e integral de las enfermedades.

Artículo 12º.- Los proveedores de bienes o servicios con destino al público en general, no podrán negarse, ante el requerimiento de una persona obesa, a proporcionar el bien o servicio solicitado, en las condiciones que al respecto establezca el Poder Ejecutivo.

Artículo 13º.- El Poder Ejecutivo, dispondrá las medidas necesarias a fin de que los establecimientos educacionales y sanitarios de su jurisdicción, cuenten con las comodidades y el equipamiento adecuado para el uso y asistencia de las personas que padecen obesidad.

Artículo 14º.- Todos los prestadores de servicios de Salud, tanto públicos como privados, deberán llevar un registro estadístico de pacientes con trastornos alimentarios y de las enfermedades crónicas relacionadas.

Artículo 15º.- El Poder Ejecutivo dispondrá las medidas necesarias a fin de que los envases en que se comercializan productos comestibles destinados al consumo humano que contengan grasas “trans” lleven en letra y lugar visible la leyenda: “El consumo de grasa “trans” es perjudicial para la salud”.

Artículo 16º.- Facúltese al Poder Ejecutivo a dictar las disposiciones de carácter sancionatorio ante el incumplimiento de la presente ley, teniendo en cuenta la gravedad de la falta y la reiteración de la misma.

Dichas sanciones se aplicarán sin perjuicio de la responsabilidad civil o penal que pudiere corresponder.

Artículo 17º.- Comuníquese, etc.

Montevideo, 02 de julio de 2013.

Exposición de Motivos

En el mundo se está viviendo una gran pandemia de sobrepeso y obesidad que ha traído aparejado a través de trastornos alimentarios el sobrepeso, el crecimiento de patologías complejas y graves como la resistencia a la insulina, la diabetes, la hipertensión arterial, enfermedades cardiovasculares y cerebro vasculares, la hiper-lipidemia, la apnea del sueño, patologías óseo articulares y diferentes tipos de canceres, que han provocado que los costos de la atención sanitaria de distintos estados, haya crecido de tal manera y tal forma que algunos están a punto de colapsar. Estados Unidos es el país con mayores tasas de sobrepeso y obesidad mórbida del plantea seguido por México. En el Uruguay las cifras no son menores, el 50% de nuestra sociedad tiene algún grado de sobrepeso y el 11% padece de obesidad mórbida. La obesidad mórbida significa tener entre 40 y 45 kilos de más por el sobrepeso establecido en un índice de masa corporal saludable. El índice de masa corporal es la medida que relaciona el peso y la estatura de una persona para calcular justamente si tiene o no sobrepeso, se calcula mediante una fórmula sencilla que es dividiendo el peso entre la estatura al cuadrado.

Obesidad mórbida también es tener un Índice de Masa Corporal de más de 40 o personas con un Índice de Masa Corporal de 35 y diferentes patologías se encuentran en una situación muy riesgosa para su salud.

Creemos que el Estado uruguayo, tiene la obligación moral de encarar este tema en forma responsable y es por eso que este proyecto de ley plantea que el sistema del Fondo Nacional de Salud, reconozca a los trastornos alimentarios y a la obesidad como una enfermedad y no meramente como un tema estético. Mediante este proyecto de ley los centros asistenciales de salud que brindan servicios, públicos y privados, tendrán la obligación de ofrecer a sus pacientes todas las medidas para tratar esta patología. Además este proyecto pone en evidencia de que hay instituciones que no tienen, no solamente una atención integral del obeso, sino que además no cuentan con las comodidades y el equipamiento adecuado para estudiar y diagnosticar ciertas patologías, un ejemplo concreto es que no se cuentan con tomógrafos o resonadores magnéticos para atender a ciudadanos con obesidad mórbida.

Todas estas situaciones hacen que este proyecto sea de real trascendencia e importancia. Los trastornos alimentarios, las llamada comida chatarra y grasas trans, además de los avances tecnológico, hacen que nuestros niños pasen hora y horas frente a las computadoras haciendo poca actividad física, comiendo comida inapropiada haciendo que poco a poco la salud pública entre en estado emergencia.

Solicitamos en consecuencia de los motivos que anteceden un tratamiento preferente al adjunto proyecto de ley que genere un acto de justicia y de prevención de futuros males mayores para nuestra sociedad.

Montevideo, 02 de julio de 2013.

LEY MODELO DE CONSUMERS INTERNATIONAL PARA LA PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE (revisada a octubre de 2003)

Cláusula constitucional modelo

1. Disposiciones Generales
2. De los Derechos de los Consumidor
3. De la Información y la Publicidad
4. De la Protección Contractual
5. De las Operaciones a Crédito
6. De la Responsabilidad del Proveedor
7. De los Productos Nocivos o Peligrosos
8. De los Servicios Públicos Domiciliarios
9. De los Deberes del Estado
10. De la Defensa en Juicio de los Derechos de los Consumidores
11. De las Asociaciones de Consumidores

CLAUSULA CONSTITUCIONAL MODELO

Art. - Son derechos fundamentales de los consumidores de bienes y servicios: la protección de su vida, salud y seguridad; el acceso a bienes y servicios esenciales y al control social de su provisión; la protección de sus intereses económicos y sociales; la protección contra prácticas y cláusulas abusivas, así como contra la publicidad abusiva y engañosa; recibir información veraz y apropiada; la libertad de elección; un trato equitativo y digno; la efectiva prevención y reparación de los daños patrimoniales y morales, individuales, colectivos y difusos; la educación para el consumo; la promoción de modalidades sostenibles de producción y consumo; el asociarse y constituir asociaciones de consumidores; el acceso a la justicia y a los órganos administrativos; la participación en los procesos de toma de decisión sobre los temas que les afecten.

El Estado proveerá la protección de estos derechos mediante la promulgación de leyes de protección de los consumidores; la aplicación de políticas que favorezcan el acceso universal al consumo de los bienes y servicios esenciales; la información y educación de los consumidores; la existencia de procedimientos eficaces de acceso, individual o colectivo, a la justicia; la promoción de medios alternativos de resolución de conflictos; la vigilancia y control de calidad y seguridad de productos y servicios; el fomento a las organizaciones de consumidores.

En los procesos de integración económica serán garantizados los derechos fundamentales de los consumidores.

CAPITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

ART. 1: Las disposiciones de la presente ley son de orden público. Las mismas son irrenunciables por las partes y prevalecerán sobre cualquier norma legal, uso, costumbre, práctica comercial o estipulación en contrario.

ART. 2: Quedarán sujetos a las disposiciones de la presente ley todos los actos jurídicos celebrados entre proveedores y consumidores, relativos a la distribución, depósito, venta o arrendamientos de bienes muebles o inmuebles, o a la contratación de servicios. En caso de duda se estará siempre por la interpretación más favorable al consumidor.

ART. 3: Para los efectos de la presente ley, se entenderá por:

Consumidor: toda persona natural o jurídica, que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final, bienes o servicios de cualquier naturaleza. Será considerado asimismo consumidor quien, en función de una eventual contratación a título oneroso, reciba a título gratuito bienes o servicios.

Proveedor: toda persona natural o jurídica, de carácter público o privado, que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución, concesión de marca o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por los que se cobre precio, tasa o contribución.

CAPITULO SEGUNDO

DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

ART. 4: Los consumidores tendrán derecho a:

- 1) la protección de su vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios;
- 2) la protección de sus intereses económicos y sociales;
- 3) la calidad de los bienes y servicios;
- 4) la información veraz, clara, suficiente y oportuna sobre bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como también a sus precios, características, calidad y riesgos que eventualmente pudieren presentar;
- 5) la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo, no discriminatorio y digno;
- 6) la educación y formación en materia de consumo;
- 7) la promoción de modalidades sostenibles de consumo;
- 8) agruparse en asociaciones de consumidores que serán consideradas de interés social;
- 9) acceder a los medios jurisdiccionales y administrativos correspondientes para la protección y prevención de sus derechos y legítimos intereses, y a accionar individualmente o a través de las asociaciones de consumidores, tanto en los intereses individuales, así como en los colectivos y/o difusos;

- 9) la efectiva prevención y reparación de los daños patrimoniales y morales, individuales, colectivos y difusos;
- 10) la representación, consulta y participación a través de las asociaciones de consumidores, en la elaboración de normas generales que les afecten.

ART. 5: El Estado proveerá los medios legales para que los consumidores discapacitados puedan ejercer con igual posibilidad los derechos que se enumeran en la presente ley. Al efecto, se tendrán en cuenta, en aquello que corresponda, las Normas Uniformes sobre la Igualdad de Oportunidades para las Personas Discapacitadas de Naciones Unidas (Resolución 48/96 de la Asamblea General del 20 de diciembre de 1993).

CAPITULO TERCERO INFORMACION Y PUBLICIDAD

ART. 6: Es obligación de todo proveedor de bienes o servicios el entregar al consumidor información, veraz, suficiente, clara y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de modo tal que éste pueda tomar una adecuada y razonable elección.

ART. 7: El proveedor de bienes muebles o el prestador de servicios estará obligado a entregar al contratante, factura o comprobante, que documente el negocio, salvo disposición en contrario.

En caso que, al momento de efectuarse la venta, no se entregue el bien, deberá indicarse en la factura o comprobante, el lugar y la fecha en que se hará la entrega y las consecuencias del incumplimiento o retardo en ésta.

En las prestaciones de servicios, deberá indicarse siempre, en la factura o comprobante, los componentes materiales que se empleen, el precio unitario de los mismos y de la mano de obra, así como los términos en que el prestador se obliga a garantizarlos.

ART. 8: Los precios de los bienes y servicios deberán incluir el valor de los mismos (precio de contado) así como toda tasa o impuesto a que se encuentren afectos y que sean de cargo del consumidor. así como los gastos de todo tipo, tales como envíos, transporte, embalajes, asesoramiento, etc.

El monto del precio deberá indicarse en moneda nacional, de manera clara e inequívoca y éstos se expondrán a la vista del público, ya sea que se refieran a bienes o a servicios, con excepción, de aquellos que por sus características especiales el precio deba regularse de común acuerdo.

ART. 9: Los datos que ostenten los productos o sus etiquetas, envases, empaques, así como la publicidad, información o anuncios relativos a la prestación de servicios, se expresarán en idioma español (portugués, inglés, etc) y en moneda nacional y unidades de medida correspondientes al sistema general. Todo esto sin perjuicio de la facultad del oferente de indicar, complementariamente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida.

En caso de productos de procedencia extranjera envasados en origen, deberá darse cumplimiento a lo previsto en el inciso anterior, especificándose, además, el origen del bien, sus ingredientes, volumen o cualquier otro dato que disponga el organismo correspondiente.

La oferta de productos que se expendan envasados o enlatados con contenidos diferentes a las unidades de medida, tales como litro o kilogramos, deberán además consignar sus precios expresados no solo en el contenido concreto sino también en las unidades de medida

ART. 10: Las leyendas "garantizado", "garantía" o cualquier otra equivalente, sólo podrán emplearse cuando indiquen en que consiste la garantía, así como las condiciones, forma, plazo y el lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva.

ART. 11: Los términos de las garantías deberán ser claros y precisos. Deberá indicar su alcance, duración y condiciones, así como la individualización de las personas naturales o jurídicas que las extienden y los establecimientos y las formas en que pueden hacerse efectivas.

ART. 12: Cuando se expendan al público productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, deberá indicarse, de manera precisa y ostensible, tales circunstancias, dejándose constancia de ello en las facturas, comprobantes o remitidos correspondientes.

ART. 13: Los fabricantes e importadores de bienes deberán asegurar el regular suministro de componentes, repuestos y servicio técnico, durante el lapso en que aquellos se fabriquen, armen, importen o distribuyan y posteriormente durante un período razonable de tiempo en función a la durabilidad de los bienes en cuestión.

ART. 14: Salvo que por disposición legal el consumidor deba reunir algún requisito, no podrá negársele por otra causa la adquisición de productos que se tengan en existencia, ni condicionárselo a la adquisición de otro producto o a la contratación de un servicio. Tampoco podrá vendérsele a mayor precio que aquel con que el producto se publicita o, en su caso, al oficialmente determinado. Se presumirá la existencia de productos por el solo hecho de anunciarse en vidrieras o escaparates de un local comercial.

ART. 15: Se prohíbe toda discriminación al consumo de bienes o servicios, entendiéndose por tal, la injustificada y arbitraria negativa a proveer un producto o prestar un servicio, así como la prestación de servicios en forma irregular o dilatoria, salvo que mediaren causas fortuitas o de fuerza mayor debidamente justificadas.

ART. 16: Queda prohibida la realización de propuesta al consumidor, por cualquier tipo de medio, sobre un bien o servicio que no haya sido requerido previamente y que genere un cargo automático en cualquier sistema de débito, que obligue al consumidor a manifestarse por la negativa para que dicho cargo no se efectivice. Las propuestas realizadas en violación a esta prohibición generarán el derecho de indemnización de daños y perjuicios a favor del consumidor, la que no podrá ser inferior a el 50% de los valores involucrados en la propuesta prohibida. Si con la oferta se envió un bien o servicio, el receptor no está obligado a conservarlo ni a restituirlo al remitente aunque la restitución pueda ser realizada libre de gastos.

De la Regulación de la Publicidad

ART. 17: La oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa de productos actividades o servicios, será perseguida y sancionada como fraude.

Se entenderá por publicidad falsa o engañosa todo tipo de información o comunicación de carácter comercial en que se utilicen textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión, puedan inducir a engaño, error o confusión al consumidor, especialmente sobre:

- a) el origen geográfico, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
- b) los componentes o ingredientes del bien ofrecido, o el porcentaje en que concurren en el mismo;
- c) los beneficios o implicancias del uso de éste o contratación del servicio;
- d) las características básicas del producto a vender o el servicio a prestar, tales como dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, u otra, juzgada razonable e indispensable en una normal contratación relativa a tales bienes o servicios;
- e) la fecha de elaboración o de vida útil del bien, cuando estos datos se indiquen;
- f) los términos de las garantías que se ofrezcan;
- g) los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas;
- h) precio del bien o servicio ofrecido, formas de pago y costo del crédito.
- i) y cualquier otro dato sobre el producto o servicio.

ART. 18: Se prohíbe asimismo la publicidad abusiva, la que para todos los efectos legales se entenderá como aquella publicidad de carácter discriminatorio de cualquier naturaleza, que incite a la violencia, explote el miedo, se aproveche de la falta de madurez de los niños, infrinja valores ambientales o sea capaz de inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.

ART. 19: En las controversias que pudieren surgir como consecuencia de lo dispuesto en los artículos precedentes, el anunciante deberá probar la veracidad de las afirmaciones contenidas en el mensaje publicitario.

Para todos los efectos legales se entenderá por anunciante al proveedor de bienes o prestador de servicios que ha encargado la difusión del mensaje publicitario.

ART. 20: Cuando la gravedad de las afirmaciones hechas en un mensaje publicitario considerado falso o engañoso así lo ameriten, la autoridad correspondiente ordenará la difusión de la rectificación de su contenido, a costa del anunciante y por los mismos medios en que se difundió el mensaje sancionado.

De la Oferta de Bienes y Servicios

ART. 21: En caso de ventas o servicios promocionales, liquidaciones u ofertas especiales, se deberá indicar en la publicidad respectiva, el plazo de duración de las mismas, o en su caso, el volumen de mercaderías que se ofrezcan, así como las condiciones generales del negocio propuesto.

Cuando no se haya fijado término de duración o el volumen de mercaderías, se entenderá que la liquidación, promoción u oferta se extienden por un plazo de treinta días, a partir del último anuncio.

El proveedor de bienes o servicios podrá, sin embargo, eximirse de esta obligación indicando el fin de las mencionadas promociones, liquidaciones u ofertas especiales de modo ostensible y por los mismos medios de publicidad en que éstas se anunciaron. En todos estos casos regirá lo dispuesto en el artículo 13 de la presente ley.

ART. 22: Si el proveedor de bienes o servicios de una promoción liquidación u oferta especial no diere cumplimiento a lo anunciado, el consumidor podrá optar entre:

- a) exigir el cumplimiento forzoso de la obligación a cargo del proveedor, de acuerdo al régimen general;
- b) aceptar otro bien o la prestación de un servicio equivalente;
- c) rescindir el contrato si hubiere existido pago anticipado por parte del consumidor.

En todos estos casos tendrá derecho a reclamar, una indemnización, que será de cargo del oferente, la que no podrá ser inferior a la diferencia económica entre el precio del bien o del servicio objeto de la promoción u oferta y su precio corriente.

CAPITULO CUARTO DE LA PROTECCION CONTRACTUAL

Del Contrato de Adhesión

ART. 23: Se entenderá por contrato de adhesión aquel cuyas cláusulas han sido aprobadas por la autoridad competente o establecidas unilateralmente por el proveedor de bienes o servicios sin que el consumidor pueda discutir o modificar sustancialmente su contenido al momento de contratar.

ART. 24: Todo contrato tipo o de adhesión, presentado en formularios, en serie o mediante cualquier otro procedimiento similar, deberá ser redactado en idioma español (portugués, inglés etc.) y con caracteres legibles a simple vista para una persona de visión normal.

Deberá estar redactado en términos claros y comprensibles para el consumidor y no podrá contener remisiones a textos o documentos que, no siendo de conocimiento público, no se faciliten al consumidor previa o simultáneamente a la celebración del contrato.

De todo contrato celebrado entre proveedores y consumidores deberá darse copia a las partes.

Derecho de Retracto

ART. 25: El consumidor tendrá derecho a retractarse siempre, dentro de un plazo de catorce (14) días contados de desde la firma del contrato o desde la recepción del producto o servicio, cuando el contrato se hubiere celebrado fuera del establecimiento comercial, especialmente si ha sido celebrado por teléfono, correo, catálogo, televisión, internet o en el domicilio del consumidor, o cuando el consumidor es convocado por

el proveedor y el objeto de dicha convocatoria es diverso al de la contratación que se celebre, o cuando ésta se obtenga mediante prácticas comerciales engañosas, compulsivas o coercitivas. El derecho de retracto podrá ejercerse siempre y cuando lo permita su naturaleza, y el estado del bien sea el mismo de aquél en que se recibió. En el caso que ejercite oportunamente este derecho le serán restituidos los valores cancelados debidamente actualizados. En el caso de servicios, el derecho de devolución se ejercerá mediante la cesación inmediata del contrato de provisión del servicio.

De las Cláusulas Contractuales

ART. 24: Las cláusulas de los contratos serán interpretadas del modo más favorable al consumidor.

ART. 25: Son nulas de pleno derecho y no producirán efecto alguno las cláusulas o estipulaciones contractuales que afecten inquietativamente al consumidor en el cotejo de las obligaciones de las partes, tales como las que a título enunciativo se exponen a continuación:

1. exoneren, atenúen o limiten la responsabilidad de los proveedores por vicios de cualquier naturaleza de los bienes o servicios prestados.
2. importen renuncia a los derechos que esta ley reconoce a los consumidores o de alguna manera limite su ejercicio;
3. inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;
4. impongan la utilización obligatoria del arbitraje;
5. permita al proveedor la variación unilateral del precio o de otras condiciones del contrato;
6. autorice al proveedor a resolver unilateralmente del contrato salvo cuando se conceda esta facultad al consumidor para el caso de ventas por correo a domicilio o por muestrario, y
7. cualquiera otras cláusulas o estipulaciones que impongan condiciones injustas de contratación o exageradamente gravosas para el consumidor, o que le causen indefensión o que sean contrarias al orden público y la buena fe.

ART. 26: El contrato será integrado, en lo que a las cláusulas nulas se refiere, cuando fuere estrictamente necesario, por las disposiciones generales de la presente ley. La nulidad de una cláusula contractual abusiva no invalida el contrato, excepto cuando de su ausencia, a pesar de los esfuerzos de integración, resulte una carga excesiva para cualquiera de las partes.

ART. 27: En los contratos de adhesión referentes a la prestación de servicios, tales como telefonía celular, medicina prepagada, televisión satelital o por cable u otros similares, el consumidor podrá dar por terminado unilateralmente el contrato en cualquier tiempo, previa notificación por escrito con al menos quince días de anticipación a la finalización del período en curso. En estos casos, en el contrato de adhesión no se podrá incluir cláusulas ni disposición alguna que impongan al consumidor multas, sanciones o recargos de ninguna naturaleza, atribuida a la

terminación anticipada de dicho contrato y de incluirlas no tendrán ningún efecto jurídico.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el presente artículo, el consumidor mantendrá la obligación de cancelar los saldos pendientes únicamente por servicios efectivamente prestados hasta la fecha de la terminación unilateral del contrato, así como los valores adeudados por la adquisición de los bienes necesarios para la prestación del servicio, de ser el caso.

CAPITULO QUINTO DE LAS OPERACIONES DE CREDITO¹

[ART. 28: En los casos en que se efectúen compraventas de productos o prestaciones de servicios que incluyan el otorgamiento de créditos al consumidor, el proveedor de los bienes o servicios estará obligado a informar previamente a éste de:

- a) el precio contado del bien o servicio en cuestión;
- b) el monto de los intereses, la tasa anual a que estos se calculan, así como la tasa de interés moratorio;
- c) el número de pagos a efectuar, así como su periodicidad;
- d) la suma total a pagar por el referido bien o servicio, la que no podrá superar al precio contado más los intereses;
- e) los derechos y obligaciones de las partes en caso de incumplimiento.

ART. 29 : En toda venta o prestación de servicio a crédito, el consumidor siempre tendrá derecho a pagar anticipadamente la totalidad de lo adeudado. Podrá, además, hacer pagos parciales en cantidad nunca inferior a una cuota.

En ambos casos, se procederá a la consiguiente reducción proporcional de los intereses.
]

CAPITULO SEXTO DE LA RESPONSABILIDAD DEL PROVEEDOR

ART. 30: Los proveedores de bienes o servicios, cualquiera sea su naturaleza jurídica, incurrirán en responsabilidad civil, y administrativa tanto por los hechos propios como por los de sus dependientes o auxiliares, permanentes o circunstanciales, aún cuando no tengan con el mismo, una relación laboral.

Responsabilidad Civil

ART. 31: Serán solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los daños ocasionados por los bienes o servicios prestados, los productores, los

¹ Durante la reunión del Grupo Legal en Bruselas, en octubre de 2003, se decidió mantener este capítulo, y momentáneamente estos dos artículos, pero se acordó trabajar en una nueva redacción para el Capítulo 5, que incluya definiciones y conceptos generales sobre crédito al consumo.

importadores, los distribuidores, los proveedores y todos aquellos que hayan participado de la cadena de distribución.

Esta responsabilidad será objetiva y no se estará al grado de diligencia o negligencia con que haya actuado cualquiera de ellos.

ART. 32: El consumidor podrá optar por pedir la rescisión del contrato o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan impropia o que disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad de uso al que normalmente se le destina; que, de haberlos conocido el consumidor no la habría adquirido o hubiera dado un menor precio por ella.

ART. 33 : Los consumidores tendrán derecho, además de la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien en un plazo razonable y, cuando ello no sea posible, a su reposición, o a la devolución de la cantidad pagada, en los siguientes casos:

- a) cuando los productos sujetos a normas de calidad de cumplimiento obligatorio no cumplen la especificaciones correspondientes;
- b) cuando los materiales, elementos, sustancias o ingredientes que constituyen o integren los productos no correspondan a las especificaciones que ostentan;
- c) cuando la "ley de los metales" de los artículos de joyería u orfebrería sea inferior a la que en ellos se indica;
- d) cuando el producto se hubiere adquirido con determinada garantía y, dentro del lapso de ella, se pusiera de manifiesto la deficiencia de la cualidad o propiedad garantizada, siempre que se hubiere destinado a un uso o consumo normal de acuerdo a las circunstancias y a su naturaleza;
- e) cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado;
- f) cuando el proveedor y consumidor hubieren convenido que los productos objeto del contrato debieran reunir determinadas especificaciones que no se cumplieren.

ART. 34: Los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto, o en su caso, a la devolución de la suma pagada en exceso por el mismo, en los siguientes casos:

- a) cuando, considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto sea inferior al que debiera ser o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque;
- b) cuando el instrumento empleado en la medición del contenido, cantidad, volumen u otra enunciación semejante, haya sido utilizado en perjuicio del consumidor o fuera de los límites de tolerancia permitidos en este tipo de mediciones.

ART. 35: Las acciones emanadas de los artículos 32, 33 y 34 podrán interponerse en contra de cualquiera de los integrantes de la cadena de comercialización de dicho bien, quienes responderán en forma solidaria.

ART. 36: La mora en el cumplimiento de las obligaciones a cargo del proveedor de bienes o prestador de servicios permitirá al consumidor pedir la rescisión del contrato, sin perjuicio de las indemnizaciones que pudieren corresponder.

ART. 37: Cuando un bien objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho, dentro de los ciento ochenta días contados a partir de la recepción del bien, a que se le repare sin costo adicional en el plazo más breve posible, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios que corresponda.

Si se hubiere otorgado garantía por un plazo mayor, se estará a este término.

ART. 38: Cuando el bien u objeto de un servicio de acondicionamiento, reparación, limpieza u otro similar sufriere tal menoscabo o deterioro que disminuya su valor o lo torne total o parcialmente inapropiado para el uso normal a que está destinado, el prestador del servicio deberá indemnizar al consumidor por la pérdida ocasionada.

ART. 39: En los contratos de prestación de servicios cuyo objeto sea la reparación de cualquier tipo de bienes, se entenderá implícita la obligación, de cargo del prestador del servicio, de emplear en tal reparación componentes o repuestos nuevos y adecuados al bien de que se trate, sin perjuicio de la libertad de las partes para convenir expresamente lo contrario.

El incumplimiento de esta obligación dará lugar, además de las sanciones e indemnizaciones que correspondan, a que se obligue al prestador del servicio a sustituir, sin cargo adicional alguno, los componentes o repuestos de que se trate.

CAPITULO SEPTIMO DE LOS PRODUCTOS NOCIVOS O PELIGROSOS

ART. 40: El productor o proveedor de bienes para el consumo deberá incorporar a los mismos o a los instructivos anexos, cuando aquellos fueren nocivos o peligrosos para la salud, señales fácilmente perceptibles de advertencia, a fin de que su empleo se efectúe con la mayor seguridad posible para el consumidor.

Deberá aportar la misma información y en forma notoria, el prestador de servicios peligrosos, sin perjuicio de su obligación de adoptar las correspondientes medidas de seguridad y de desarrollar su actividad en la forma que de conformidad con las leyes le pueda ser exigida.

En los casos mencionados deberá entregarse un manual en idioma nacional (español, portugués, inglés, etc.) sobre el uso, la instalación y mantenimiento del bien o servicio de que se trate. Igual obligación regirá en todos los casos en que se trate de artículos importados, siendo los proveedores los responsables del contenido de la traducción.

ART. 42: Todo productor o proveedor de bienes de consumo que, con posterioridad a la introducción de los productos al mercado, se percate de la existencia de peligros imprevistos o riesgos para la salud, deberá comunicar el hecho a la brevedad a la autoridad competente e informar al público consumidor sobre la existencia de los riesgos o peligros a que hubiera lugar.

Los avisos a la población serán de cargo del productor o proveedor del bien o bienes en cuestión y deberán hacerse por los medios adecuados de manera que se asegure una completa y oportuna información acerca de los riesgos del producto a toda la población consumidora.

Lo anterior no eximirá al proveedor de su responsabilidad por los daños efectivamente ocasionados por el producto en cuestión.

ART. 43: La autoridad arbitrará los medios necesarios para el fiel, oportuno e íntegro cumplimiento de las obligaciones señaladas en el artículo anterior.

ART. 44: En caso de constatarse que un bien de consumo adolece de un defecto de entidad o constituye un peligro o riesgo de importancia, aún cuando se utilice en forma adecuada, el proveedor del mismo deberá, sin perjuicio de las responsabilidades a que hubiere lugar, retirarlo del mercado, sustituirlo o reemplazarlo a su costo.

En caso de no poder procederse según lo previsto en el inciso anterior, y en las mismas condiciones, el proveedor deberá, en un plazo prudencial devolver al consumidor lo abonado por el bien, contra la presentación del producto, su envase u otro medio que acredite la adquisición del bien por parte del consumidor.

ART. 45: Comprobada por cualquier medio idóneo, la peligrosidad o toxicidad de un producto, en niveles considerados como nocivos o peligrosos para la salud de la población, la autoridad competente dispondrá el retiro inmediato de dicho bien o producto del mercado y la prohibición de circulación para el mismo.

Los daños y perjuicios producidos por la acción de dichos bienes o productos, serán de cargo del productor o proveedor.

ART. 46: Las patentes, autorizaciones, licencias u otros documentos o permisos otorgados por el Estado a productores de bienes o servicios, para la investigación, desarrollo o comercialización de bienes que puedan resultar peligrosos o nocivos para la salud de la población, en ningún caso eximirán de la responsabilidad por los daños y perjuicios efectivamente ocasionados a los consumidores que de conformidad a lo dispuesto por esta Ley u otras sean de cargo de los productores, proveedores, importadores, distribuidores o de quienes hayan participado en la cadena de distribución de estos bienes nocivos.

ART. 47: Lo dispuesto en el artículo anterior es sin perjuicio del derecho que tiene cualquiera de los participantes en la cadena de distribución del bien nocivo o peligroso, para repetir por las indemnizaciones pagadas en contra de quien resulte ser efectivamente responsable de los efectos nocivos de este bien o servicio.

CAPITULO OCTAVO DE LOS SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS

ART. 48: Los servicios públicos domiciliarios serán prestados de manera universal, por lo que su provisión con adecuación, eficiencia, continuidad y regularidad será garantizada.

El suministro de agua y servicios sanitarios es un derecho humano que satisface necesidades vitales y por tanto no podrá ser interrumpido bajo ninguna circunstancia.

ART. 49: Los usuarios y consumidores gozan de los derechos a la calidad y eficiencia de los servicios públicos domiciliarios, al control de los consumos efectuados y a tarifas justas y razonables.

ART 50: Los contratos, títulos y privilegios otorgados a las empresas para la prestación de los servicios públicos domiciliarios serán interpretados en forma restrictiva, sobre la base de que lo que no esté expresamente concedido no puede crear derechos para los proveedores.

ART. 51: Los organismos de control y/o agencias de regulación y fiscalización garantizarán el acceso a la información regulatoria a las asociaciones de consumidores con la debida antelación y en igualdad de condiciones con los proveedores. Asimismo deberán prestar a las asociaciones de consumidores asistencia técnica y financiera para su interpretación y utilización. Esta información será considerada siempre de interés público no pudiendo restringirse el acceso de los consumidores a ella.

CAPITULO NOVENO DE LOS DEBERES DEL ESTADO

ART. 52: Será deber del Estado, el arbitrar los medios para el fiel cumplimiento de las disposiciones de la presente Ley, como el de velar por la protección y promoción de los derechos de los consumidores.

ART. 53. El Estado deberá dar participación y oír en consulta a las asociaciones de consumidores en todas aquellas cuestiones en las que los intereses de los consumidores puedan ser afectados. La legislación regulará esta participación, y la forma de representación de las asociaciones de consumidores.

ART. 54: El Estado facilitará los medios legales y materiales, y los recursos necesarios para la creación y fundación de asociaciones de consumidores dentro de todo su territorio nacional. A tal fin, el Estado podrá disponer el otorgamiento de contribuciones financieras a las asociaciones de consumidores legalmente constituidas, con cargo al presupuesto nacional, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo siguiente.

ART. 55: El Estado facilitará los medios legales y materiales y los recursos necesarios para permitir a los consumidores organizados una representación adecuada en las instituciones de la normalización nacional e internacional (técnica, de servicios y de gestión) con el fin de garantizar que los consumidores participen en cualquier proyecto de normalización que afecte a sus intereses.

ART. 56: En caso de que el Estado, en cumplimiento del deber señalado en los artículos 43 y 48 de la presente Ley imponga multas, comisos u otras penas o cargas pecuniarias a los proveedores, el producto de ellas se destinará a un Fondo Común

de Multas que estará afecto al financiamiento de las organizaciones de consumidores, como a la promoción de sus derechos. Si la multa o carga pecuniaria se impusiera al proveedor en un proceso iniciado por una asociación de consumidores, ésta podrá recibir hasta el 50 % del monto de la multa o carga pecuniaria impuesta.

ART. 57: El estado incluirá dentro de la currícula escolar de la enseñanza básica y media un componente relacionado a la educación del consumidor; con tal finalidad ejecutará programas de capacitación docente. La educación del consumidor privilegiará las siguientes áreas:

1. El conocimiento de los derechos y obligaciones;
2. Promover la capacidad para elegir con mayor libertad y eficacia entre los bienes y servicios que ofrece el mercado;
3. Planificar y satisfacer mejor sus necesidades; y,
4. Evitar riesgos derivados de un uso inadecuado de bienes y servicios
5. Consumo sostenible y medio ambiente.

CAPITULO DECIMO DE LA RESOLUCION DE CONFLICTOS DE CONSUMO

ART. 58: La defensa en juicio de los derechos que esta Ley cautela podrá ser ejercida a título individual como a título colectivo. Será ejercida colectivamente cuando se encuentren involucrados intereses o derechos difusos o colectivos.

ART. 59: Para todos los efectos legales se entenderá por "intereses difusos" aquellos supraindividuales, de naturaleza indivisible, de que sean titulares personas indeterminadas y ligadas por circunstancias de hecho.

ART. 60: Para todos los efectos legales se entenderán por "intereses colectivos" aquellos supraindividuales, de naturaleza indivisible, de que sea titular un grupo, categoría o clase de personas ligadas entre sí o con la parte contraria por una relación jurídica base.

ART. 61: Estarán legitimadas para actuar judicialmente en la defensa colectiva de los derechos que esta ley les reconoce a los consumidores las asociaciones de consumidores constituidas como tales de acuerdo a las disposiciones del capítulo décimo de esta Ley. Todo esto, sin perjuicio de la legitimidad activa que para estos efectos gocen los organismos de la administración del estado, centralizados o descentralizados tales como agencias de protección al consumidor, Ministerio Público, Ombudsman u otros.

ART. 62: Las sentencias dictadas en procedimientos colectivos tendrán eficacia ultra partes, General o erga omnes, salvo si fuere absolutoria por falta de prueba, en cuyo caso otro legitimado podrá replantear el asunto en otro proceso.

ART. 63: En todos los procedimientos judiciales, individuales o colectivos, derivados de la aplicación de esta Ley, se invertirá el peso de la prueba, en favor de la parte que litigue en defensa de los derechos que ésta le consagra.

ART. 64: Se aplicarán las normas del proceso de conocimiento más abreviado que rijan en la jurisdicción del tribunal competente. El ejercicio de acciones judiciales no estará supeditado al previo agotamiento de la vía administrativa. Quienes ejerzan las acciones previstas en esta ley representando un derecho o interés individual podrán acreditar mandato mediante simple acta poder en los términos que establezca la reglamentación. Las actuaciones judiciales que se inicien de conformidad con la presente ley gozarán del beneficio de justicia gratuita.

[ART. 65: El Estado propiciará la organización de tribunales arbitrales, que actuarán como amigables compondores o árbitros de derecho según el caso, para resolver las controversias que se susciten con motivo de lo previsto en esta ley. Podrá invitar para que integren estos tribunales arbitrales, en las condiciones que establezca la reglamentación, a las personas que teniendo en cuenta las competencias, propongan las asociaciones de consumidores y agrupaciones de proveedores.]²

CAPITULO UNDECIMO DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

ART. 66: Se entenderá por Asociación de Consumidores y Usuarios, toda organización constituida por personas naturales, o personas jurídicas sin fines de lucro, independiente de todo interés, económico, comercial o político, y cuyo objeto sea garantizar la protección y la defensa de los consumidores y usuarios, y promover la información, la educación, la representación y el respeto de sus derechos.

ART. 67: Para poder actuar como tales en la promoción y defensa de los derechos que esta Ley consagra las asociaciones de consumidores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Estar completamente desinteresados en la promoción de causas comerciales o políticas;
2. No tener fines de lucro;
3. No aceptar anuncios de carácter comercial en sus publicaciones;
4. No permitir una explotación comercial selectiva en la información y consejo que ofrezcan al consumidor.
5. No podrán recibir donaciones, aportes o contribuciones de empresas comerciales, industriales o proveedoras de servicios, privadas o estatales, nacionales o extranjeras.

ART. 68: Serán finalidades de las Asociaciones de Consumidores, entre otras:

² No hubo consenso en el Grupo Legal por el mantenimiento o no de este artículo en el texto de la Ley Modelo. Por ello se encuentra entre corchetes.

1. Promover y proteger los derechos de los consumidores;
 2. Representar los intereses individuales o colectivos de los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones, recursos trámites o gestiones que procedan;
 3. Representar los intereses de los consumidores ante las autoridades de gobierno, o ante los proveedores;
 4. Recopilar, elaborar procesar y divulgar información objetiva acerca de los bienes y servicios existentes en el mercado;
- Realizar programas de capacitación orientación y educación del consumidor.



<http://pdba.georgetown.edu/comp/comercio/domestico/proteccion.html>



ARGENTINA

Artículo 42.- 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.

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.

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.



BRASIL

Art.5º- Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e a propriedade, nos termos seguintes:

- XXXI- a sucessão de bens de estrangeiros situados no País será regulada pela lei brasileira em benefício do cônjuge ou dos filhos brasileiros, sempre que não lhes seja mais favorável a lei pessoal do de cujus;



COLOMBIA

Artículo 78.- La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.



COSTA RICA

Artículo 46.- ... Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos, a recibir información adecuada y veraz; a la

libertad de elección, y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará esas materias.



ECUADOR

Artículo 92.- La ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos.

Las personas que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la prestación del servicio, así como por las condiciones del producto que ofrezcan, de acuerdo con la publicidad efectuada y la descripción de su etiqueta. El Estado auspiciará la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, y adoptará medidas para el cumplimiento de sus objetivos.

El Estado y las entidades seccionales autónomas responderán civilmente por los daños y perjuicios causados a los habitantes, por su negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.



EL SALVADOR

Artículo 101.- El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.

El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores.

Artículo 110.- No podrá autorizarse ningún monopolio sino a favor del Estado o de los Municipios, cuando el interés social lo haga imprescindible. Se podrán establecer estancos a favor del Estado.

A fin de garantizar la libertad empresarial y proteger al consumidor, se prohíben las prácticas monopolísticas.

Se podrá otorgar privilegios por tiempo limitado a los descubridores e inventores, y a los perfeccionadores de los procesos productivos.

El estado podrá tomar a su cargo los servicios públicos cuando los intereses sociales así lo exijan, prestándolo directamente, por medio de las instituciones oficiales autónomas o de los municipios. También le corresponde regular y vigilar los servicios públicos prestados por empresas privadas y la aprobación de sus tarifas, excepto las que se establezcan de conformidad con tratados o convenios internacionales; Las empresas salvadoreñas de servicios públicos tendrán sus centros de trabajo y bases de operaciones en El Salvador.(3)



GUATEMALA

Artículo 130.- Prohibición de monopolios. Se prohíben los monopolios y privilegios. El Estado limitará el funcionamiento de las empresas que absorban o tiendan a absorber, en perjuicio de la economía nacional, la producción en uno o más ramos industriales o de una misma actividad comercial o agropecuaria. Las leyes determinarán lo relativo a esta materia. El Estado protegerá la economía de mercado e impedirá las asociaciones que tiendan a restringir la libertad del mercado o a perjudicar a los consumidores.

Artículo 119.- Obligaciones del Estado. Son obligaciones fundamentales del Estado:

... i. La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos; ...



HONDURAS

Artículo 347.- La producción agropecuaria deber orientarse preferentemente a la satisfacción de las necesidades alimentarias de la población hondureña, dentro de una política de abastecimiento adecuado y precios justos para el productor y el consumidor.

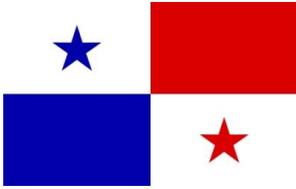
Artículo 331.- El Estado reconoce, garantiza y fomenta las libertades de consumo, ahorro, inversión, ocupación, iniciativa, comercio, industria, contratación, de empresa y cualesquiera otras que emanen de los principios que informan esta constitución. Sin embargo, el ejercicio de dichas libertades no podrá ser contrario al interés social ni lesivo a la moral, la salud o la seguridad pública.

La producción agropecuaria debe orientarse preferentemente a la satisfacción de las necesidades alimentarias de la población hondureña, dentro de una política de abastecimiento adecuado y precios justos para el productor y el consumidor.



NICARAGUA

Artículo 105:- ... Es deber del Estado garantizar el control de calidad de bienes y servicios, y evitar la especulación y el acaparamiento de los bienes básicos de consumo (2).



PANAMÁ

Artículo 279.- El Estado intervendrá en toda clase de empresas dentro de la reglamentación que establezca la Ley, para ser efectiva la justicia social a que se refiere la presente Constitución y en especial, para lo siguientes fines:

1. Regular por medio de organismos especiales las tarifas, los servicios y los precios de los artículos de cualquier naturaleza, y especialmente los de primera necesidad.
2. Exigir la debida eficacia en los servicios y la adecuada calidad de los artículos mencionados en el aparte anterior.
3. Coordinar los servicios y la producción de artículos.

La Ley definirá los artículos de primera necesidad.



PARAGUAY

Artículo 72.- DEL CONTROL DE CALIDAD

El Estado velará por el control de la calidad de los productos alimenticios, químicos, farmacéuticos y biológicos, en las etapas de producción, importación y comercialización. Asimismo facilitará el acceso de factores de escasos recursos a los medicamentos considerados esenciales.



PERÚ

Artículo 65.- El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población.



UNITED STATES OF AMERICA

Amendment XVIII. (1919)

Section 1. After one year from the ratification of this article the manufacture, sale, or transportation of intoxicating liquors within, the importation thereof into, or the exportation thereof from the United States and all territory subject to the jurisdiction thereof for beverage purposes is hereby prohibited.

Section 2. The Congress and the several States shall have concurrent power to enforce this article by appropriate legislation.

Section 3. This article shall be inoperative unless it shall have been ratified as an amendment to the Constitution by the legislatures of the several States, as provided in the Constitution, within seven years from the date of the submission hereof to the States by the Congress.

Amendment XXI. (1933)

Section 1. The eighteenth article of amendment to the Constitution of the United States is hereby repealed.

Section 2. The transportation or importation into any State, Territory, or possession of the United States for delivery or use therein of intoxicating liquors, in violation of the laws thereof, is hereby prohibited.

Section 3. This article shall be inoperative unless it shall have been ratified as an amendment to the Constitution by conventions in the several States, as provided in the

Constitution, within seven years from the date of the submission hereof to the States by the Congress.

[Constitución en Español](#)



VENEZUELA

Artículo 117.- Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen, a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos.

[Argentina](#) | [Bolivia](#) | [Brasil](#) | [Chile](#) | [Colombia](#) | [Costa Rica](#) | [Cuba](#) | [El Salvador](#) | [Ecuador](#) | [Guatemala](#) | [Honduras](#) | [México](#) | [Nicaragua](#) | [Panamá](#) | [Paraguay](#) | [Perú](#) | [República Dominicana](#) | [United States of America](#) | [Uruguay](#) | [Venezuela](#) |

Como citar esta página:

Base de Datos Políticos de las Américas. (1998) Protección al consumidor. *Análisis comparativo de constituciones de los regímenes presidenciales*. [Internet]. Georgetown University y Organización de Estados Americanos. En: <http://pdba.georgetown.edu/comp/comercio/domestico/proteccion.html>. 14 de marzo 19114.