
MANUAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR MERCOSUL E PERU



MERCOSUL

ESCOLA MERCOSUL DE DEFESA DO CONSUMIDOR



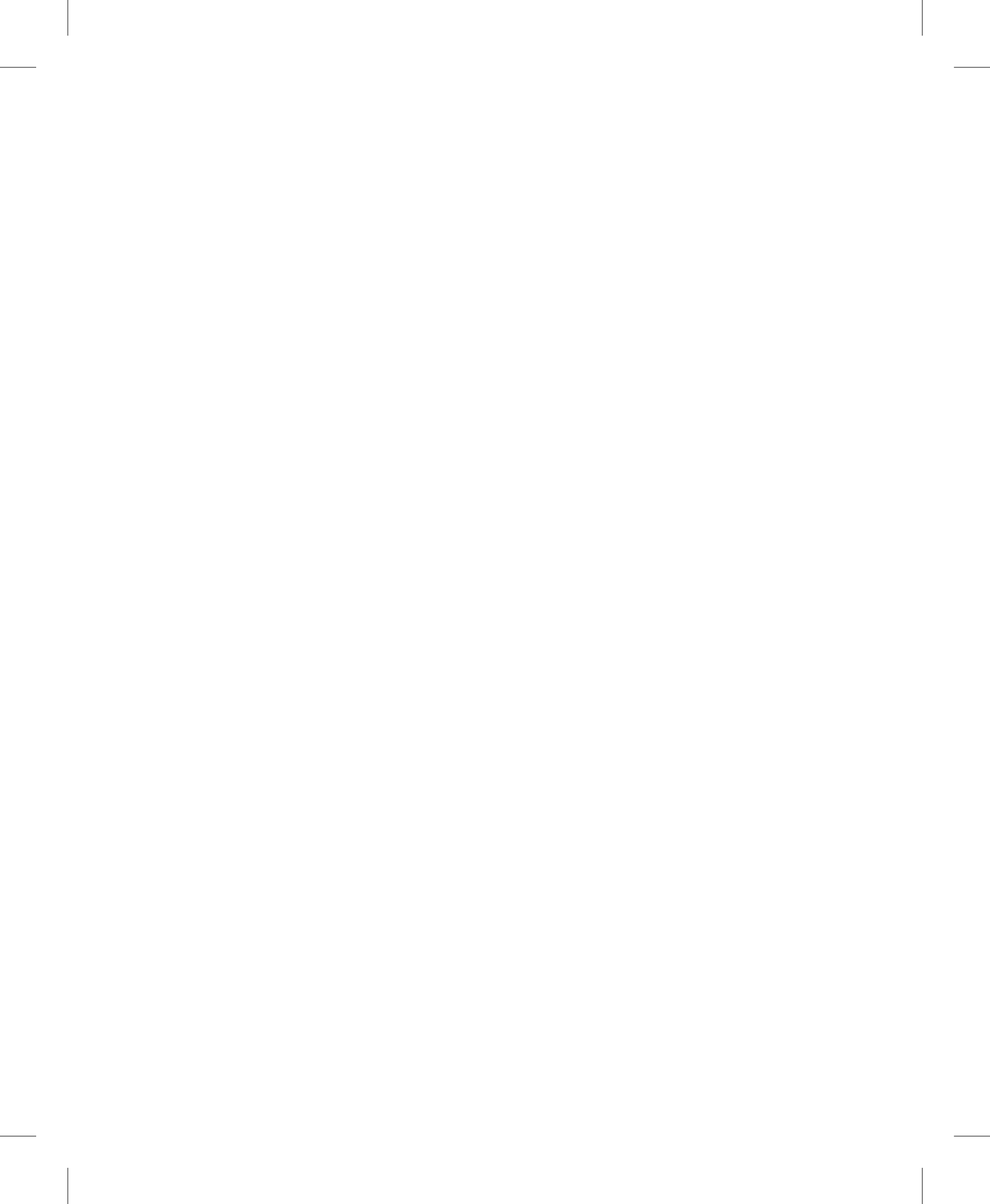


Ministério da Justiça
Secretaria Nacional do Consumidor
SENACON

MANUAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR MERCOSUL E PERU

1ª EDIÇÃO

MJ
Brasília/DF - Brasil
2015



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Presidenta da República

Dilma Rousseff

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA

Ministro de Estado da Justiça

José Eduardo Cardozo

Secretário Executivo

Marivaldo de Castro Pereira

Secretária Nacional do Consumidor

Juliana Pereira da Silva

Manual de Defesa do Consumidor MERCOSUL e Peru

Distribuição

1ª Edição - Tiragem: 1000

As informações contidas nesta publicação foram fornecidas pelos colaboradores e órgãos participantes. A transcrição e a tradução desta publicação é permitida desde que citados autor e fonte.

Coordenação

Argentina

Ministerio da Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo

Brasil

Ministério da Justiça
Secretaria Nacional do Consumidor
Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor

Paraguai

Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario

Peru

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual

Uruguai

Ministerio de Economía y Finanzas
Dirección General de Comercio
Área Defensa del Consumidor

Produção e Publicação

Brasil
Ministério da Justiça
Secretaria Nacional do Consumidor

Capa/Ilustração e Diagramação

Maysa Bittar Bettarello
Karina Guaraldo

Compilação, Tradução e Revisão

Luciane Klein Vieira

342.51 M294p Manual de defesa do consumidor Mercosul e Peru / Secretaria Nacional do Consumidor, Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. -- 1. ed. -- Brasília : Ministério da Justiça, Secretaria Nacional do Consumidor, 2015. 414 p. : il. color.

ISBN : 978-85-5506-010-6

Trabalho em parceria com órgãos oficiais da Argentina, Brasil, Paraguai, Peru e Uruguai.

1. Proteção e defesa do consumidor, Países do Mercosul 2. Direito do consumidor, Países do Mercosul. I. Brasil. Ministério da Justiça. Secretaria Nacional do Consumidor.

CDD

APRESENTAÇÃO

A Escola Nacional de Direito do Consumidor do Mercado Comum do Sul, MERCOSUL, apresenta o Manual de Defesa do Consumidor, importante instrumento técnico-doutrinário, resultado do desenvolvimento de política de proteção ao consumidor pelo Comitê Técnico N. 7 de Defesa do Consumidor.

O Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), instituído pelo Tratado de Assunção em março de 1991, é composto pela República Argentina, República Federativa do Brasil, República do Paraguai, República Oriental do Uruguai e República Bolivariana da Venezuela. No âmbito do Mercosul, há comitês técnicos que visam à harmonização normativa e à uniformidade de políticas do bloco em diversas áreas, dentre as quais se destaca a defesa do consumidor. Voltado para a área da proteção e defesa do consumidor, o Comitê Técnico N. 7 (CT-7) é o órgão subordinado à Comissão de Comércio do Mercosul (CCM) – que por sua vez responde ao Grupo Mercado Comum (GMC) – e que reúne os órgãos nacionais de defesa do consumidor dos Estados Partes.

Nessa edição do Curso Mercosul de Proteção ao Consumidor, o CT-7 contou com a colaboração de membros da Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e a participação do Peru, como membro associado.

Considerando os desafios econômicos, culturais e sociais da sociedade de consumo, tanto em âmbito regional quanto mundial, o Comitê Técnico N. 7 do MERCOSUL busca, por meio do diálogo entre seus países membros, desenvolver e aprimorar políticas de proteção ao consumidor. Dentre as ações de harmonização legislativa, intercâmbio de informações e desenvolvimento de políticas, encontram-se as ações de educação sobre proteção e defesa do consumidor.

Diante da atual complexidade da sociedade de consumo, a educação destaca-se como processo de compreensão da realidade e de construção de conhecimentos, de desenvolvimento de habilidades e fortalecimento de atitudes para agir sobre o presente e o futuro. Sabe-se que um dos modos para se atingir tais objetivos é a criação de mecanismos capazes de sustentar de maneira contínua e duradoura programas de formação, capacitação e especialização dos agentes e entidades voltadas à proteção e defesa do consumidor.

Ademais, no âmbito do Plano de Ação para a conformação progressiva de um *Estatuto da Cidadania do MERCOSUL*, o Grupo CT-7 sobre Proteção e Defesa do Consumidor tem trabalhado na criação de um Sistema MERCOSUL de Defesa do Consumidor, composto por um Sistema MERCOSUL de Informações de Defesa do Consumidor com ação regional de capacitação por meio de uma Escola MERCOSUL de Defesa do Consumidor.

O curso e seu respectivo material é o primeiro resultado a ação regional de capacitação e tem como principal objetivo ser instrumento para consulta e orientação dos estudos de todos os servidores dos Estados membros do MERCOSUL. Visa despertar e instigar permanentemente a reflexão e o pensamento crítico na temática que envolve as relações de consumo.

O curso encontra-se dividido em nove capítulos. O primeiro capítulo cuida do estudo da política de proteção do consumidor existente no MERCOSUL, contendo informações referentes ao trabalho do CT N. 7 na efetivação da harmonização de legislações no âmbito mercosureño, com especial destaque para os projetos normativos existentes e para os principais instrumentos de cooperação entre os países que integram o MERCOSUL.

O segundo capítulo contém o estudo do sistema nacional de proteção do consumidor, vigente na Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Peru, seus fundamentos constitucionais e legais da defesa do consumidor, a política nacional da relação de consumo, os órgãos que compõem o sistema referido, o papel das associações de consumidores e os procedimentos administrativos, judiciais e arbitrais para a solução dos conflitos de consumo.

O terceiro capítulo trabalha os principais conceitos referentes aos sujeitos e ao objeto da relação de consumo, sem deixar de abranger os direitos do consumidor e a necessidade de proteção normativa para a parte vulnerável da relação jurídica.

O quarto capítulo é dedicado à necessidade de oferecer proteção legal ao consumidor, contra as práticas que possam afetar a sua saúde e segurança, contendo elementos fundamentais adotados por cada ordenamento jurídico, a respeito dos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos à saúde e segurança do consumidor; quais as ações a serem empregadas pelo fornecedor ante a nocividade do produto inserido no mercado de consumo; e informações referentes à criação da Rede de Consumo Seguro e Saúde.

O quinto capítulo é dedicado à responsabilidade civil do fornecedor, configurada quando o produto ou o serviço colocado no mercado ocasiona um dano ao consumidor, as principais características da responsabilidade civil no direito dos Estados mercosureños, com destaque para o direito à reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo, ao sistema da responsabilidade civil por vício do produto, e ao dever geral de qualidade e adequação do bem disponibilizado no mercado.

O sexto capítulo apresenta um estudo da oferta e da publicidade nos Estados mercosureños. Com relação ao ordenamento jurídico de cada um deles, será analisada a disciplina legal dispensada para a oferta de produtos e serviços, fazendo especial referência ao tratamento da publicidade enganosa.

O sétimo capítulo é dedicado ao estudo das atividades e estratégias adotadas pelo fornecedor para colocar no mercado o produto ou serviço ofertado, com especial referência àquelas que podem causar prejuízo ao consumidor, e que, por isso, são consideradas abusivas, com informações vinculadas ao tratamento dispensado, por cada país, a tais práticas, bem como ao instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir os abusos e fraudes cometidos pelo fornecedor.

O oitavo capítulo é dedicado ao tema dos bancos de dados de consumidores, onde encontrará referências vinculadas à existência ou não de um banco de dados de consumo e de informações a respeito do fornecedor e das características dos produtos e serviços oferecidos, em cada país.

O nono capítulo trata da proteção contratual dos consumidores, contendo informações a respeito da evolução do conceito de contrato de consumo nos respectivos países, com relação aos contratos de adesão e à proteção contra as cláusulas abusivas inseridas nesses contratos.

Por fim, destaca-se que este manual é um guia prático e atual, que não tem pretensão de esgotar o assunto e sim elucidar questões e instigar a busca constante do aprimoramento e aprofundamento do conhecimento na temática do Direito do Consumidor. Trata-se de instrumento para compartilhar experiências e informações, além de ser um convite aos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, aos cidadãos e demais atores sociais a participarem do contínuo processo de aprendizagem e assim contribuir para a construção da nossa cidadania.

Argentina
Ministerio da Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo

Brasil
Ministério da Justiça
Secretaria Nacional do Consumidor

Paraguai
Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario

Uruguai
Ministerio de Economía y Finanzas
Dirección General de Comercio
Área Defensa del Consumidor

Peru
Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual



SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – A DEFESA DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL |21

O Comitê Técnico N.7 | 23

As principais legislações de proteção do consumidor no MERCOSUL | 23

O Sistema MERCOSUL de Defesa do Consumidor (SMDC) e o Estatuto da Cidadania do MERCOSUL | 26

CAPÍTULO 2 - SISTEMAS NACIONAIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR |27

ARGENTINA

- Fundamento constitucional da defesa do consumidor | 29
- A base legal da proteção do consumidor | 30
- A estrutura do sistema de defesa do consumidor | 30
- A política nacional da relação de consumo e seus principais instrumentos | 31
- Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições | 31
- As associações civis de consumidores | 32
- Procedimentos administrativos para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor | 34
- Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor | 35
- Procedimento judicial à disposição do consumidor | 36
- Sanções penais previstas para a punição do fornecedor | 37
- A arbitragem de consumo | 37

BRASIL

- Fundamento constitucional da defesa do consumidor | 39
- A base legal da proteção do consumidor | 39
- A estrutura do sistema de defesa do consumidor | 40
- A política nacional da relação de consumo e seus principais instrumentos | 40
- Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições | 41
- As associações civis de consumidores | 43
- Procedimentos administrativos para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor | 45
- Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor | 45
- Procedimento judicial à disposição do consumidor | 46
- Sanções penais previstas para a punição do fornecedor | 47

- A arbitragem de consumo | 48

PARAGUAI

- Fundamento constitucional da defesa do consumidor | 49
- A base legal da proteção do consumidor | 49
- A estrutura do sistema de defesa do consumidor | 49
- A política nacional da relação de consumo e seus principais instrumentos | 51
- Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições | 51
- As associações civis de consumidores | 51
- Procedimentos administrativos para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor | 53
- Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor | 56
- Procedimento judicial à disposição do consumidor | 58
- Sanções penais previstas para a punição do fornecedor | 58
- A arbitragem de consumo | 59

PERU

- Fundamento constitucional da defesa do consumidor | 63
- A base legal da proteção do consumidor | 63
- A estrutura do sistema de defesa do consumidor | 63
- A política nacional da relação de consumo e seus principais instrumentos | 64
- Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições | 64
- As associações civis de consumidores | 67
- Procedimentos administrativos para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor | 69
- Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor | 69
- Procedimento judicial à disposição do consumidor | 70
- Sanções penais previstas para a punição do fornecedor | 70
- A arbitragem de consumo | 70

URUGUAI

- Fundamento constitucional da defesa do consumidor | 71
- A base legal da proteção do consumidor | 71
- A estrutura do sistema de defesa do consumidor | 72
- A política nacional da relação de consumo e seus principais instrumentos | 72
- Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições | 72
- As associações civis de consumidores | 73

- Procedimentos administrativos para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor | 73
- Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor | 73
- Procedimento judicial à disposição do consumidor | 73
- Sanções penais previstas para a punição do fornecedor | 74
- A arbitragem de consumo | 74

CAPÍTULO 3 - PRINCÍPIOS, CONCEITOS E DIREITOS BÁSICOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR | 75

ARGENTINA

- A noção de vulnerabilidade do consumidor | 77
- Conceito de consumidor | 77
- Conceito de fornecedor | 78
- Conceito de produto | 79
- Conceito de serviço | 79
- Conceito de serviços públicos | 79
- Conceito de relação de consumo | 83
- Direitos básicos do consumidor | 83

BRASIL

- A noção de vulnerabilidade do consumidor | 85
- Conceito de consumidor | 86
- Conceito de fornecedor | 87
- Conceito de produto | 87
- Conceito de serviço | 88
- Conceito de serviços públicos | 88
- Conceito de relação de consumo | 88
- Direitos básicos do consumidor | 89

PARAGUAI

- A noção de vulnerabilidade do consumidor | 91
- Conceito de consumidor | 91
- Conceito de fornecedor | 91
- Conceito de produto | 92
- Conceito de serviço | 92
- Conceito de serviços públicos | 92

- Conceito de relação de consumo | 94
- Direitos básicos do consumidor | 95

PERU

- A noção de vulnerabilidade do consumidor | 97
- Conceito de consumidor | 97
- Conceito de fornecedor | 98
- Conceito de produto | 98
- Conceito de serviço | 98
- Conceito de serviços públicos | 99
- Conceito de relação de consumo | 99
- Direitos básicos do consumidor | 100

URUGUAI

- A noção de vulnerabilidade do consumidor | 103
- Conceito de consumidor | 103
- Conceito de fornecedor | 103
- Conceito de produto | 104
- Conceito de serviço | 104
- Conceito de serviços públicos | 104
- Conceito de relação de consumo | 104
- Direitos básicos do consumidor | 105

CAPÍTULO 4 - PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA | 107

ARGENTINA

- Proteção da saúde e da segurança do consumidor | 109
- Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor | 109
- Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado | 110
- Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS) | 111

BRASIL

- Proteção à saúde e segurança do consumidor | 113
- Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor | 113

- Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado | 114
- Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS) | 114

PARAGUAI

- Proteção da saúde e da segurança do consumidor | 115
- Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor | 116
- Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado | 116
- Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS) | 117

PERU

- Proteção da saúde e da segurança do consumidor | 119
- Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor | 119
- Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado | 119
- Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS) | 120

URUGUAI

- Proteção da saúde e da segurança do consumidor | 121
- Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor | 122
- Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado | 122
- Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS) | 122

CAPÍTULO 5 - RESPONSABILIDADE CIVIL | 123

ARGENTINA

- Direito a uma reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo | 125
- O sistema da responsabilidade civil por vício do produto e a garantia de qualidade e adequação dos produtos | 126

BRASIL

- Direito a uma reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo | 129
- O sistema da responsabilidade civil por vício do produto e a garantia de qualidade e adequação dos produtos | 129

PARAGUAI

- Direito a uma efetiva reparação dos danos decorrentes da relação de consumo | 131
- O sistema da responsabilidade civil por vício do produto e a garantia da qualidade e da adequação dos produtos | 132

PERU

- Direito à reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo | 135
- O sistema da responsabilidade civil por vício do produto e a garantia de qualidade e adequação dos produtos | 135

URUGUAI

- Direito a uma reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo | 137
- O sistema da responsabilidade civil por vício do produto e a garantia de qualidade e adequação dos produtos | 137

CAPÍTULO 6 - OFERTA E PUBLICIDADE | 139

ARGENTINA

- A disciplina da oferta de produtos e serviços no país | 141
- A regulação da publicidade de produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa | 142

BRASIL

- A disciplina da oferta de produtos e serviços no país | 143
- A regulação da publicidade de produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa | 143

PARAGUAI

- A disciplina da oferta de produtos e serviços no país | 145

- A regulação da publicidade de produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa | 146

PERU

- A disciplina da oferta de produtos e serviços no país | 147
- A regulação da publicidade de produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa | 148

URUGUAI

- A disciplina da oferta de produtos e serviços no país | 149
- A regulação da publicidade de produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa | 152

CAPÍTULO 7 - PRÁTICAS ABUSIVAS | 155

ARGENTINA

- A proibição da realização de práticas abusivas | 157
- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 158

BRASIL

- A proibição da realização de práticas abusivas | 159
- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 160

PARAGUAI

- A proibição da realização de práticas abusivas | 161
- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 161

PERU

- A proibição da realização de práticas abusivas | 163
- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 165

URUGUAI

- A proibição da realização de práticas abusivas | 167

- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 168

CAPÍTULO 8 - BANCO DE DADOS DE CONSUMO | 169

ARGENTINA

- Bancos de dados de consumo | 171
- Informações a respeito do fornecedor e as características dos produtos e serviços oferecidos | 171

BRASIL

- A proibição da realização de práticas abusivas | 173
- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 174

PARAGUAI

- A proibição da realização de práticas abusivas | 175
- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 177

PERU

- A proibição da realização de práticas abusivas | 177
- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 177

URUGUAI

- A proibição da realização de práticas abusivas | 179
- O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor | 179

CAPÍTULO 09 - PROTEÇÃO CONTRATUAL DOS CONSUMIDORES | 181

ARGENTINA

- A evolução do conceito de contrato de consumo no país | 183
- Os contratos de adesão | 184
- Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão | 184
- Interpretação do contrato a favor do consumidor | 186

- O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor | 186

BRASIL

- A evolução do conceito de contrato de consumo no país | 189
- Os contratos de adesão | 189
- Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão | 190
- Interpretação do contrato a favor do consumidor | 191
- O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor | 191

PARAGUAI

- A evolução do conceito de contrato de consumo no país | 193
- Os contratos de adesão | 193
- Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão | 193
- Interpretação do contrato a favor do consumidor | 195
- O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor | 195

PERU

- A evolução do conceito de contrato de consumo no país | 197
- Os contratos de adesão | 197
- Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão | 198
- Interpretação do contrato a favor do consumidor | 198
- O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor | 198

URUGUAI

- A evolução do conceito de contrato de consumo no país | 201
- Os contratos de adesão | 201
- Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão | 202
- Interpretação do contrato a favor do consumidor | 203

- O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor | 203

CAPÍTULO I

A DEFESA DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL





CAPÍTULO 1 – A DEFESA DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL

O Comitê Técnico N.7

O Comitê Técnico N. 7 é o comitê específico, criado no âmbito do MERCOSUL, para tratar da temática da proteção e defesa dos consumidores.

É, portanto, o Comitê oficial do qual participam os órgãos nacionais de defesa do consumidor, na discussão de políticas e ações, com o objetivo de aprimorar e desenvolver a proteção e defesa dos consumidores *intra* bloco.

Deste modo, apresenta como finalidade principal o intercâmbio de informações sobre matéria específica entre as autoridades de aplicação da normativa de defesa do consumidor de cada um dos Estados Partes. As reuniões ocorrem anualmente, de forma regular.

Para colocar em prática os objetivos mencionados, no âmbito do CT N. 7 são discutidos, entre outros temas: i) propostas para a harmonização das normativas existentes; ii) ações de proteção e defesa dos consumidores; iii) o intercâmbio de informações a respeito de políticas e projetos desenvolvidos pelos Estados; iv) elaboração de marcos normativos; v) ações de educação sobre proteção e defesa do consumidor; vi) tarefas com o objetivo de aprofundar a integração e melhorar os direitos e interesses dos consumidores da região.

As principais legislações de proteção do consumidor no MERCOSUL

Uma das missões do Grupo Mercado Comum (GMC), quando da instituição do bloco, era justamente a realização de estudo comparativo entre as legislações existentes nos países.

Com a criação da Comissão de Comércio do MERCOSUL (CCM), em 1994, por meio do Protocolo de Ouro Preto, surgem, finalmente, os primeiros documentos fazendo referência ao tema da proteção ao consumidor. Exemplo disso é a Resolução nº 126/1994, que estabelece que até que não seja aprovado um regulamento comum para a defesa do consumidor no MERCOSUL, cada Estado Parte aplicará a sua própria legislação interna aos produtos e serviços que forem comercializados no seu território.

Por meio da Recomendação nº 1/1996, do CT N.7, em dezembro de 1996, foi aprovada a Resolução nº 123/1996, que dispõe sobre a harmonização de conceitos aplicados à

normativa de defesa do consumidor no MERCOSUL. O referido documento padroniza os conceitos de consumidor, fornecedor, relação de consumo, produto e serviço no âmbito do bloco. Tendo em vista a necessidade em atualizar os conceitos básicos relacionados à proteção do consumidor no MERCOSUL, em 2011, foi aprovada a Resolução nº 34/2011 que, além dos referidos conceitos, dispõe sobre o dever de informar e a oferta vinculante. Neste sentido, por exemplo, a Resolução nº 34/2011 define “consumidor” como toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços de forma gratuita ou onerosa como destinatário final, em uma relação de consumo ou como consequência ou em função dela. Não se considera consumidor aquele que sem se constituir em destinatário final adquire, armazena, utiliza ou consome produtos ou serviços a fim de integrá-los como insumo direto a outros produtos ou serviços em processo de produção, transformação, comercialização ou prestação a terceiros; e “fornecedor” como toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, privada ou pública, e neste último caso estatal ou não estatal, bem como os entes despersonalizados da Administração Pública dos Estados Partes, que desenvolvem de maneira profissional, ainda que ocasionalmente, atividades de fabricação, produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, distribuição e/ou comercialização de produtos e/ou serviços.

Por outro lado, a respeito dos alertas sobre saúde e segurança dos produtos no MERCOSUL, é importante mencionar o Projeto de Resolução nº 01/2002, que previu mecanismos para que os Estados partes se comuniquem entre si por qualquer problema – que suceda num Estado Parte – com um produto ou serviço, que possa causar um dano ao consumidor, para que este seja comunicado aos demais Estados, com a finalidade de prevenir ou adotar medidas pertinentes para evitá-lo ou minimizar os riscos para o consumidor.

Em 2010, foi instituído o Plano de Ação para a conformação progressiva de um Estatuto da Cidadania do MERCOSUL. Na área específica de responsabilidade do CT N. 7, foi estabelecida a criação de um Sistema MERCOSUL de Defesa do Consumidor, composto por: a) Sistema MERCOSUL de Informações de Defesa do Consumidor; b) Ação regional de capacitação – Escola MERCOSUL de Defesa do Consumidor e c) Norma MERCOSUL aplicável aos contratos internacionais de consumo. Ainda nesse âmbito, a equipe do CT N. 7 tem trabalhado na harmonização de regras nas áreas dos serviços de turismo, saúde e segurança do consumidor.

Importante mencionar que, por meio de acordo de cooperação técnica, o Brasil compartilha com o Uruguai e o Peru (membro associado ao MERCOSUL) o Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (SINDEC). Com vistas à transferência de Tecnologia da Informação para os países integrantes do bloco, Brasil e Uruguai assinaram, em 2011, o Acordo de

Cooperação para transferência de conhecimento e da tecnologia do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (SINDEC). O acordo permite intercâmbio de informações de modo a possibilitar a integração das ações de defesa do consumidor no âmbito do MERCOSUL.

No que se refere à ação regional de capacitação, o CT N. 7 trabalhou na criação de curso de capacitação para os servidores dos Estados membros e associados, na área de proteção e defesa do consumidor.

Por fim, quanto à uma norma MERCOSUL aplicável a contratos internacionais de consumo, a proposta de Acordo sobre normas aplicáveis a contratos internacionais de consumo encontra-se pendente de apreciação pelo GMC. Este projeto foi aprovado entre Brasil, Argentina e Uruguai. Tal acordo tem por objetivo a proteção ao consumidor por meio da adoção de regras comuns sobre o direito aplicável em matéria de contratos internacionais de consumo, contratos entre fornecedores de bens ou prestadores de serviços e consumidores ou usuários, na região. A importância do Acordo se dá pelo fato de assegurar a aplicação do direito, mais favorável, aos consumidores dos países membros do bloco, por estabelecer que os contratos internacionais celebrados na área de consumo, estando o consumidor no Estado de seu domicílio, especialmente no caso de contratação à distância, regem-se pelo direito eleito pelas partes, as quais podem optar pelo direito do domicílio do consumidor, local de celebração ou cumprimento do contrato ou da sede do fornecedor dos produtos ou serviços. Ou seja, o direito escolhido será aplicável, desde que mais favorável ao consumidor.

Por outro lado, é importante destacar que o CT N. 7 é, sem dúvida, um importante foro para o incentivo e criação de instrumentos de cooperação no âmbito da proteção e defesa dos consumidores. Ressaltamos aqui alguns dos instrumentos de cooperação mais importantes, como o *“Acordo Institucional de entendimento entre os organismos de defesa do consumidor dos Estados partes do MERCOSUL para a defesa do consumidor visitante”*, de 2004. Este Acordo está permitindo que sejam atendidos os pedidos dos consumidores visitantes de cada Estado, quando visitam outro do MERCOSUL e têm algum problema com a relação de consumo, em cooperação e colaboração com cada uma das autoridades de aplicação da lei de proteção ao consumidor de cada Estado parte.

A respeito do tema, é importante mencionar o Projeto Piloto de Atenção ao Consumidor Turista e Visitante, do qual participam as cidades de Buenos Aires, Montevideu, Punta del Este, Rio de Janeiro e São Paulo. Por meio deste Projeto, faz-se possível o atendimento aos consumidores turistas e visitantes para que resolvam suas demandas de consumo. Tal procedimento se faz possível ao implantar nos órgãos de defesa do consumidor de cada país, um formulário padrão, que deve ser preenchido pelo consumidor turista que tiver algum problema de consumo durante a

estadia no país visitante. Os formulários estão disponíveis nos sítios eletrônicos das entidades participantes. O órgão de proteção ao consumidor do local onde ocorreu o conflito e o da residência do consumidor estarão em permanente contato até a resolução da demanda. O projeto do Formulário de Reclamação para o Consumidor Visitante é resultado da atuação do CT N. 7.

Temos, ainda, o intercâmbio de informações sobre alertas de *recall* entre os Estados Partes na área de saúde e segurança, no sentido de minimizar riscos aos consumidores do bloco, bem como eventual prática de *double standard*.

Logo, como se pode observar, com base na criação e funcionamento de organismos como o CT N. 7 de Defesa do Consumidor do MERCOSUL, foram sendo gerados instrumentos de cooperação entre os Estados e organismos encarregados da tutela e proteção dos consumidores, com a finalidade de otimizar a legislação e a proteção dos consumidores.

O Sistema MERCOSUL de Defesa do Consumidor (SMDC) e o Estatuto da Cidadania do MERCOSUL

Na Decisão nº 64/2010, do Conselho do Mercado Comum, foi elaborado um plano de ação, com a finalidade de gerar progressivamente um “Estatuto da Cidadania do MERCOSUL”.

Neste sentido, no item 10, art. 3º da Decisão referida, se previu a conformação de um verdadeiro “Sistema MERCOSUL de Defesa do Consumidor”, estruturado com base num sistema de informação comum sobre a defesa do consumidor, numa ação regional de capacitação permanente na matéria, uma verdadeira Escola MERCOSUL, e numa norma MERCOSUL aplicável aos contratos internacionais de consumo, em pleno procedimento de aprovação, tal como já foi mencionado.

Em função disso, o Manual que se apresenta e o Curso MERCOSUL de Defesa do Consumidor estão abarcados no âmbito da Decisão mencionada.

CAPÍTULO 2

SISTEMAS NACIONAIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR





ARGENTINA

O SISTEMA NACIONAL ARGENTINO



Fundamento constitucional da defesa do consumidor

Na Argentina, a proteção dos direitos e interesses dos consumidores obteve hierarquia constitucional em virtude da reforma da Constituição Nacional, ocorrida no ano de 1994.

Em razão da reforma, os arts. 42 e 43 passaram a prever uma série de direitos dos consumidores. Vejamos:

“Art. 42. - Os consumidores e usuários de bens e serviços têm direito, na relação de consumo, à proteção de sua saúde, segurança e interesses econômicos; a uma informação adequada e veraz; à liberdade de eleição, e a condições de tratamento digno e equitativo.

As autoridades proporcionarão a proteção destes direitos, a educação para o consumo, a defesa da concorrência contra toda forma de distorção dos mercados, o controle dos monopólios naturais e legais, da qualidade e eficiência dos serviços públicos, e a constituição de associações de consumidores e de usuários.

A legislação estabelecerá procedimentos eficazes para a prevenção e solução de conflitos, e os marcos regulatórios dos serviços públicos de competência nacional, prevendo a necessária participação das associações de consumidores e usuários e das províncias interessadas, nos organismos de controle.”

“Art. 43. – Toda pessoa pode interpor um mandado de segurança rápido e imediato, sempre que não exista outro meio judicial mais idôneo, contra todo ato ou omissão de autoridades públicas ou de particulares, que de forma atual ou iminente, lesione, restrinja, altere ou ameace, com arbitrariedade ou ilegalidade manifesta, direitos e garantias reconhecidos por esta Constituição, por tratado ou por lei. No caso, o juiz poderá declarar a inconstitucionalidade da norma na qual se funda o ato ou omissão lesiva.

Poderão interpor esta ação contra qualquer forma de discriminação e com relação aos direitos que protegem o ambiente, a concorrência, o usuário e o consumidor, assim como os direitos de incidência coletiva em geral, o afetado, o defensor do povo e as associações que propendam a estes fins, registradas conforme a lei, que

determinará os requisitos e formas de sua organização.

Qualquer pessoa poderá interpor esta ação para tomar conhecimento dos dados a ela referentes e de sua finalidade, que constem em registros ou bancos de dados públicos, ou privados, destinados a originar relatórios, e no caso de falsidade ou discriminação, para exigir a supressão, retificação, confidencialidade ou atualização daqueles. Não poderá ser afetado o segredo das fontes de informação jornalística.

Quando o direito lesado, restringido, alterado ou ameaçado for a liberdade física, ou no caso de constrangimento ilegítimo na forma ou condição de detenção, ou no desaparecimento forçado de pessoas, a ação de habeas corpus poderá ser interposta pelo afetado ou por qualquer pessoa em seu favor e o juiz resolverá de imediato, até mesmo durante a vigência do estado de sítio.”

A base legal da proteção do consumidor

A principal legislação na matéria é a Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor, o Decreto que a regulamenta de nº 1.798/94 e as resoluções complementares, que se integram com qualquer outra norma geral ou especial protetiva dos direitos dos consumidores.

Do mesmo modo, conforma a base legal de proteção do consumidor a Lei nº 26.993, sancionada em setembro de 2014, que cria as instâncias da conciliação prévia nas relações de consumo, a figura do Auditor, para determinar as reparações de danos de consumo em sede administrativa – até determinado monto – e, finalmente, um foro especial na matéria, denominado Justiça Nacional nas Relações de Consumo.

A estrutura do sistema de defesa do consumidor

Existe, no âmbito nacional, uma autoridade administrativa de aplicação da Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor (Secretaria de Comércio), que conta com faculdades concorrentes para intervir em todo o país.

Cada jurisdição local (províncias), conta com sua própria autoridade de aplicação da lei (governos provinciais), que por sua vez pode delegar total ou parcialmente suas faculdades aos governos municipais, com a finalidade de descentralizar a gestão e melhorar a resposta às reclamações dos consumidores.

A política nacional da relação de consumo e seus principais instrumentos

A autoridade de aplicação da Lei nº 24.240 desenvolve de diversas formas as suas políticas na matéria, entre as quais podemos mencionar:

- a. a aplicação da normativa específica de proteção dos direitos dos consumidores, seguida do assessoramento aos mesmos a respeito do tema;
- b. a realização de audiências de conciliação entre fornecedores e consumidores, com a finalidade de colocar fim aos litígios apresentados, através de acordos;
- c. a instrução de sindicâncias para aplicar sanções aos fornecedores no caso de cometimento de infrações à legislação de consumo;
- d. o controle da existência de cláusulas abusivas nos contratos de adesão; e
- e. a realização de cursos de capacitação para distintas pessoas e organismos em matéria de proteção ao consumidor; e
- f. a coordenação de políticas nacionais de defesa do consumidor no marco do COFEDEC (Conselho Federal do Consumo) com as províncias.

Todas estas ações não excluem uma multiplicidade de tarefas e ações desenvolvidas pela autoridade de aplicação.

Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições

Os principais órgãos que atuam na matéria são as autoridades administrativas de aplicação da Lei nº 24.240, tanto nacional como provinciais e municipais, que têm como finalidade básica – tal como já referimos anteriormente – defender os usuários e consumidores, prestando-lhes assessoria, realizando audiências de conciliação entre fornecedores e consumidores, impondo sanções no caso de infrações à normativa de consumo, detectando e fazendo remover cláusulas abusivas nos contratos, entre outras missões e funções.

Também existem outros organismos com competência na matéria, como a Defensoria do Povo, o Ministério Público Fiscal e as associações de consumidores devidamente registradas como tais, que ostentam distintas competências, tais como a assessoria aos

consumidores, a realização de audiências de conciliação e a legitimidade para acionar judicialmente, representando os consumidores, no caso de infrações à normativa que os tutela.

De qualquer forma, cabe mencionar que além desses existem outros organismos específicos de controle, com competência em matérias específicas relativas ao consumo, tais como: transporte, comunicações, planos de economia para fins determinados, saúde, etc., que atuam regulando a atividade e supervisionando o agir dos fornecedores de cada um dos setores da atividade no mercado.

Por fim, através da promulgação da Lei nº 26.993, de setembro de 2014, foram criados os institutos do COPREC, Serviço de Conciliação Prévia nas Relações de Consumo, inicialmente para a Capital Federal, que terá por finalidade a realização de audiências de conciliação entre fornecedores e consumidores; da Auditoria nas Relações de Consumo, com funcionários administrativos que poderão determinar reparações de dano em sede administrativa, a favor do consumidor, por um monto determinado, e também, foi criado um foro especial em matéria de relações de consumo, denominado Justiça Nacional nas Relações de Consumo, onde – em sede judicial – o consumidor poderá demandar integralmente a reparação de seus direitos.

As associações civis de consumidores

As Associações de Consumidores, na República Argentina, necessitam ser associações civis (cooperativas, fundações, etc.), constituídas regularmente, de acordo à legislação argentina em geral, devendo solicitar autorização para funcionar nessa qualidade à autoridade administrativa de aplicação da Lei nº 24.240. Para tanto, seus estatutos devem estar adequados aos fins que, para este tipo de entidades, prevê a Lei nº 24.240, no seu art. 56 e seguintes.

Estando autorizadas a funcionar, as associações podem representar os consumidores, prestar-lhes assessoria, realizar audiências de conciliação entre fornecedores e consumidores, reclamar o cumprimento da normativa de consumo às autoridades com competência na matéria e demandar judicialmente em nome e em representação dos consumidores.

Vejamos o registro atualizado das associações de consumidores:

- Acción del Consumidor - ADELCO- (RNAC N° 0001)
- Comité del Consumidor –CODELCO- (RNAC N° 0002)
- Asociación PROCONsumer Protección Consumidores del MERCOSUR –

- suscriptores de planes de ahorro (RNAC N° 0003)
- Unión de Usuarios y Consumidores (RNAC N° 0006)
 - Asociación de Consumidores y Usuarios de la Argentina
 - ADECUA (RNAC 0007) – Suspendida por Medida Cautelar Administrativa 2013
 - Consumidores Argentinos (RNAC 0008)
 - Defensa de Usuarios y Consumidores – DUC - (RNAC 0009)
 - Asociación Civil Cruzada Cívica para la Defensa de Consumidores y Usuarios de Servicios Públicos (RNAC 0010)
 - Consumidores Libres Cooperativa Limitada de Provisión de Servicios de Acción Comunitaria (RNAC 0011)
 - Centro de Educación al Consumidor “CEC” (RNAC 0012)
 - Unión de Consumidores de Argentina “UCA” (RNAC 0013) – Suspendida por Medida Cautelar Administrativa 2013
 - DEUCO Defensa Usuarios y Consumidores (RNAC 0014)
 - Asociación Coordinadora de Usuarios, Consumidores y Contribuyentes - ACUCC (RNAC 0015)
 - Protección a los Consumidores y Usuarios de la República Argentina - PROCURAR (RNAC 0016)
 - Asociación Civil Liga de Consumidores - LIDECO (RNAC 0017)
 - PADEC – Prevención, Asesoramiento y Defensa del Consumidor (RNAC N° 0019)
 - Usuarios y Consumidores en Defensa de sus Derechos (RNAC N° 0020)
 - Asociación de Defensa de Derechos de Usuarios y Consumidores - ADDUC (RNAC N° 0021)
 - Consumidores Financieros, Asociación Civil para su Defensa (RNAC N° 0022)
 - Fundación Agustina Lerena (ex Fundación Nueva Escuela de Bromatología y Ambiente Sano-NUEBA Y MAS) RNAC N° 0024
 - Asociación Civil por la Igualdad y la Justicia (RNAC N° 0025)
 - Ojo Ciudadano (RNAC N° 0026)
 - Asociación por la Defensa de Usuarios y Consumidores (RNAC N° 28)
 - Federación de Mutuales para la Defensa Organizada del Consumo (RNAC N° 29)



- Red Argentina de Consumidores (RNAC N° 30)
- Unión Argentina para la Defensa del Consumo (RNAC N° 031)
- Asociación Civil de Usuarios Bancarios Argentinos - ACUBA (RNAC N° 32)
- Movimiento en Defensa de los Derechos de los Consumidores, Usuarios y del Medio Ambiente - MODECUMA” (RNAC N° 033)
- Centro de Estudios Sociales y Acción Comunitaria (RNAC N° 34)
- Protectora Asociación de Defensa del Consumidor (RNAC N° 35)
- Compromiso Cívico (N° 36)
- Centro de Orientación, Defensa y Educación del Consumidor - C.O.D.E.C. (N° 37)
- Sepa Defenderse (N° 38)
- INDUCAM (RNAC N° 040)
- Asociación de Defensa de Usuarios y Consumidores del Norte de la Provincia de Buenos Aires (RNAC N° 042)
- Asociación Civil Taller de Formación Laboral y Sociocultural del Sur, para la Inserción Laboral y Defensa de los Derechos (RNAC N° 043)
- CEPS (RNAC N° 044)
- Asociación Civil por los Consumidores y el Medio Ambiente “ACYMA” (RNAC N° 045)
- Asociación Civil Consumidores en Acción (RNAC N° 046)
- Usuarios y Consumidores Unidos (RNAC N° 047)
- Asociación de Usuarios y Consumidores de la República Argentina - ASUCRA (RNAC N° 048)
- Asociación de Consumidores y Usuarios de la Argentina – ACUDA

Procedimento administrativo para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor

Através da Lei nº 26.993, que introduziu recentes reformas à Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor, se previu, para o âmbito da Capital Federal, a criação de um Serviço de Conciliação Prévia nas Relações de Consumo, que depende da autoridade nacional de aplicação e implicará em que um corpo de Conciliadores de Consumo, devidamente capacitado, realize a celebração de

audiências de conciliação entre fornecedores e consumidores, com a finalidade de colocar fim ao litígio (de forma muito mais rápida que no âmbito judicial e sem custo para o consumidor), dando ao consumidor a possibilidade, em tal instância, de obter um ressarcimento ou a solução do problema apresentado. Caso contrário, o consumidor poderá recorrer posteriormente, sempre no âmbito administrativo, à Auditoria nas Relações de Consumo, organismo que foi criado para poder determinar, em sede administrativa, reparações de dano a favor dos consumidores até um monto de 15 salários mínimos, com base na definição do denominado dano direto, previsto no art. 40 *bis* da Lei nº 24.240.

Neste sentido, resulta oportuno destacar que a possibilidade de fixar um ressarcimento em sede administrativa, para reparar o eventual dano que o consumidor sofrer, de forma direta, produto de uma infração de consumo, será determinada unicamente pela Auditoria nas Relações de Consumo, criada inicialmente para a Capital Federal, mas que proximamente será expandida para todo o âmbito nacional.

Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor

As sanções administrativas estão previstas no art. 47 da Lei nº 24.240, conforme o qual:

“Art. 47. — Sanções. Verificada a existência de uma infração, os agentes serão passíveis das seguintes sanções, que poderão ser aplicadas de forma independente ou em conjunto, segundo resultar das circunstâncias do caso:

Advertência.

Multa de CEM (\$100) a CINCO MILHÕES DE PESOS (\$5.000.000).

Perda das mercadorias e produtos objeto da infração.

Fechamento do estabelecimento ou suspensão do serviço afetado por um prazo de TRINTA (30) dias.

Suspensão de até CINCO (5) anos nos registros de fornecedores que possibilitam a contratação com o Estado.

Perda de concessões, privilégios, regimes impositivos ou creditícios especiais.

Em todos os casos, o infrator publicará ou a autoridade de aplicação poderá publicar, às custas do infrator, conforme o critério por ela indicado, a decisão condenatória ou uma síntese dos fatos que a originaram, o tipo de infração cometida e a sanção

aplicada, num jornal de grande circulação no lugar onde aquela foi cometida e que a autoridade de aplicação indicar. Caso o infrator desenvolva a atividade pela qual foi sancionado em mais de uma jurisdição, a autoridade de aplicação poderá ordenar que a publicação se realize num jornal de grande circulação no país e em outro em cada jurisdição onde este atuar. Quando a pena aplicada for de advertência, a autoridade de aplicação poderá dispensar a sua publicação.

CINQUENTA POR CENTO (50%) do montante recebido a título de multas e outras penalidades impostas pela autoridade de aplicação, conforme o presente artigo, será destinado a um fundo especial constituído para cumprir com os fins estabelecidos no Capítulo XVI – EDUCAÇÃO AO CONSUMIDOR – da presente lei e demais atividades que forem realizadas para a execução de políticas de consumo, conforme o previsto no art. 43, alínea “a” da mesma. O fundo será administrado pela autoridade nacional de aplicação.”

Procedimento judicial à disposição do consumidor

Todo o Capítulo XIII da Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor está intitulado “DAS AÇÕES” e se refere ao processo judicial posto à disposição do consumidor, como mecanismo destinado a fazer valer os seus direitos.

Este processo deve ser o mais abreviado da jurisdição judicial onde tramite (sumaríssimo) e os fornecedores devem produzir todas as provas que estiverem em seu poder, cooperando ativamente para a solução do conflito.

Também se encontra regulado o processo de incidência geral ou coletivo, a favor dos consumidores, em sede judicial, estabelecendo-se diferentes previsões, tanto de ordem processual como material, que devem ser observadas no desenvolvimento deste tipo de processo.

Com a recente sanção da Lei nº 26.993, se impôs a criação, no âmbito da justiça nacional (Capital Federal), de um foro especial na matéria, denominado Justiça Nacional nas Relações de Consumo. O foro, uma vez criado, contará com 8 juízes de primeira instância e uma Câmara de Apelações com 2 salas (com 6 magistrados). A Justiça Nacional nas Relações de Consumo será competente nas causas relativas às relações de consumo regidas pela Lei nº 24.240 e suas respectivas alterações e por toda a normativa que regule as relações de consumo e não estabeleça uma jurisdição com competência específica, naquelas causas nas quais o monto da demanda não supere o valor equivalente a cinquenta e cinco (55) salários mínimos.

Está previsto um procedimento abreviado, com audiência pública e procedimento

oral, com a prova já oferecida ou conforme o que dispuser o juiz na mesma audiência, e com a prolação da sentença, se for possível, de acordo às circunstâncias processuais do caso. Ainda que se encontre prevista uma instância de apelação da sentença de primeira instância (quando supere determinado monto), o juiz interveniente poderá determinar o caráter devolutivo do recurso, ou seja, que a sentença deverá ser cumprida enquanto tramitar na instância de alçada o recurso de apelação interposto.

Para finalizar, cabe consignar que se encontra previsto, na lei nacional, que as províncias criem um foro especial pela matéria e adaptem o procedimento, para reproduzir nos seus ordenamentos locais o procedimento descrito.

Sanções penais previstas para a punição do fornecedor

Ainda que não exista um tipo penal específico previsto na própria lei de proteção ao consumidor, destinado a reprimir os ilícitos de consumo, existem no Código Penal da Nação vários artigos que se referem a condutas de fornecedores, em prejuízo dos consumidores, que são consideradas delitos.

Para exemplificar, podemos citar os arts. 159, 173, 174, 200, 201, 204, 204 bis, 204 ter, 204 *quater*, 206, 208, 300, 301 do Código Penal referido.

Além disso, existem previsões em leis especiais.

A arbitragem de consumo

A possibilidade do consumidor recorrer à arbitragem se encontra prevista no Capítulo XV da Lei nº 24.240, especificamente no art. 59, segundo o qual:

“Art. 59. — Tribunais Arbitrais. A autoridade de aplicação proporcionará a organização de tribunais arbitrais que atuem como mediadores ou árbitros de direito comum, segundo o caso, para resolver as controvérsias que forem suscitadas em razão do previsto nesta lei. Poderão ser convidadas a integrar os tribunais arbitrais, nas condições estabelecidas na regulamentação, as pessoas que forem propostas pelas associações de consumidores ou usuários e pelas câmaras empresariais, levando em consideração as competências exigidas.”

Tais tribunais arbitrais terão sede na Cidade Autônoma de Buenos Aires e em todas as cidades que forem capitais de província. O procedimento para reger o funcionamento do tribunal arbitral será aquele do lugar onde este atuar.”

Neste sentido e no âmbito da autoridade nacional de aplicação da Lei nº 24.240, foi implementado o chamado Sistema Nacional de Arbitragem de Consumo.

A finalidade deste Sistema é resolver o conflito com base na equidade, através da conciliação entre as partes ou então por meio de laudos, emanados dos árbitros intervenientes. De qualquer modo, é importante advertir que as partes optam por recorrer à arbitragem, voluntariamente.

O laudo é inapelável e pode ser executado – no caso de descumprimento – do mesmo modo que uma sentença judicial.

BRASIL

O SISTEMA NACIONAL BRASILEIRO



Fundamento constitucional da defesa do consumidor

No Brasil, o consumidor foi erigido à figura de agente econômico constitucionalmente regulado e protegido conforme os artigos 5º da Constituição Federal, que prevê que 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 à propriedade, nos termos seguintes: “XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”; e 170, que trata da ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos uma existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: “V - defesa do consumidor.”

Base legal da proteção do consumidor

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor regulamentada pelo Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997 – Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, estabelecendo as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Trata-se de lei ordinária de ordem pública e interesse social.

Em 15 de março de 2013, por meio do Decreto nº 7.963 foi instituído o Plano Nacional Consumo e Cidadania, PLANDEC e criada a Câmara Nacional das Relações de Consumo. O PLANDEC, fruto de amplas discussões entre o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, sociedade e mercado, tem por objetivo promover a proteção e defesa do consumidor em todo o território nacional, por meio da integração e articulação de políticas, programas e ações a serem executadas pela União em colaboração com Estados, Distrito Federal, Municípios e a sociedade.

A Câmara Nacional das Relações de Consumo, criada no âmbito do Conselho de Governo, tem como finalidade atuar para a consecução dos objetivos do PLANDEC. Possui em sua estrutura, o Conselho de Ministros e o Observatório Nacional das Relações de Consumo. O

Observatório Nacional das Relações de Consumo é composto por três comitês técnicos: Comitê Técnico de Consumo e Regulação; Comitê Técnico de Consumo e Turismo e Comitê Técnico de Consumo e Pós-Venda, nos termos do art. 11, §1º do referido Decreto Presidencial.

Destarte, compete ao Observatório Nacional das Relações de Consumo da Câmara Nacional de Relações de Consumo acompanhar a execução das políticas, programas e ações, bem como, promover estudos e formular propostas para a consecução dos objetivos do Plano.

A estrutura do sistema de defesa do consumidor

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC está regulamentado pelo Decreto Presidencial nº 2.181, de 20 de março de 1997, integrando órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municípios, incluindo ainda entidades civis de defesa do consumidor sem que haja, entre eles, hierarquia ou subordinação (art. 105, CDC).

Todavia, como todo conjunto de estruturas interligadas, cuidou o CDC de estabelecer um órgão responsável pela sua coordenação, o que se faz por intermédio da Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON). Neste cenário a Secretaria Nacional do Consumidor – SENACON é atualmente o órgão público federal responsável pela coordenação do SNDC e implementação da Política Nacional de Relações de Consumo.

A política nacional de relação de consumo e seus principais instrumentos

O CDC estabelece a proteção específica dos consumidores a partir de um conjunto sistematizado de princípios reunidos e traduzidos dentro da Política Nacional das Relações de Consumo – PNRC, contidos no artigo 4º da Lei nº 8.078/90, envolvendo todos os integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, que congrega a participação dos PROCONs, do Ministério Público, da Defensoria Pública e entidades civis de defesa do consumidor, que atuam de forma articulada e integrada com a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON).

A SENACON tem por atribuição legal a coordenação do SNDC e está voltada à análise de questões que tenham repercussão nacional e interesse geral, além do planejamento, elaboração e execução da Política de Defesa do Consumidor. Consequente, para o desenvolvimento e consecução das diretrizes de proteção e defesa do consumidor, são tomadas por base as reclamações de



consumidores registradas no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, SINDEC. São justamente esses dados que orientam os passos das políticas de proteção e defesa do consumidor. No que se refere à participação de órgãos e agências no âmbito federal, Plano Nacional Consumo e Cidadania, PLANDEC promove a proteção e defesa do consumidor em todo o território nacional, por meio da integração e articulação de políticas, programas, ações a serem executadas pela União em colaboração com Estados, Distrito Federal, Municípios, bem como obrigações aos órgãos federais.

O SNDC se reúne trimestralmente para analisar conjuntamente os desafios enfrentados pelos consumidores e para a formulação de estratégias de ação, tais como fiscalizações conjuntas, harmonização de entendimentos e elaboração de políticas públicas de proteção e defesa do consumidor.

A harmonização de entendimentos é realizada por intermédio de notas técnicas elaboradas pela SENACON com o objetivo de fornecer subsídios técnicos para a atuação do SNDC.

Os órgãos do SNDC têm competência concorrente e atuam de forma complementar para receber denúncias, apurar irregularidades e promover à proteção e defesa dos consumidores.

As diretrizes da PNRC, bem como as ações decorrentes de sua implementação, são subsidiadas pelos dados e informações de atendimento ao consumidor registrados no SINDEC, que integra os órgãos de proteção e defesa do consumidor em todo o território nacional e permite o diagnóstico e acompanhamento de condutas dos atores envolvidos no mercado de consumo.

Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições

Os PROCONs são órgãos do Poder Executivo por excelência, responsáveis pela política municipal, estadual ou distrital de defesa do consumidor destinados à proteção e defesa dos direitos e interesses dos consumidores. São eles também que mantêm contato mais direto com os cidadãos e seus pleitos. Cumpre-lhes elaborar, coordenar e executar a política de defesa do consumidor, além de realizar o atendimento aos consumidores e fiscalizar as relações de consumo de âmbito de sua competência.

O Ministério Público é instituição com independência funcional que zela pela aplicação e respeito das leis, manutenção da Ordem Pública, além da defesa de direitos e interesses da coletividade. Tem legitimidade exclusiva de promover ação penal pública relativa às infrações penais de consumo (art. 80, CDC) que, se não efetivada no prazo legal, autorizará a oferta de ações



penais subsidiárias por parte de órgãos públicos de defesa do consumidor, inclusive as associações civis de defesa do consumidor legalmente constituídas.

A Defensoria Pública é instituição do Poder Público com a função de prestar assistência e orientação jurídica, em todas as instâncias, às pessoas necessitadas, assim consideradas as pessoas que não possuem recursos econômicos para contratar advogado particular. Está prevista sua existência no artigo 134 da Constituição Federal.

Entidades civis de defesa do consumidor desenvolvem importante papel na proteção e defesa do consumidor. Atuam na educação para o consumo, na mobilização e orientação do cidadão e criam referências para o consumo ético e sustentável.

SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR (SNDC)

A proteção e a defesa do consumidor no Brasil é realizada por diversos órgãos com atribuições e competências diferentes e por entidades civis de defesa do consumidor. Todos estes órgãos e entidades formam juntos o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC). Conheça um pouco mais sobre eles:

- **Secretaria Nacional do Consumidor:** órgão federal que coordena a Política de Defesa do Consumidor.
- **Procon:** órgão estadual ou municipal que cuida, respectivamente, da política estadual ou municipal das relações de consumo. Dentre as principais atividades desenvolvidas pelo órgão, podem ser citadas: i) educação para o consumo; ii) atendimento das demandas dos consumidores, inclusive, contra os fornecedores de produtos e serviços; iii) fiscalização de estabelecimentos comerciais; iv) aplicação de sanções administrativas àqueles que descumprem o CDC; v) articulação com órgãos e entidades que trabalham com temas correlatos à proteção e defesa do consumidor. O consumidor para ser atendido no Procon não precisa de advogado. Se não há Procon na sua cidade, procure outros órgãos e entidades de defesa do consumidor como o Ministério Público, representado pelo promotor, a Delegacia de Polícia, para apuração dos crimes contra as relações de consumo, as Defensorias Públicas, juizados especiais/justiça comum ou, ainda, entidades civis de defesa do consumidor.
- **Ministério Público:** dentre outros, zela pela aplicação e o respeito das leis como o

CDC. Assim, defende os direitos e interesses da coletividade, inclusive da coletividade de consumidores. Quando ocorre lesão a direitos coletivos dos consumidores, o MP ajuíza ações civis públicas. Diferentemente da defensoria pública, os promotores não representam junto ao Poder Judiciário casos individuais de consumo.

- **Defensoria Pública:** presta assistência e orientação aos consumidores que não têm condições de arcar com advogado. Ademais, as defensorias também defendem de maneira coletiva os consumidores ajuizando ações civis públicas para resolver em um único processo diversas lesões aos consumidores.
- **Delegacia do Consumidor:** órgão da polícia civil que investiga a existência de crimes contra as relações de consumo.
- **Juizados Especiais Cíveis:** solucionam os conflitos cujos valores envolvidos não ultrapassem a 40 salários mínimos. Se a demanda for contra a Caixa Econômica Federal, o consumidor deve procurar o Juizado Especial Federal e o valor não poderá ultrapassar 60 salários mínimos. Se não houver órgão especializado, o Juiz atuante no município ou Comarca poderá adotar as medidas cabíveis.
- **Entidades de Defesa do Consumidor:** são Organizações Não Governamentais (ONG), Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), Associações ou Fundações que têm por objetivo a proteção e a defesa dos consumidores. As entidades civis organizadas têm desenvolvido importante papel na proteção e defesa do consumidor representando interesses gerais e setoriais da sociedade civil perante o mercado e órgãos públicos.

As associações civis de consumidores

As associações civis de consumidores são órgãos de defesa do consumidor que integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) e atuam de forma articulada e integrada com a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON). Vejamos:

- **Fórum Nacional das Entidades Civis de Defesa do Consumidor (FNECDC)** é uma entidade civil, de caráter nacional, composta por diversas organizações da sociedade civil que atuam na defesa do consumidor. Com vistas a promover o

fortalecimento do movimento de defesa do consumidor no Brasil, por meio da articulação das entidades civis no setor, o Fórum congrega, atualmente, 21 organizações que, localizadas nos diversos estados da federação, contribuem para fortalecer a defesa do consumidor em âmbito nacional, dando vazão a demandas locais.

- **Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON)**, criado em 1992, é uma associação civil de âmbito nacional, multidisciplinar de caráter científico, técnico e pedagógico, prezando pelo desenvolvimento da Política Pública e do Direito do Consumidor em harmonia com o progresso econômico-social, por meio de atividades de pesquisa, elaboração, coleta e difusão de dados inerentes à proteção do consumidor.
- **Fórum Nacional de Juizados Especiais (FONAJE)**, criado em 1997, tem por objetivo, não apenas a reunião de magistrados do Sistema de Juizados Especiais, mas também o estudo de projetos legislativos, acompanhamento de temas, uniformização de procedimentos e a colaboração com os demais poderes Legislativo e Executivo, órgãos públicos e entidades privadas.
- **Associação Brasileira de PROCONs (PROCONSBRASIL)**, criada em 17 de junho de 2009, tem por objetivo promover o fortalecimento dos PROCONs, por meio de ações que visem o aprimoramento e a consolidação da política nacional de proteção e defesa do consumidor. A associação realiza estudos a fim de elaborar propostas no sentido de aperfeiçoar a atuação dos PROCONs, bem como a legislação em matéria de proteção e defesa do consumidor.
- **Associação Nacional do Ministério Público do Consumidor (MPCON)**, criada em 25 de maio de 2001, durante o 1º Encontro Nacional do Ministério Público do Consumidor e 1º Seminário de Integração DPDC/Ministério Público, e tem por objetivo congregar procuradores de Justiça e da República e promotores de Justiça com atuação na defesa do consumidor de todas as regiões do Brasil, por meio da atuação científica, técnica e pedagógica.
- **Conselho Nacional de Defensores Públicos Gerais (CONDEGE)**, criado em 31 de março de 2005, tem por objetivo atuar como órgão permanente de coordenação e articulação dos interesses comuns das defensorias públicas por meio da promoção e incentivo de práticas administrativas e de gestão voltadas ao aperfeiçoamento das defensorias públicas como instituição constitucional

permanente e essencial à função jurisdicional do Estado. No âmbito do Conselho foi criada a Comissão de Defesa do Consumidor.

As organizações compartilham de determinados princípios éticos, norteadores de sua atuação, quais sejam:

1. Princípio da independência;
2. Princípio da transparência e democracia;
3. Princípio da solidariedade; e
4. Princípio do compromisso social.

Procedimento administrativo para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor

Nas hipóteses de indícios de violação aos direitos dos consumidores é instaurado prévio processo administrativo, em que se oportunize o contraditório e a ampla defesa do acusado. Este procedimento, por sua vez, em nível federal, encontra-se amplamente regulado pelo Decreto nº 2.181/1997. Há também a Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999, responsável por regular o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal.

Sanções administrativas para punir o fornecedor

Os órgãos de defesa do consumidor, tal como a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON) e os PROCONs, após regular processo administrativo podem aplicar sanções. Genericamente, tais sanções representam todas as reprimendas impostas pela Administração Pública (SENACON e PROCONs), àquele fornecedor que se comportou de forma contrária ao que está disciplinado no Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Serve para compensar as consequências danosas do ato ilícito e também para desestimular a repetição de tal comportamento por parte de todos os fornecedores.

O Código de Defesa do Consumidor tratou especificamente das sanções administrativas em seu Capítulo VII, que compreende os artigos 55 a 60. O artigo 55 trata de

competência para normatização, controle e fiscalização da produção e distribuição de bens e serviços de consumo. Já o artigo 56 estabelece um rol de possíveis sanções a serem aplicadas em caso de descumprimento das normas de proteção dos consumidores. Os artigos 57, 58 e 59 tratam, respectivamente, dos critérios de mensuração de pena de multa e dos critérios para imposição das penalidades de apreensão, inutilização, proibição de fabricação, suspensão do fornecimento, da cassação do registro ou revogação da concessão ou permissão de uso. Assim, o CDC previu, no artigo 56, que as infrações administrativas comportam diversos tipos de penalidades: multa; apreensão e inutilização do produto; cassação do registro do produto; proibição de fabricação; suspensão do fornecimento; revogação da concessão ou permissão; cassação da licença do estabelecimento; interdição total ou parcial do estabelecimento; intervenção administrativa e imposição de contrapropaganda.

Procedimento judicial à disposição do consumidor

Os Juizados Especiais Cíveis, conhecidos também como Juizados de Pequenas Causas, são os órgãos dos Tribunais de Justiça Estaduais (ou do Distrito Federal) com atribuição específica de processar e julgar casos de menor complexidade cujo valor envolvido não exceda a quarenta salários mínimos vigentes, exceto se o fornecedor for ente público.

Atualmente, é o procedimento judicial de melhor acesso ao consumidor para reivindicar seus direitos e tem tratamento diferente do procedimento comum ordinário.

As varas dos Juizados Especiais Cíveis são da responsabilidade de juízes togados (concurados) e os procedimentos a serem adotados nos processos ali iniciados seguem as regras especiais da Lei Federal nº 9.099/95. Diferentemente do chamado procedimento comum (que são os processos judiciais que tramitam sem a celeridade da Lei nº 9.099/95), este processo orienta-se pelo critério da informalidade, da simplicidade, da oralidade, da celeridade e, sempre que possível, primando pela realização de acordos.

A utilização de processo judicial no âmbito dos juizados especiais independe do pagamento de custas, taxas ou despesas e demanda a exposição circunstanciada dos fatos ocorridos com o consumidor, bem como a formulação do pedido pretendido à luz da legislação pertinente.

Após o protocolo da ação, o Juiz designa data de audiência para a tentativa de conciliação (acordo) entre as partes. Não ocorrendo conciliação, outra audiência é agendada para que haja a apreciação de provas e, se possível na mesma audiência, prolação de sentença. Da

sentença proferida, pode a parte inconformada utilizar-se de recurso para as Turmas Recursais (colégio de juízes que pode revisar a decisão do juiz que prolatou a sentença). Para as causas cujo valor envolvido seja superior a 20 salários mínimos, e no caso de interposição de recurso para as Turmas Recursais, o consumidor necessitará da assistência de advogado. Para a interposição de recurso contra decisão desfavorável, porém, são devidas custas e taxas judiciárias inclusive se o recorrente for o consumidor, exceto em caso de gratuidade de justiça reconhecida e determinada, cuidando-se de pessoa realmente sem condições para arcar com as despesas correntes de um processo judicial.

Os Juizados Especiais contam ainda com o FONAJE – Fórum Nacional dos Juizados Especiais, criado em 1997, que consiste em um fórum de estudo que ocorre alternadamente em diversas regiões do país e possui entre seus principais objetivos discutir e decidir posicionamentos majoritários de interpretações relativas à aplicação da Lei dos Juizados Especiais.

Sanções penais previstas para a punição do fornecedor

O Código de Defesa do Consumidor, em seu Capítulo VII, Título II dispõe sobre as infrações penais, nos artigos 61 a 80, estabelecendo uma série de tipos penais visando à proteção de diversos aspectos da relação de consumo. Assim, discrimina as condutas que infringem deveres expressos em outras disposições do Código, prevendo crimes de consumo próprios, identificados com a proteção específica do consumidor individual ou da coletividade de consumidores.

Assim, em síntese, são infrações penais previstas no Código de Defesa do Consumidor:

1. omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade;
2. deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado;
3. executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente;
4. fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços;

5. fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva;
6. fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança;
7. deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade;
8. empregar na reparação de produtos, peça ou componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor;
9. utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer;
10. impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros;
11. deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata e; deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo.

A arbitragem de consumo

Na atual sistemática do Código de Defesa do Consumidor o artigo 51, VII considerou ser nula de pleno direito, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços, que determinem a utilização compulsória de arbitragem.

Analisando a literalidade do dispositivo, parece ser a intenção do legislador impossibilitar a celebração da cláusula compromissória inseridas nos contratos de consumo, tendo em vista que a citada cláusula tem efeito de submeter às partes a arbitragem sem a faculdade depois de assinada a avença, qualquer das partes procurarem a jurisdição estatal para solucionar o litígio advindo da relação estabelecida, salvo nos casos de nulidade da sentença arbitral ou suprimento de vontade para instauração do procedimento arbitral.

PARAGUAI

O SISTEMA NACIONAL PARAGUAIO



Fundamento constitucional da defesa do consumidor

Na legislação paraguaia, a proteção dos direitos e interesses dos consumidores e usuários está estabelecida no art. 38 da Constituição Nacional, conforme o qual:

Art. 38. “Toda pessoa tem direito, individual ou coletivamente, a reclamar às autoridades públicas, medidas para a defesa do ambiente, da integridade do hábitat, da salubridade pública, do acervo cultural nacional, dos interesses do consumidor e de outros que, por sua natureza jurídica, pertençam à comunidade e tenham relação com a qualidade de vida e com o patrimônio coletivo.”

A base legal da proteção do consumidor

A principal legislação na qual está baseada a proteção e defesa do consumidor e usuário, com relação ao ordenamento jurídico paraguaio, é a Lei nº 1.334/98, de Defesa do Consumidor e do Usuário, e os Decretos que a regulamentaram, de nº 21.004/03, 20.574/03 e 2199/14.

Igualmente, temos a Lei nº 4.974/2013, que cria a Secretaria de Defesa do Consumidor e do Usuário.

A estrutura do sistema de defesa do consumidor

Existe uma Autoridade Administrativa de aplicação da Lei nº 1.334/98 e seus decretos regulamentares, que conta com amplas faculdades para realizar intervenções no âmbito nacional. As Prefeituras que se inscreverem voluntariamente ao Sistema Nacional Integrado de Proteção ao Consumidor, através da assinatura de Convênios com a SEDECO, se convertem em autoridades de aplicação no âmbito local.

Neste sentido, vejamos o que dispõe o art. 10 do Decreto nº 21004/2003:

Art. 10: “A jurisdição e competência das autoridades de aplicação da Lei nº 1.334/98, integrantes do SNIPC, é regida pelas seguintes regras:

Reclamações apresentadas pelo consumidor ou por seu representante. O consumidor terá a faculdade de escolher a entidade ante a qual solicita a conciliação, mediação ou arbitragem para interpor a sua denúncia, levando em consideração os seguintes critérios:

Domicílio do consumidor;

Domicílio do fornecedor;

Lugar da infração;

Lugar de localização do bem.

A partir da observação destes requisitos, somente será competente a autoridade de aplicação ante a qual o consumidor interpôs a sua reclamação ou denúncia.

Investigação, Fiscalização e Denúncias de ofício. As autoridades de aplicação terão jurisdição dentro do âmbito territorial de sua localidade; salvo que se trate de um fato que tenha efeitos regionais ou nacionais, em cujo caso será competente a Secretaria de Defesa do Consumidor e Usuário (SEDECO). Para estabelecer a sua competência, serão aplicadas as seguintes regras, nesta ordem:

Domicílio do consumidor;

Domicílio do fornecedor;

Lugar da infração;

Lugar de localização do bem.

Os Municípios serão competentes para iniciar, promover, substanciar, resolver, realizar conciliações, mediações, investigações, fiscalizações e, em geral, realizar todas as ações que forem necessárias para o cumprimento da Lei nº 1.334/98, sempre que sejam produzidas dentro de sua jurisdição, atendendo aos critérios estabelecidos no inciso anterior.

A Secretaria de Defesa do Consumidor e Usuário (SEDECO) será competente no âmbito nacional para iniciar, promover, substanciar, resolver, realizar conciliações, investigações, fiscalizações e, em geral, realizar todas as ações necessárias para o cumprimento da Lei nº 1.334/98.”



A política nacional da relação de consumo e seus principais instrumentos

A Autoridade de Aplicação da Lei nº 1.334/98 exerce e executa as suas políticas em matéria de proteção ao consumidor e usuário de diversas formas, entre as quais podemos mencionar: a aplicação das leis e decretos que amparam o consumidor e usuário, a prestação de assessoria, a realização de audiências de conciliação (e caso não prosperem as conciliações entre fornecedores e usuários, a abertura do processo propriamente dito), a abertura da causa para a produção de prova, a elaboração do Relatório de Conclusões, com base nas provas oferecidas pelo fornecedor, a partir dos princípios erigidos em matéria de defesa do consumidor (a carga probatória recai sobre o fornecedor), considerando, ainda, o princípio do *in dubio pro* consumidor.

Uma vez notificadas as partes dos resultados do Relatório de Conclusões, os litigantes têm um prazo de 5 dias úteis, contados a partir do dia seguinte ao recebimento da notificação, para apresentar as suas razões contra o Relatório referido. Cumprido tal prazo, a Autoridade de Aplicação tem 20 dias úteis para prolatar a Resolução Ministerial que condena ou absolve o fornecedor, dependendo de cada caso em particular. Tal Resolução tem caráter suspensivo, sendo permitido que as partes litigantes recorram ao contencioso administrativo, em 18 dias úteis, a partir do recebimento da notificação da resolução.

Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições

Os principais órgãos que atuam na matéria são as autoridades administrativas de aplicação da lei nº 1.334/98. No âmbito nacional, tem jurisdição e competência a Secretaria de Defesa do Consumidor e Usuário e no âmbito local as Prefeituras que aderiram ao SNICP, cujo objetivo principal é proteger, promover e defender os direitos dos consumidores e usuários, impondo sanções administrativas aos fornecedores que infringiram a lei nº 1.334/98 de Defesa do Consumidor e Usuário, como também os Decretos que a regulamentaram, celebrando audiências de conciliação, abrindo processos de ofício e a pedido das partes.

As associações civis de consumidores

A associação de consumidores é toda organização constituída por pessoas físicas,



que não tenham interesses econômicos, comerciais ou políticos, cujo objetivo seja garantir a proteção e a defesa dos consumidores e usuários e promover a informação, a educação, a representação e o respeito dos seus direitos.

Para poder atuar como tais, na promoção e defesa dos direitos que esta lei consagra, as associações deverão cumprir com os seguintes requisitos:

- a) Constituir-se e estar registradas como sociedades sem fins de lucro, de acordo às previsões do Código Civil aplicáveis a este tipo de sociedades;
- b) Não participar em atividades político-partidárias;
- c) Não receber doações ou contribuições de empresas comerciais, industriais ou fornecedoras de serviços, privadas ou públicas, nacionais ou estrangeiras;
- d) Não aceitar anúncios de caráter comercial nas suas publicações;
- e) Não permitir uma exploração comercial que selecione a informação e o conselho que ofereçam ao consumidor.

Por outra parte, as finalidades das associações de consumidores são, entre outras:

- a) Promover e proteger os direitos dos consumidores;
- b) Nas gestões extrajudiciais e administrativas, apoiar a defesa dos direitos dos consumidores ou usuários afetados, ou atuar de forma concorrente com eles;
- c) Promover ações judiciais tendentes ao cumprimento do estabelecido na Lei nº 1.334/98, sempre que os consumidores ou usuários diretamente afetados não o façam, e sempre que não se pleiteie a indenização por danos e prejuízos;
- d) Recopilar, elaborar, processar e divulgar informação objetiva a respeito dos bens e serviços existentes no mercado;
- e) Realizar programas de capacitação, orientação e educação do consumidor.

A associação de consumidores reconhecida pela Secretaria de Defesa do Consumidor e Usuário (SEDECO) é: a “Asociación de Consumidores de Ka’aguasu”.



Procedimento administrativo para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor

O Decreto nº 21.004/03, no seu art. 11 e seguintes, prevê as seguintes situações:

Art. 11. – “A autoridade de aplicação indicará dia e hora para a celebração de uma audiência na qual se procurará conciliar os interesses das partes, a qual terá lugar, pelo menos, quatro dias depois da data da notificação da reclamação ao fornecedor. A conciliação poderá ser celebrada por qualquer meio idôneo, mas deverá ser instrumentalizada na forma escrita.”

Art. 12. – “Quando o fornecedor não comparecer à audiência sem justa causa, ou não apresentar um relatório relacionado aos fatos, será citado para uma segunda audiência, que terá lugar em prazo não superior a quatro dias, sob a advertência de que, o seu não comparecimento fará com que os fatos expostos pelo reclamante sejam considerados como verdadeiros, sempre que se ajustem a critérios objetivos e razoáveis.

Quando o reclamante não comparecer à audiência de conciliação e não apresentar, dentro dos quatro dias seguintes, uma justificativa razoável a respeito dos motivos do não comparecimento, se interpretará que terá desistido da reclamação, ficando encerrada a discussão sobre os fatos nela relacionados.”

Art. 13. – “O conciliador exporá às partes um resumo da reclamação, indicará os elementos comuns e as controvérsias e convidará as partes para chegar a um acordo. Em qualquer momento, o conciliador poderá solicitar às partes os elementos de convicção que estime necessários para a conciliação e exercerá as atribuições que as normas legais conferem à autoridade de aplicação.”

Art. 14. – “No caso da suspensão devidamente justificada, o conciliador indicará dia e hora para a retomada da audiência, mais tardar dentro dos dez dias seguintes; salvo acordo em contrário entre as partes.

Será lavrada ata sucinta de todas as audiências, e sem pré-julgar acerca do conflito, o conciliador apresentará às partes as opções de solução.

Neste sentido, sempre que não existir um reconhecimento expresso da reclamação, o que o fornecedor manifestar na audiência não será considerado como um reconhecimento da culpa para fins da decisão que puser fim ao procedimento.”



Art. 15. – “Os acordos de mero trâmite adotados pelo conciliador serão irrecorríveis.

Os convênios celebrados pelas partes serão aprovados pela autoridade de aplicação, sempre que não contrariem o que dispuserem as leis. A aprovação dos mesmos será irrecorrível.

Sem prejuízo da validade ou aprovação dos acordos ou convênios celebrados ou emitidos, a autoridade também poderá iniciar de ofício um procedimento, de acordo à sua competência, se considerar que os fatos matéria do acordo ou convênio afetam interesses de terceiros.”

Art. 16. – “O descumprimento dos acordos conciliatórios constitui violação aos direitos dos consumidores, contidos na Lei nº 1.334/98. Em tal caso, o infrator será passível das sanções estabelecidas na presente lei, sem prejuízo do cumprimento compulsório das obrigações que as partes tenham acordado.

Neste sentido, se o obrigado a cumprir com um acordo ou convênio não o fizer, lhe será imposta uma sanção de até o limite máximo da multa permitida, para cuja graduação serão tomados em consideração os critérios que a autoridade emprega para emitir decisões finais, sem prejuízo de cumprimento do acordado. Se o obrigado persistir no descumprimento, a autoridade poderá impor uma nova multa, duplicando sucessiva e ilimitadamente, o montante da última multa imposta, até que se cumpra com a medida e sem prejuízo de poder denunciar o responsável ante a autoridade competente, para que esta inicie o processo penal correspondente. As multas impostas não impedem as autoridades de aplicação de impor uma multa ou sanção distinta ao final do procedimento, se for configurada tal circunstância.

Quando o caso deva ser resolvido pela autoridade municipal administrativa de aplicação, uma vez dispostas e aplicadas estas medidas, deverão ser remetidos os antecedentes, por caderno separado e sem interrupção da tramitação do principal, ao julgador de faltas municipais, sem prejuízo de remetê-los ao foro ordinário que as tenha autorizado, no prazo de quarenta e oito horas. As medidas serão de aplicação imediata e somente poderão cessar, modificar-se ou suspender-se quando a autoridade judicial municipal assim o dispuser, por decisão fundada.”

Considerando o acima exposto, a Autoridade de Aplicação, em qualquer momento durante a tramitação do processo, poderá de ofício ou a pedido da parte ordenar medidas preventivas destinadas a evitar que um dano se torne irreparável, sempre que exista verossimilhança do caráter ilegal do dano e perigo na demora; sem prejuízo do disposto no art. 7º, *alínea k* do Decreto

nº 21.572/03. Do mesmo modo, as Autoridades Municipais registradas no Sistema Nacional Integrado de Proteção ao Consumidor poderão ditar tais medidas, a fim de assegurar os direitos e interesses dos consumidores, conforme o estabelecido no art. 5º do Decreto nº 21.004/03. Se a parte solicitar, a medida preventiva será determinada sob a responsabilidade, custo e risco do solicitante.

Neste sentido, a autoridade de aplicação poderá, mediante decisão fundada, determinar uma ou várias das seguintes medidas preventivas, destinadas a assegurar o cumprimento da decisão definitiva:

- a) A cessação dos atos objeto da reclamação;
- b) A apreensão, o depósito ou a retenção dos produtos, rótulos, embalagens e material publicitário objeto da reclamação;
- c) A cessação preventiva da publicidade objeto da reclamação;
- d) A adoção das medidas necessárias para que as autoridades alfandegárias impeçam o ingresso ao país dos produtos objeto da reclamação;
- e) O fechamento temporário do estabelecimento do fornecedor, até o máximo de 30 dias;
- f) Qualquer outra medida que tenha por objeto evitar que se produza algum prejuízo derivado do ato reclamado ou que tenha como finalidade a cessação do mesmo.

As autoridades de aplicação poderão, se for considerado pertinente, ordenar uma medida preventiva distinta àquela solicitada pela parte interessada.

No caso da autoridade municipal administrativa de aplicação, uma vez dispostas e aplicadas estas medidas, deverão ser remetidos, em caderno separado e sem interromper a tramitação do principal, os antecedentes ao julgado de faltas municipais e, sendo o caso, ao foro ordinário que as tenha autorizado, num prazo de 48 horas. As medidas serão de aplicação imediata; até que o juiz ordene expressamente o seu levantamento ou a modificação em decisão devidamente fundamentada.

Dentro da legislação de defesa do consumidor, no Paraguai, não existe um ressarcimento em sede administrativa, para reparar o eventual dano que, de forma direta, sofra o consumidor, o qual somente poderá exigir uma justa compensação. O consumidor tem direito à efetiva prevenção dos danos patrimoniais e morais ou dos interesses difusos, sejam estes individuais ou coletivos. Caso uma relação de consumo cause dano ao consumidor, o direito a ser indenizado deve ser exercido pela via judicial, que deverá ser justa e rápida.



Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor

As sanções se encontram previstas no art. 51 da Lei nº 1.334/98, conforme o qual:

Art. 51. “Sem prejuízo das atribuições das repartições públicas, das penalidades determinadas por outras leis e da reparação dos danos e prejuízos regulada pela legislação comum, os juízes, a pedido da parte, poderão:

- 1) Proibir a exibição, circulação, distribuição, transporte ou comercialização de produtos, que infrinjam as disposições desta lei;*
- 2) Ordenar a apreensão de mercadorias que infrinjam as disposições desta lei, quando sejam perigosas ou danosas à saúde;*
- 3) Ordenar a interrupção da atividade das pessoas ou entidades em operações ou ações proibidas nesta lei;*
- 4) Ordenar o fechamento temporário do estabelecimento, loja ou instalação, com a devida audiência prévia;*
- 5) Aplicar multas cominatórias, tendentes ao cumprimento do ordenado em sentenças definitivas ou em medidas cautelares. Estas multas serão graduadas proporcionalmente à condição econômica de quem deverá satisfazê-las;*
- 6) Ordenar a publicação de sentenças definitivas ou partes delas, às custas do condenado, em jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão;*
- 7) Determinar o cumprimento ou a adequação a qualquer dispositivo desta lei e decretar a advertência de aplicar outras sanções previstas nesta lei ou em outras normas jurídicas; e;*
- 8) Deixar sem efeito as cláusulas dispostas nos contratos, nos termos do art. 28.*

Em todos os casos, as sanções serão aplicadas, respeitado o direito de defesa daqueles afetados por elas.”

Do mesmo modo, o art. 30 do Decreto N° 21.004/03 manifesta o seguinte:

“Art. 30. Sanções. Verificada a existência de infração, os responsáveis serão passíveis da aplicação das sanções previstas nesta seção, as quais poderão ser aplicadas conforme às seguintes alternativas, de forma separada ou conjunta, e segundo resultar das circunstâncias do caso:



- a) *Advertência;*
- b) *Multa. Os montantes serão fixados de acordo às disposições vigentes para o âmbito municipal e administrativo, respectivamente;*
- c) *Confisco das mercadorias e dos produtos objeto da infração;*
- d) *Fechamento do estabelecimento ou suspensão do serviço afetado, pelo prazo de até sessenta (60) dias; sempre que não se tratar de serviço público;*
- e) *Inabilitação, que poderá ser imposta unicamente pela autoridade local de aplicação, de acordo ao preceituado nas normas municipais.”*

Em todos os casos, se publicará a decisão condenatória, por conta do infrator, num jornal de circulação nacional.

De qualquer modo, a autoridade ficará encarregada de registrar as sanções aplicadas, com a finalidade de informar ao público, assim como para detectar os casos de reincidência, sem prejuízo do disposto no art. 7º do Decreto nº 20.572/03.

A autoridade municipal administrativa de aplicação somente poderá ordenar estas sanções nos procedimentos aos quais se refere o art. 9º da Lei nº 1.276/98, que serão de aplicação imediata. Nos demais casos, é competente o juiz de faltas segundo o estabelecido na lei mencionada.

Em concordância, o art. 28 do Decreto 21004/03 expressa:

“Art. 28. Sem prejuízo das sanções pertinentes, na mesma decisão final, as autoridades de aplicação, atuando de ofício ou a pedido de parte, poderão impor aos fornecedores que incorrerem em alguma das infrações tipificadas no presente decreto, uma ou algumas das seguintes medidas corretivas:

- a) *Confisco e destruição da mercadoria, embalagens, acondicionamentos e/ou rótulos;*
- b) *Fechamento temporário do estabelecimento ou loja, até um máximo de 60 (sessenta) dias;*
- c) *Publicação de avisos com fins de retificação ou informativos, na forma determinada pela autoridade, levando em consideração os meios que resultarem idôneos para reverter os efeitos que o ato objeto da sanção houver ocasionado. A publicação se realizará às custas do infrator;*
- d) *Reposição e reparação de produtos;*
- e) *Devolução da contraprestação paga pelo reclamante; e/ou*



f) *Qualquer outra medida que tiver por finalidade reverter os efeitos que a conduta infratora tiver causado ou evitar que a mesma se produza novamente no futuro.*

Os bens ou montantes que sejam objeto de medidas corretivas serão entregues pelo fornecedor diretamente ao consumidor que os reclama, salvo ordem distinta contida na decisão. Aqueles bens ou montantes matéria de medida corretiva, que por algum motivo se encontrem na posse da autoridade de aplicação, deverão ser entregues e postos à disposição dos reclamantes beneficiados.

O descumprimento por parte dos fornecedores do que foi estabelecido nas decisões finais emitidas pela autoridade constitui uma infração à lei e ao presente decreto. Nestes casos, a autoridade terá competência para impor as sanções e medidas corretivas enunciadas na presente norma, independentemente de que a parte legitimada opte pela execução do inadimplido, pelos caminhos legais pertinentes.”

No caso da autoridade municipal administrativa de aplicação, esta somente poderá ordenar estas medidas nos procedimentos aos quais se refere o art. 9º da Lei nº 1.276/98, os quais serão de aplicação imediata. Nos demais casos, é competente o juiz de faltas, segundo o estabelecido nesta lei.

Procedimento judicial à disposição do consumidor

Na legislação paraguaia, somente as decisões tomadas pela autoridade de aplicação poderão ser objeto de recurso no contencioso administrativo (que depende do poder judiciário), por parte do consumidor ou fornecedor afetado. Não existe um procedimento judicial pré-estabelecido, que o consumidor ou usuário afetado possa utilizar para fazer valer e defender os seus direitos. Somente pode recorrer na instância administrativa, dentro do âmbito da Lei nº 1.334/98 e dos decretos que a regulamentam.

Sanções penais previstas para a punição do fornecedor

Não existem, no Código Penal paraguaio, ilícitos tipificados que façam referência a condutas de fornecedores, em prejuízo dos consumidores, que sejam consideradas delito.

A arbitragem de consumo

A arbitragem de consumo está estabelecida na Terceira Seção do Procedimento Único de Conciliação, Mediação e Arbitragem, do art. 11 ao 19 do Decreto nº 21.004/03. Vejamos:

Art. 11. – “A autoridade de aplicação indicará dia e hora para a celebração de uma audiência na qual se procurará conciliar os interesses das partes, a qual terá lugar, pelo menos, quatro dias depois da data da notificação da reclamação ao fornecedor.

A conciliação poderá ser celebrada por qualquer meio idôneo, mas deverá ser instrumentalizada na forma escrita.”

Art. 12. – “Quando o fornecedor não comparecer à audiência sem justa causa, ou não apresentar um relatório relacionado aos fatos, será citado para uma segunda audiência, que terá lugar em prazo não superior a quatro dias, sob a advertência de que, o seu não comparecimento fará com que os fatos expostos pelo reclamante sejam considerados como verdadeiros, sempre que se ajustem a critérios objetivos e razoáveis.

Quando o reclamante não comparecer à audiência de conciliação e não apresentar, dentro dos quatro dias seguintes, uma justificativa razoável a respeito dos motivos do não comparecimento, se interpretará que terá desistido da reclamação, ficando encerrada a discussão sobre os fatos nela relacionados.”

Art. 13. – “O conciliador exporá às partes um resumo da reclamação, indicará os elementos comuns e as controvérsias e convidará as partes para chegar a um acordo. Em qualquer momento, o conciliador poderá solicitar às partes os elementos de convicção que estime necessários para a conciliação e exercerá as atribuições que as normas legais conferem à autoridade de aplicação.”

Art. 14. – “No caso da suspensão devidamente justificada, o conciliador indicará dia e hora para a retomada da audiência, mais tardar dentro dos dez dias seguintes; salvo acordo em contrário entre as partes.

Será lavrada ata sucinta de todas as audiências, e sem pré-julgar acerca do conflito, o conciliador apresentará às partes as opções de solução.

Neste sentido, sempre que não existir um reconhecimento expresso da reclamação, o que o fornecedor manifestar na audiência não será considerado como um reconhecimento da culpa para fins da decisão que puser fim ao procedimento.”

Art. 15. – “Os acordos de mero trâmite adotados pelo conciliador serão irrecorríveis. Os convênios celebrados pelas partes serão aprovados pela autoridade de aplicação, sempre que não contrariem o que dispuserem as leis. A aprovação dos mesmos será irrecorrível.

Sem prejuízo da validade ou aprovação dos acordos ou convênios celebrados ou emitidos, a autoridade também poderá iniciar de ofício um procedimento, de acordo à sua competência, se considerar que os fatos matéria do acordo ou convênio afetam interesses de terceiros.”

Art. 16. – “O descumprimento dos acordos conciliatórios constitui violação aos direitos dos consumidores, contidos na Lei nº 1.334/98. Em tal caso, o infrator será passível das sanções estabelecidas na presente lei, sem prejuízo do cumprimento compulsório das obrigações que as partes tenham acordado.

Neste sentido, se o obrigado a cumprir com um acordo ou convênio não o fizer, lhe será imposta uma sanção de até o limite máximo da multa permitida, para cuja graduação serão tomados em consideração os critérios que a autoridade emprega para emitir decisões finais, sem prejuízo de cumprimento do acordado. Se o obrigado persistir no descumprimento, a autoridade poderá impor uma nova multa, duplicando sucessiva e ilimitadamente, o montante da última multa imposta, até que se cumpra com a medida e sem prejuízo de poder denunciar o responsável ante a autoridade competente, para que esta inicie o processo penal correspondente. As multas impostas não impedem as autoridades de aplicação de impor uma multa ou sanção distinta ao final do procedimento, se for configurada tal circunstância.

Quando o caso deva ser resolvido pela autoridade municipal administrativa de aplicação, uma vez dispostas e aplicadas estas medidas, deverão ser remetidos os antecedentes, por caderno separado e sem interrupção da tramitação do principal, ao julgado de faltas municipais, sem prejuízo de remetê-los ao foro ordinário que as tenha autorizado, no prazo de quarenta e oito horas. As medidas serão de aplicação imediata e somente poderão cessar, modificar-se ou suspender-se quando a autoridade judicial municipal assim o dispuser, por decisão fundada.”

Art. 17. – “Mediação

As normas da presente Seção regerão o procedimento de mediação, em todos os casos que resultem aplicáveis, sem prejuízo do estabelecido nas leis e regulamentos vigentes na matéria.”



Art. 18. – “Arbitragem

As partes interessadas poderão recorrer ao processo arbitral, sem necessidade de reclamação ou procedimento conciliatório prévio.”

Art. 19. – “Tribunais arbitrais

A autoridade de aplicação proporcionará a organização de tribunais arbitrais que atuarão como conciliadores ou árbitros de direito, segundo o caso, para resolver as controvérsias que sejam suscitadas como motivo do previsto nesta lei. Poderão convidar para que integrem esses tribunais arbitrais, nas condições estabelecidas na regulamentação, as pessoas que, levando em consideração sua competência, sejam propostas pelas associações de consumidores e câmaras empresariais. O procedimento previsto nas leis e regulamentos que tratam da matéria resultará aplicável.”



PERU

O SISTEMA NACIONAL PERUANO



Fundamento constitucional da defesa do consumidor

No Peru, a defesa do consumidor possui um fundamento constitucional, que está previsto no art. 65 da Constituição Política de 1993. Vejamos:

“Art. 65 - Proteção ao consumidor

O Estado defende o interesse dos consumidores e usuários. Para tal efeito garante o direito à informação sobre os bens e serviços que se encontram à disposição no mercado. Igualmente, zela pela saúde e segurança da população.”

A base legal da proteção do consumidor

No país, a principal legislação na matéria é o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, aprovado pela Lei nº 29.571, publicada em 02 de setembro de 2010. Não obstante, o Decreto Legislativo nº 807 igualmente resulta aplicável, no que for pertinente.

A estrutura do sistema de defesa do consumidor

O Sistema de Proteção do Consumidor conta com uma entidade máxima, que é o Instituto Nacional de Defesa da Concorrência e da Proteção da Propriedade Intelectual, que é a autoridade nacional de proteção do consumidor.

Este sistema está formado por normas e princípios basilares em matéria de consumo, assim como por diversas entidades cuja função exerce impacto na proteção dos consumidores. Neste sentido, o sistema conta com um órgão de coordenação, denominado Conselho Nacional de Proteção do Consumidor, do qual formam parte instituições como: o Ministério da



Saúde, o Ministério da Educação, o Ministério da Produção, organismos regulatórios dos serviços públicos, Prefeituras, etc.

Por outro lado, a função de solução de conflitos de consumo em sede administrativa é de competência do Instituto Nacional de Defesa da Concorrência e da Proteção da Propriedade Intelectual (a seguir, INDECOPI), exceto no caso de setores do serviço público (energia, telecomunicações, água e saneamento e infraestrutura de transporte público), nos quais corresponde ao organismo regulatório tal função.

A política nacional da relação de consumo e seus principais instrumentos

A política nacional de proteção ao consumidor é desenvolvida pelo INDECOPI, através de suas distintas ações de prevenção, fiscalização e solução de conflitos.

Atualmente, encontra-se em elaboração o primeiro Plano Nacional de Proteção do Consumidor, no Peru, que se prevê estar concluído em 4 anos. Tal documento desenvolverá a política nacional de proteção do consumidor, através de ações que serão realizadas pelo INDECOPI e pelos membros do Sistema Nacional de Proteção do Consumidor.

Para tal fim, se realizou, por primeira vez no país, uma enquete para determinar a linha de base em matéria de proteção ao consumidor. A partir dos resultados que forem obtidos, serão elaborados os indicadores de resultado do Plano Nacional.

Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições

No âmbito do INDECOPI há diversas unidades orgânicas que estão encarregadas de zelar pela defesa dos consumidores, entre elas: Direção da Autoridade Nacional de Proteção do Consumidor; os órgãos de resolução de conflitos; a Gerência de Supervisão e Fiscalização; a Gerência de Escritórios Regionais e o Serviço de Atendimento ao Cidadão.

Ademais, o INDECOPI preside o Conselho Nacional de Proteção do Consumidor, colegiado que se constitui num órgão executor dentro do Sistema Nacional Integrado de Proteção do Consumidor.

Do mesmo modo, aqueles cidadãos que tiverem vulnerados os seus direitos de consumidores e desejarem obter uma indenização por danos e prejuízos podem acudir ao Poder Judiciário.

DIREÇÃO DA AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR (INDECOPI)

Está inserida dentro da estrutura do INDECOPI. Encarregada de coordenar e executar as ações que correspondam ao INDECOPI, na sua qualidade de órgão regulador do Sistema Nacional Integrado de Proteção do Consumidor, em coordenação com os órgãos e unidades orgânicas competentes em matéria de proteção ao consumidor do INDECOPI.

ÓRGÃOS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS DE CONSUMO DO INDECOPI:

Órgãos de Procedimento Sumaríssimo. Cada órgão é competente para conhecer, em primeira instância administrativa, das denúncias cuja quantia, determinada pelo valor do produto ou serviço matéria da controvérsia, não supere três (3) Unidades Impositivas Tributárias (UIT)¹; assim como daquelas denúncias que versem, exclusivamente, sobre pedidos de informação, métodos abusivos de cobrança e demora na entrega do produto, independentemente de sua quantia. É competente para conhecer, em primeira instância, das denúncias por descumprimento de medida corretiva, descumprimento de acordo conciliatório e descumprimento e liquidação de custas e custos.

Comissão de Proteção ao Consumidor. Corresponde à Comissão zelar pelo cumprimento da Lei nº 29.571, Código de Proteção e Defesa do Consumidor e da legislação em geral, proteger os consumidores da falta de idoneidade dos bens e serviços, da vulneração do direito à informação e da discriminação no âmbito das relações de consumo, assim como das demais violações aos direitos reconhecidos em lei, e nas demais regulamentações. Constitui-se na primeira instância administrativa dos conflitos de consumo que não puderem ser conduzidos dentro do processo sumaríssimo e na segunda instância administrativa do procedimento sumaríssimo propriamente dito.

Sala de Proteção ao Consumidor. É responsável por: conhecer e resolver em segunda e última instância administrativa as apelações interpostas contra os atos que põe fim à instância, que não permitam defesa ou que determinem a impossibilidade de continuar o procedimento; conhecer e resolver em segunda e última instância administrativa sobre a adoção de

¹ 1 UIT= 1 Unidade impositiva tributária equivale a S/ 3,800.00 “nuevos soles” para o ano de 2014 (U\$S 1360 dólares americanos, aproximadamente). A UIT é atualizada, anualmente. Disponível em: http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=301&Itemid=100877&lang=es



medidas corretivas, medidas cautelares, multas, medidas coercitivas, pagamento de custas e custos; conhecer e resolver os recursos de revisão, dentro do âmbito do procedimento sumaríssimo de proteção ao consumidor; conhecer e resolver queixas por defeitos na tramitação dos procedimentos de competência dos órgãos de primeira instância ou de outra Sala; entre outras competências.

GERÊNCIA DE SUPERVISÃO E FISCALIZAÇÃO DO INDECOPI

É uma unidade técnico-normativa que formula e propõe normas de política de alcance nacional sobre prevenção, através de atividades de supervisão e a fiscalização do cumprimento das obrigações legais e contratuais, por parte daqueles que realizam atividades sujeitas à competência do INDECOPI. Presta apoio técnico, legal e de execução, no exercício das faculdades de supervisão e fiscalização, em determinadas atividades econômicas.

SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CIDADÃO DO INDECOPI

Tem como finalidade canalizar e integrar os serviços das áreas funcionais e administrativas, brindar informação dos procedimentos e requisitos para o acesso aos serviços que prestam todas as áreas do INDECOPI e solucionar controvérsias de consumo através de conciliações, por delegação de funções da Comissão de Proteção ao Consumidor.

GERÊNCIA DE ESCRITÓRIOS REGIONAIS DO INDECOPI.

Responsável pelo planejamento, organização, direção e supervisão dos serviços prestados pelo INDECOPI, nas diversas regiões do país, através dos Escritórios Regionais e outras sedes descentralizadas. Compreende os escritórios regionais e outras sedes descentralizadas, as quais são responsáveis pela realização de ações que conduzam à prestação dos serviços e demais funções institucionais, na sua respectiva jurisdição.

CONSELHO NACIONAL DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

Entre as funções do Conselho Nacional de Proteção do Consumidor, executadas em coordenação com a autoridade nacional de proteção do consumidor, podemos destacar:



- a) propor e harmonizar a política nacional de proteção e defesa do consumidor, assim como o Plano Nacional de Proteção dos Consumidores, que devem ser aprovados pela Presidência do Conselho de Ministros;
- b) formular recomendações sobre a priorização de ações em determinados setores do consumo e sobre a geração de normas vinculadas à proteção dos consumidores;
- c) emitir opinião sobre programas e projetos em matéria de proteção do consumidor, que sejam submetidos à consideração; entre outras.

PODER JUDICIÁRIO

Se o consumidor quiser buscar uma reparação ou indenização pelos danos e prejuízos sofridos, derivados das violações aos direitos dos consumidores, o pedido somente poderá ser feito, neste sentido, ante o Poder Judiciário. O Poder Judiciário é a instância a qual recorrem os consumidores quando os casos apresentados ante o INDECOPI não chegam a uma decisão satisfatória. Este processo é realizado através de um procedimento contencioso administrativo, regulado pela Lei nº 27.584 e tem como finalidade impugnar a decisão da administração pública, como por exemplo, os atos administrativos, a omissão administrativa e as atuações materiais administrativas.

A base legal onde podem ser encontradas as atribuições e responsabilidades de todos os órgãos referidos é:

- Decreto Supremo 106-2012-PCM. Aprova modificações ao Regulamento da Organização e Função do INDECOPI, de 25 de outubro de 2012;
- Lei nº 29.571, Código de Proteção e Defesa do Consumidor, publicado em 02 de setembro de 2010.

As associações civis de consumidores

São organizações constituídas em conformidade com as normas estabelecidas pelo Código Civil peruano. Têm como finalidade: proteger, defender, informar e representar aos consumidores e usuários.

Estão legitimadas para apresentar reclamações e denúncias ante a Comissão de



Proteção ao Consumidor e aos demais órgãos funcionais competentes do INDECOPI. Igualmente, podem atuar em nome dos seus associados e das pessoas que lhes tenham outorgado procuração para tal finalidade, ante aos organismos regulatórios dos serviços públicos (em matéria de proteção ao consumidor), atuando na defesa dos interesses coletivos ou difusos dos consumidores.

Vejamos as associações de consumidores que estão devidamente inscritas no Registro Oficial de Associações de Consumidores:

- Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios ASPEC;
- Asociación en Defensa de los Derechos del Consumidor - San Francisco;
- Asociación de Regional de Consumidores y Usuarios de los Servicios Públicos de Puno – ARSCUSP;
- Asociación de Consumidores ATENEA - En Defensa de los Derechos de los Consumidores;
- Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado "IDOM";
- Asociación de Consumidores y Usuarios de Seguros "ACUSE";
- "Asociación de Protección al Usuario APU";
- Asociación Civil Constructores de Paz;
- Instituto Proyecto Solidaridad Global;
- Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región ANCASH- ACUREA;
- "Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios AADEC";
- Asociación Accusa Defensor del Consumidor;
- Asociación Peruana Para la Difusión y Defensa de los Derechos de los Consumidores – ASDEC;
- "Asociación Instituto de Defensa Legal del Ambiente y el Desarrollo Sostenible PERÚIDLADS";
- CAUDAL- Instituto de Protección al Consumidor;
- Asociación en Defensa del Consumidor - Perú ADECON_PERÚ;
- Asociación Protectora del Consumidor y Desarrollo Jurídico – APROCDEJ;
- "Asociación Nacional Para La Defensa y la Educación de los Consumidores ANDECO";
- ASOCIACIÓN DE DEFENSA, EDUCACIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES- ADEPCO;
- Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Barranca – ADECUB.



Procedimento administrativo para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor.

A respeito desta temática, é importante destacar que desde 2010, existe o procedimento sumaríssimo de solução de conflitos no âmbito administrativo para os seguintes casos, previstos no art. 125 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor:

- a) quando o valor dos produtos ou serviços reclamados não supere as 3 UIT;
- b) pedidos de informação;
- c) métodos de cobrança abusivos;
- d) demora na entrega do produto;
- e) denúncias por descumprimento de medida corretiva;
- f) descumprimento de acordo conciliatório; e
- g) descumprimento e liquidação de custas e custos.

Estão excluídas, sem importar a quantia, as reclamações que envolvam produtos ou substâncias perigosas, atos de discriminação, tratamento diferenciado, serviços médicos, atos que afetem interesses coletivos ou difusos.

O prazo para solucionar o pedido é de 30 dias úteis, por instância.

A primeira instância é o Órgão do Procedimento Sumaríssimo, ao passo que a segunda é a Comissão de Proteção do Consumidor. Está previsto, para uso excepcional, o recurso de revisão, que deverá ser apresentado ante a Sala de Proteção do Consumidor.

Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor

As sanções administrativas estão previstas no art. 110 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor e vão desde a advertência (chamada de atenção) até a aplicação da pena de 450 UIT. As sanções variam de acordo com a gravidade da falta cometida e podem ser:

- a) Para infrações leves, uma advertência ou uma multa de até cinquenta (50) UIT;
- b) Para infrações graves, uma multa de até cento e cinquenta (150) UIT;
- c) Para infrações muito graves, uma multa de até quatrocentos e cinquenta (450) UIT.



Procedimento judicial à disposição do consumidor

O INDECOPI é a autoridade com competência primária para conhecer das supostas infrações às normas de proteção ao consumidor, sendo que tal competência somente poderá ser negada quando ela tiver sido designada a favor de outro organismo por norma expressa com hierarquia de lei. A proteção do consumidor se realiza em sede administrativa, através dos órgãos de resolução de conflitos de primeira e segunda instâncias, no âmbito do INDECOPI, aos quais lhes é dada a capacidade de solucionar conflitos de consumo, sendo suas decisões de caráter vinculante, com faculdades para impor medidas corretivas e multas administrativas, as quais poderão ser exigíveis inclusive de forma coativa.

Em sede administrativa, podem ser iniciados dois processos: o procedimento sumaríssimo e o procedimento ordinário. A respeito desse último, existem duas instâncias: a primeira é a Comissão de Proteção do Consumidor e, a segunda, a Sala de Proteção do Consumidor.

Por outro lado, o consumidor pode recorrer ao procedimento judicial, caso a sua pretensão seja obter uma indenização por danos e prejuízos, do fornecedor, uma vez que em sede administrativa nenhum órgão de solução de conflitos, em nossa legislação, possui a faculdade de outorgar tal remédio jurídico. De qualquer modo, caso o consumidor não seja amparado na sua pretensão em sede administrativa, ante o INDECOPI, pode impugnar a decisão através de uma demanda contenciosa administrativa ante o Poder Judiciário.

Sanções penais previstas para a punição do fornecedor

Não temos sanções penais específicas em matéria de consumidor. As sanções penais estão reguladas de maneira geral no Código Penal peruano.

A arbitragem de consumo

O Código de Proteção e Defesa do Consumidor, aprovado pela Lei nº 29.571, dispõe sobre a implementação do sistema de arbitragem de consumo nos governos locais e regionais.

O Código desenvolve este sistema nos arts. 137 e seguintes.

Igualmente, existe o Decreto Supremo nº 046-2011-PCM (Regulamento do Sistema de Arbitragem de Consumo), ao qual fazem referência os arts. 137 a 144 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor.



URUGUAI O SISTEMA NACIONAL URUGUAIO



Fundamento constitucional da defesa do consumidor

A Constituição Nacional uruguaia não tem uma previsão expressa a este respeito.

Não obstante, a doutrina coincide que a constitucionalidade das leis de defesa do consumidor pode ser encontrada no art. 72 da Constituição.

Entende-se que o “rol” de direitos, deveres e garantias estabelecido pela Constituição não exclui outros que são inerentes à personalidade humana (art. 72 da Constituição). Se não existir regulamentação, isso não implica que não possa ser aplicado esse direito (art. 332 da Constituição), situação que pode ser suprida com o recurso aos fundamentos de leis análogas, aos princípios gerais do direito e às doutrinas geralmente admitidas.

A base legal da proteção do consumidor

No caso do Uruguai é a Lei nº 17.250, sobre Relações de Consumo, com redação introduzida pela: a) Lei nº 19.149 (arts. 143 a 146); e b) Lei nº 18.507 (lei de processos judiciais abreviados em matéria de consumo), com a modificação introduzida pelo art. 142 da Lei nº 19.149.

De igual maneira, regulamentam questões específicas a seguinte legislação:

- a) Lei nº 18.212 (lei financeira, em matéria de usura);
- b) Lei nº 17.598 (para serviço de energia, eletricidade e água);
- c) Lei nº 17.296 (para serviços de telefonia, televisão a cabo, correios, encomendas, internet);
- d) Lei nº 18.335 (para serviços de saúde pública e privada);
- e) Lei nº 14.335 (para serviços turísticos);
- f) Lei nº 19.210 (de inclusão financeira);
- g) Lei nº 18.437 (ensino fundamental e ensino médio); e
- h) Lei nº 18.331 (dados pessoais).

A estrutura do sistema de defesa do consumidor.

Existe uma autoridade nacional geral (a Direção Geral de Comércio – Área de Defesa do Consumidor) com faculdades de controle e sanção.

Também encontramos as autoridades nacionais com competência de defesa do consumidor em sua matéria específica e por último as autoridades setoriais (vinculadas aos Departamentos). Em ambos os casos estas autoridades possuem a faculdade de controle e sanção em assuntos submetidos à sua competência e jurisdição.

A política nacional de relação de consumo e seus principais instrumentos

Esta política nacional de relação de consumo se dá através da fiscalização, de mediações (à distância e em audiências), da difusão e conscientização, contando ainda com a correspondente aplicação de sanções aos infratores.

Órgãos que atuam na defesa do consumidor: faculdades e atribuições

A Área de Defesa do Consumidor da Direção Geral de Comércio tem como principais faculdades: fiscalizar o cumprimento da normativa de proteção do consumidor; propor mediação entre consumidores e fornecedores; assessorar os consumidores a respeito de seus direitos; e fomentar a constituição de associações de consumidores.

A Unidade Regulatória de Serviços de Energia e Água tem como atribuições: fiscalizar o cumprimento da normativa de proteção ao consumidor dos serviços específicos; controlar regulamentos técnicos de eletrodomésticos; realizar mediações entre consumidores destes serviços e os respectivos fornecedores.

A Unidade Regulatória de Serviços de Comunicação, por sua vez, possui como principal função a de fiscalização do cumprimento da normativa de proteção ao consumidor de serviços de telefonia, internet, televisão a cabo, encomendas.



As associações civis de consumidores

Estas associações atuam, principalmente, em atividades de conscientização e acadêmicas. Convida-se as comissões legislativas para brindarem a sua opinião e sugerirem textos alternativos para leis de defesa do consumidor. Algumas delas assessoram aos consumidores e os representam em mediações na área administrativa. Temos conhecimento de que a Associação Civil CUA propôs uma ação coletiva em matéria de consumo.

Alguns exemplos de associações civis de consumidores no Uruguai:

- Liga Uruguay de Defensa del Consumidor
- Consumidores y Usuarios Asociados Uruguay (CUA).
- Liga de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de la República Oriental del Uruguay
- REDCON - Consumidores en Red de Confianza.
- Causa Común

Procedimento administrativo para apurar a responsabilidade do fornecedor que causa dano ao consumidor

O país não conta com este tipo de procedimento específico.

Sanções administrativas previstas para punir o fornecedor

São aplicáveis as sanções seguintes: notificação, multas, confisco de produtos, fechamento do estabelecimento, suspensão do registro de fornecedores do Estado, colocação de cartaz mencionando ser infrator da lei de defesa do consumidor, publicação da sanção em jornais.

Estas sanções estão previstas na Lei nº 17.250 sobre defesa do consumidor.

Procedimento judicial à disposição do consumidor

Existe um procedimento especial para processos de menor quantia em matéria de



consumo, instituído pela Lei nº 18.507. Este se diferencia do procedimento ordinário, pois tramita em única instância (não admite revisão em instância superior), está sujeito à menor tributação, comparando-se com os processos ordinários, não requer a assistência obrigatória de advogado e tampouco exige conciliação prévia.

Sanções penais previstas para a punição do fornecedor

O país não conta com este tipo de punição.

A arbitragem de consumo

O Uruguai não dispõe de uma lei que estabeleça a possibilidade do consumidor recorrer à arbitragem.



CAPÍTULO 3
PRINCÍPIOS, CONCEITOS E DIREITOS BÁSICOS
DE DEFESA DO CONSUMIDOR





ARGENTINA

O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ARGENTINA



A noção de vulnerabilidade do consumidor

A legislação que protege o consumidor na República Argentina está estruturada, como a mais moderna legislação na matéria, com base no princípio da assimetria negocial e informativa que atinge a relação de consumo, já que o consumidor, parte vulnerável da relação contratual, carece do poder de negociação e da informação pertinente sobre o produto ou o serviço do qual se trata, para (eventualmente) negociar em termos equitativos a contratação de consumo.

Por isso, toda a legislação é protetória da parte vulnerável, sendo considerada de ordem pública para favorecer o consumidor.

Exemplo de caso de vulnerabilidade do consumidor: os funcionários encarregados da segurança de um supermercado atrasam um consumidor, em virtude da suposta subtração de um produto por parte do Sr. López. Neste caso, o consumidor recebe por parte do fornecedor um tratamento indigno e vergonhoso.

Conceito de consumidor

O conceito de consumidor está contemplado no art. 1º da Lei nº 24.240. Conforme o dispositivo mencionado:

“Art. 1º — Objeto. Consumidor. Equiparação. A presente lei tem por objeto a defesa do consumidor ou usuário, entendendo-se por tal toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza bens ou serviços de forma gratuita ou onerosa como destinatário final, em benefício próprio ou de seu grupo familiar ou social. Fica compreendida a aquisição de direitos em time-sharing, clubes de campo, cemitérios privados e figuras afins.

Do mesmo modo, se considera consumidor ou usuário a aquele que, sem ser parte de uma relação de consumo, como consequência ou em ocasião dela, adquire ou utiliza bens ou serviços como destinatário final, em benefício próprio ou do seu grupo

familiar ou social, e a aquele que de qualquer maneira estiver exposto à uma relação de consumo.”

Exemplo de consumidor: um representante da Escola Cooperativa 25 de La Plata – Província de Buenos Aires -, contata a Direção de Defesa do Consumidor para reclamar, porque comprou pelo Mercado Livre um aparelho de som para o colégio. Quando recebe a caixa, comprova que o aparelho entregue não corresponde a aquele que foi publicado e que motivou a aquisição. Logo, pede assessoria a respeito de como resolver o problema.

Conceito de fornecedor

O conceito de fornecedor surge do art. 2º da Lei nº 24.240. Vejamos:

“Art. 2º — FORNECEDOR. É a pessoa física ou jurídica, de natureza pública ou privada, que desenvolve de maneira profissional, ainda que ocasionalmente, atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, concessão de marca, distribuição e comercialização de bens e serviços, destinados a consumidores ou usuários. Todo fornecedor está obrigado ao cumprimento da presente lei.

Não estão compreendidos nesta lei os serviços de profissionais liberais que requerem, para o seu exercício, título universitário ou registro outorgado por colégios profissionais reconhecidos oficialmente ou por autoridade competente, mas sim a publicidade que seja feita do seu oferecimento. Diante da apresentação de denúncias, que não se vinculem com a publicidade dos serviços, apresentadas por usuários e consumidores, a autoridade de aplicação desta lei informará o denunciante sobre o ente que controla o respectivo registro, para fins de sua tramitação.”

Exemplo de fornecedor: um consumidor adverte que do seu saldo de crédito do cartão pré-pago de telefone celular, foram descontados 10 pesos, em razão de umas mensagens que o convidam a participar de sorteios para ganhar prêmios. O Sr. Pérez, nunca solicitou que lhe enviassem essas mensagens, mas se deu conta de que, ao ler e apagar as mesmas, vai sendo descontado crédito de sua conta. Cansado dessa situação, decide consultar a empresa telefônica respectiva.

, Conceito de produto

A Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor não define expressamente o conceito de produto, fazendo uma referência genérica aos bens, do seguinte modo:

“Art. 1º — Objeto. Consumidor. Equiparação. A presente lei tem por objeto a defesa do consumidor ou usuário, entendendo-se por tal toda pessoa física ou jurídica que adquira ou utiliza bens ou serviços de forma gratuita ou onerosa como destinatário final, em benefício próprio ou de seu grupo familiar ou social. Fica compreendida a aquisição de direitos em time-sharing, clubes de campo, cemitérios privados e figuras afins...”

Conceito de serviço

A Lei nº 24.240 tampouco define jurídica ou conceitualmente o que é serviço, fazendo nada mais que uma referência genérica no art. 19, segundo o qual:

“Art. 19. — Modalidades de Prestação de Serviços. Aqueles que prestem serviços de qualquer natureza estão obrigados a respeitar os termos, prazos, condições, modalidades, reservas e demais circunstâncias conforme as quais tenham sido oferecidos, publicitados ou acordados.”

Exemplo de serviço: o consumidor liga reclamando, porque o produto adquirido (um notebook) não apresenta um correto funcionamento. As empresas (tanto a fabricante quanto a vendedora), diante do pedido do consumidor, devem brindar um serviço técnico adequado, conforme os termos da garantia conferida. No caso denunciado, o consumidor havia levado o bem em questão, em duas oportunidades, ao serviço técnico, sem obter a solução do problema. Tudo isso, durante o prazo de vigência da garantia.

Conceito de serviços públicos

A Lei nº 24.240 também não define o conceito de serviço público, mas contempla um



capítulo especial, Capítulo VI, referente aos “Usuários de Serviços Públicos Domiciliários” (fazendo alusão aos serviços de luz, gás, água e telefone fixo), do seguinte modo:

CAPÍTULO VI

USUÁRIOS DE SERVIÇOS PÚBLICOS DOMICILIÁRIOS

“Art. 25. — Registro por escrito. Informação ao usuário. As empresas prestadoras de serviços públicos a domicílio devem entregar ao usuário um registro por escrito das condições da prestação e dos direitos e obrigações de ambas as partes contratantes. De qualquer modo, devem manter tal informação à disposição dos usuários em todas as lojas de atenção ao público.

As empresas prestadoras de serviços públicos domiciliários deverão colocar nas faturas que forem alcançadas ao usuário e nas lojas de atenção ao público cartazes com o aviso: “Você tem direito a reclamar por uma indenização se cobramos montantes ou conceitos indevidos ou se reclamamos o pagamento de contas já pagas, Lei nº 24.240.”

Os serviços públicos domiciliários com legislação específica e cuja atuação for controlada pelos organismos que ela contempla serão regidos por essas normas e pela presente lei. Em caso de dúvida sobre a lei aplicável, se optará pela mais favorável ao consumidor.

Os usuários dos serviços poderão apresentar suas reclamações ante a autoridade instituída pela legislação específica ou ante a autoridade de aplicação da presente lei.”

(Artigo substituído pelo art. 10 da Lei nº 26.361 B.O. 07/04/2008

“Art. 26. — Reciprocidade no Tratamento. As empresas indicadas no artigo anterior devem outorgar aos usuários reciprocidade de tratamento, aplicando para os reembolsos ou devoluções os mesmos critérios que estabelecerem para a cobrança dos juros por mora.”

“Art. 27. — Registro de reclamações. As empresas prestadoras devem habilitar um registro de reclamações onde ficarão contidos os pedidos dos usuários. As mesmas poderão ser efetuadas por notificação, telefone, fax, correio ou correio eletrônico, ou por outro meio disponível, devendo ser fornecido um registro com a identificação da reclamação. Estas devem ser satisfeitas em prazos peremptórios, conforme a regulamentação da presente lei. As empresas prestadoras de serviços públicos deverão garantir atenção personalizada aos usuários.”

(Artigo substituído pelo art. 11 da Lei nº 26.361 B.O. 07/04/2008

“Art. 28. — Segurança das Instalações. Informação. Os usuários de serviços públicos prestados a domicílio, que requeiram instalações específicas, devem ser convenientemente informados sobre as condições de segurança das instalações e dos artefatos.”

“Art. 29. — Instrumentos e Unidades de Medição. A autoridade competente está facultada a intervir na verificação do bom funcionamento dos instrumentos de medição de energia, combustíveis, comunicações, água potável ou qualquer outro similar, quando existam dúvidas sobre as leituras efetuadas pelas empresas prestadoras dos respectivos serviços.

Tanto os instrumentos quanto as unidades de medição, deverão ser reconhecidos e legalmente autorizados. As empresas prestadoras garantirão aos usuários o controle individual dos consumos. As notas fiscais deverão ser entregues ao usuário com pelo menos dez (10) dias de antecedência com relação à data do seu vencimento.”

“Art. 30. — Interrupção da Prestação do Serviço. Quando a prestação do serviço público domiciliário for interrompida ou sofrer alterações, se presume que a causa é imputável à empresa prestadora. Efetuada a reclamação pelo usuário, a empresa dispõe de um prazo máximo de trinta (30) dias para demonstrar que a interrupção ou a alteração não lhe é imputável. Caso contrário, a empresa deverá reembolsar o valor total do serviço não prestado dentro do prazo estabelecido anteriormente. Esta disposição não se aplica quando o valor do serviço não prestado for deduzido da fatura correspondente. O usuário pode apresentar a reclamação a partir da interrupção ou alteração do serviço, até 15 dias depois do vencimento da conta.”

“Art. 30 bis. — Os registros que as empresas prestadoras de serviços públicos entregarem aos seus usuários para a cobrança dos serviços prestados, deverão expressar se existem períodos ou outras dívidas pendentes, e, neste caso, datas, conceito e juros se corresponder, tudo escrito de forma clara e com letras em destaque. Caso não existam dívidas pendentes se expressará: “não existem dívidas pendentes”.

A falta desta manifestação faz presumir que o usuário se encontra em dia com o pagamento e que não mantém dívidas com a prestadora.

Caso existam dívidas e para efeitos de pagamento, os conceitos reclamados devem ser cobrados em documento a parte, com o detalhamento consignado neste artigo.”

“Art. 31. — Quando uma empresa de serviço público domiciliário com variações regulares sazonais fature num determinado período consumos que excedam a SETENTA E CINCO POR CENTO (75%) da média dos consumos correspondentes ao mesmo período dos DOIS (2) últimos anos se presume que existe erro no faturamento.

Para o caso de serviços de consumo não sazonais se tomará em conta a média do consumo dos últimos DOZE (12) meses, anteriores ao faturamento. Em ambos os casos, o usuário pagará unicamente o valor da média de tal consumo.

Nos casos nos quais um prestador de serviços públicos fature montantes ou conceitos indevidos ou reclame o pagamento de contas já pagas o usuário poderá apresentar reclamação, pagando unicamente os conceitos não reclamados.

O prestador disporá de um prazo de TRINTA (30) dias a partir da reclamação do usuário para provar de forma confiável que o consumo faturado foi efetivamente realizado.

Se o usuário não considerar satisfeita a sua reclamação ou se o prestador não responder nos prazos indicados, poderá requerer a intervenção do correspondente organismo de controle, dentro dos TRINTA (30) dias contados a partir da resposta do prestador ou da data de vencimento do prazo para contestar, se este não tiver respondido.

Nos casos nos quais a solução da reclamação for favorável ao usuário e se este tiver pago um importe maior ao que finalmente foi determinado, o prestador deverá reembolsar-lhe a diferença correspondente com os mesmos juros que o prestador cobrar por mora, calculados desde a data de pagamento até a efetiva devolução, e indenizará o usuário com um crédito equivalente a VINTE E CINCO POR CENTO (25%) do montante cobrado ou reclamado indevidamente. A devolução e/ou indenização se fará efetiva na fatura imediatamente posterior.

Se a reclamação for resolvida a favor do prestador, este terá direito a reclamar o pagamento da diferença devida, cumulada com os juros por mora, calculados a partir da data de vencimento da fatura reclamada até a data do efetivo pagamento.

A taxa de juros por mora nas faturas de serviços públicos não poderá exceder a CINQUENTA POR CENTO (50%) da taxa passiva para os depósitos de TRINTA (30) dias do Banco de la Nación Argentina, correspondente ao último dia do mês anterior à efetivação do pagamento.

A relação entre o prestador de serviços públicos e o usuário terá como base a integração normativa disposta nos arts. 3° e 25 da presente lei.

As faculdades conferidas ao usuário neste artigo se concedem sem prejuízo das previsões do artigo 50 do presente diploma legal.”

Conceito de relação de consumo

Somente a partir da reforma da Lei nº 24.240, operada no ano de 2008, se introduziu a definição de “relação de consumo” no art. 3º, o que não estava previsto na legislação anterior. Vejamos:

“Art. 3º — Relação de consumo. Integração normativa. Preeminência.

Relação de consumo é o vínculo jurídico entre o fornecedor e o consumidor ou usuário.

As disposições desta lei se integram com as normas gerais e especiais aplicáveis às relações de consumo, em particular a Lei nº 25.156 de Defesa da Concorrência e a Lei nº 22.802 de Lealdade Comercial ou as que no futuro as substituírem. Em caso de dúvida sobre a interpretação dos princípios estabelecidos por esta lei, prevalecerá aquela que for mais favorável ao consumidor...”

Direitos básicos do consumidor

Podemos enumerar os direitos básicos do consumidor com base na previsão constitucional do art. 42 da Constituição Nacional Argentina, conforme segue:

“Art. 42- Os consumidores e usuários de bens e serviços têm direito, na relação de consumo, à proteção de sua saúde, segurança e interesses econômicos; a uma informação adequada e veraz; à liberdade de escolha e a condições de tratamento equitativo e digno...”

A estes direitos deve ser adicionado o acesso à justiça (e a consequência de reparação integral dos danos), previsto genericamente no art. 43 da Constituição.



BRASIL

O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL



A noção de vulnerabilidade do consumidor

O Código de Defesa do Consumidor parte do pressuposto de que o consumidor é um sujeito vulnerável ao adquirir produtos e serviços ou simplesmente se expor a práticas do mercado.

A vulnerabilidade é o ponto fundamental do CDC e, na prática, traduz-se na insuficiência, na fragilidade de o consumidor se manter imune a práticas lesivas sem a intervenção auxiliadora de órgãos ou instrumentos para sua proteção.

Por se tratar de conceito tão relevante, a vulnerabilidade permeia, direta ou indiretamente, todos os aspectos da proteção do consumidor.

Segundo a doutrina, a vulnerabilidade pode ser compreendida de várias formas: técnica para identificar que o consumidor não tem conhecimentos específicos sobre o produto ou serviço adquirido, seja ele sofisticado ou não, estando mais sujeito a ser enganado quanto às promessas feitas pelo fornecedor e, jurídica, identificada quando é marcante que, enquanto o fornecedor trabalha frequentemente com seu ramo econômico, contando com assessoramento jurídico especializado, habitualmente defendendo causas semelhantes, o consumidor que precisa com ele litigar (defender-se ou ajuizar ação judicial), terá em contraste, poucos recursos. Como no caso do consumidor em relação à prestação de serviço da operadora de telefonia.

Cabe frisar que os critérios de visualização da vulnerabilidade são apenas critérios didáticos que auxiliam na identificação do ponto de fragilidade do consumidor, Na prática, a demonstração da vulnerabilidade é presumida pela própria lei, bastando uma espécie de vulnerabilidade para que o consumidor seja reconhecido.

Exemplo de vulnerabilidade do consumidor: a vulnerabilidade do consumidor é a incapacidade de compreender por completo todas as características dos produtos ou serviços que consome, de modo a ficar exposto a eventuais abusos ou fraudes, tal como ocorre quando uma pessoa comum compra um computador ou contrata uma viagem de turismo, não conhecendo em detalhes o que está adquirindo.

Conceito de consumidor

O consumidor é a parte vulnerável da relação de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) define consumidor como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (art. 2º, *caput*, CDC). Assim fazendo, a Lei de Consumo não deixa dúvidas de que o cidadão individualmente considerado (pessoa física ou natural) é consumidor nos termos da Lei.

Porém, no tocante às empresas (e pessoas físicas que exercem atividades profissionais) existe alguma dúvida, tanto da doutrina quanto da jurisprudência, quando o assunto é definir qual o sentido e alcance da expressão destinatário final. Há aqueles que interpretam essa expressão permitindo que o simples ato de retirar o produto ou serviço do mercado (destinatário fático) já caracteriza uma proteção da lei de consumo, pouco importando a destinação que será dada ao mesmo (chamados de maximalistas).

De outro lado, há parte da doutrina que não entende correta a aplicação da lei de consumo quando a aquisição de produtos ou serviços for feita por pessoa física ou jurídica que emprega os mesmos para dar-lhes novas finalidades econômicas (chamados de finalistas). O Brasil adotou a teoria finalista.

Além do conceito padrão de consumidor contido no artigo 2º, *caput*, do CDC, podem, também, ser consumidores: “a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo” (parágrafo único do art. 2º, do CDC); “as vítimas do evento” de que cuida o artigo 17, do CDC; além de “todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas abusivas” (art. 29, CDC). Deve-se compreender que o sentido do parágrafo único do artigo 2º, do CDC é de expressar que a defesa do consumidor não se exerce apenas individualmente, mas em caráter coletivo quando a lesão ou atividade potencialmente lesiva do fornecedor coloca em risco número indeterminado de consumidores. Por fim, ainda estão equiparadas a consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às chamadas práticas abusivas dos fornecedores (art. 29, CDC).

Exemplo de consumidor: toda pessoa natural que compra um produto ou contrata um serviço para seu uso próprio ou familiar, como a pessoa que compra um aparelho de televisão ou contrata um serviço de locação de automóvel. A pessoa jurídica também pode ser consumidora se o produto comprado não for revendido.

Conceito de fornecedor

O Código de Defesa do Consumidor estabelece no seu artigo 3º, de modo bastante genérico e propositadamente amplo, que fornecedor é “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como entes despersonalizados, que desempenham atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.

Inicialmente, esta lista de atividades mencionadas na lei é, segundo a doutrina, meramente um exemplo do que pode fazer o fornecedor para “colocar o produto ou serviço em circulação no mercado”. Se um comerciante exercer uma atividade que não encontra conectivo direto com qualquer das hipóteses do artigo 3º, acima destacado, mas se resume em disponibilizar produto ou serviço aos consumidores, com onerosidade e habitualidade, dúvida não há de que é ele fornecedor.

Exemplo de fornecedor: toda pessoa física ou jurídica que coloca, direta ou indiretamente, produtos ou serviços no mercado de consumo, tais como o produtor de hortaliças, uma empresa de comércio varejista ou uma instituição financeira.

Conceito de produto

O Código de Defesa do Consumidor trata os bens da vida como produtos (qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial), possuindo previsão no art. 3º, § 1º, do CDC.

Os produtos são bens que se transferem do patrimônio do fornecedor para o do consumidor, sejam eles materiais (ex.: aparelho telefônico) ou até imateriais (ex.: um programa de computador).

Os produtos móveis são aqueles que, como o próprio nome indica, são passíveis de deslocamento, sujeitos à entrega (ex.: um veículo, uma televisão, alimento), enquanto são imóveis os bens incorporados natural ou artificialmente ao solo (ex.: lote de terra urbana ou rural, residencial ou comercial; um apartamento).

Exemplo de produto: qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, como um celular, um apartamento ou um aplicativo para seu *smartphone*.

Conceito de serviço

Os serviços são atividades humanas fornecidas no mercado de consumo executadas pelos fornecedores, de interesse dos consumidores que delas necessitam (ex.: o serviço de transporte de passageiros e o serviço de telefonia).

O CDC esclarece, que também são serviços as atividades de natureza “bancária, financeira, de crédito e securitária” (art. 3º, parágrafo 2º, CDC). Assim, as relações travadas entre o consumidor e uma instituição financeira, casa bancária ou de crédito, assim como seguradora, deverão respeitar às leis de consumo aqui tratadas.

Exemplo de serviço: qualquer atividade contratada pelo consumidor mediante remuneração, como um seguro ou a lavagem de roupas em uma lavanderia.

Conceito de serviços públicos

O conceito de serviço público é amplo. Serviço público é todo aquele prestado pela Administração ou por seus delegados, sob normas e controles estatais, para satisfazer necessidades essenciais ou secundárias da coletividade, ou simples convivência do Estado.

Dentre as espécies de serviços há aqueles prestados diretamente pela Administração Pública, conhecidos como serviços próprios e aqueles prestados por intermédio de permissionários e concessionários, que são os impróprios.

Os serviços próprios de regra são gratuitos ou financiados por intermédio de tributos, portanto não admitem delegação, não sendo objeto de relação de consumo. Assim, são serviços próprios a educação e a saúde pública. Serão submetidos ao regime jurídico do CDC os serviços públicos impróprios, por satisfazerem interesses dos membros da coletividade, são de regra onerosos e remunerados com taxas ou tarifas específicas e proporcionais à prestação recebida que integram este conceito. Assim são serviços públicos sob a égide do CDC: água, luz, telefonia e pedágio.

Conceito de relação de consumo

A relação de consumo é o liame jurídico existente entre um fornecedor e o consumidor. O consumidor busca satisfazer sua necessidade como destinatário final, através da



aquisição de bens ou serviços oferecidos pelo fornecedor que exerce atividade empresarial.

Nesse sentido, constata-se que a relação de consumo é composta por dois elementos principais, quais sejam, o subjetivo e o objetivo. O subjetivo são os sujeitos envolvidos na relação de consumo: o consumidor (artigo 2º) e o fornecedor (artigo 3º). O objetivo é composto pela existência do produto (artigo 3º, § 1º) ou serviço (artigo 3º, § 2º) envolvidos na relação de consumo.

Direitos básicos do consumidor

Os direitos básicos são valores e preceitos fundamentais que integram um rol básico ou mínimo de condições para que consumidor conviva com dignidade no mercado de consumo. Os direitos básicos do consumidor estão contidos no artigo 6º do CDC e são:

- (I)-Direito à vida, saúde e segurança;
- (II) Direito à educação, liberdade de escolha e informação adequada;
- (III) Direito à proteção contra publicidade enganosa e abusiva;
- (IV) Direito à proteção contratual;
- (V) Direito à prevenção e reparação de danos;
- (VI) Direito à facilitação de acesso à Justiça; e
- (VII) Direito ao serviço público eficaz.



PARAGUAI

DIREITO DO CONSUMIDOR NO PARAGUAI



A noção de vulnerabilidade do consumidor

A Lei nº 1.334/98 de Defesa do Consumidor e Usuário estabelece as normas de proteção e de defesa dos consumidores e usuários, com relação à dignidade, saúde, segurança e interesses econômicos.

Os direitos reconhecidos pela presente lei aos consumidores não poderão ser objeto de renúncia, transação ou limitação convencional e prevalecerão sobre qualquer norma legal, uso, costume, prática ou estipulação em contrário.

Esta noção é eminentemente protetória. Tem por objeto a defesa dos direitos dos consumidores, além de ser considerada de ordem pública. Ficarão sujeitos às disposições da presente lei todos os atos celebrados entre fornecedores e consumidores, relativos à distribuição, venda, compra ou qualquer outra forma de transação comercial de bens e serviços.

Conceito de consumidor

O conceito de consumidor é encontrado no art. 4º da Lei de Defesa do Consumidor.

Vejamos:

Art. 4º - "Aos efeitos da presente lei, se entenderá por:

CONSUMIDOR E USUÁRIO: a toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, que adquira, utilize ou goze como destinatário final de bens ou serviços de qualquer natureza."

Conceito de fornecedor

O conceito de fornecedor, estampado na Lei nº 1.334/98, no seu art. 4º, *alínea 'b'*, expressa o seguinte:

“FORNECEDOR: toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, pública ou privada que desenvolva atividades de produção, fabricação, importação, distribuição, comercialização, venda ou arrendamento de bens ou de prestação de serviços a consumidores ou usuários, respectivamente, pelos quais cobre um preço ou tarifa.”

Conceito de produto

O conceito de produto, contido na Lei nº 1.334/98, no seu art. 4º, *alínea ‘c’*, expressa o seguinte:

“PRODUTOS: todas as coisas que se consomem com o seu emprego ou uso e as coisas ou artefatos de uso pessoal ou familiar que não se extinguem pelo seu uso.”

Conceito de serviço

O conceito de serviço estabelecido na Lei nº 1.334/98, no seu art. 4º, *alínea ‘d’*, determina que:

“d) SERVIÇOS: qualquer atividade onerosa, fornecida no mercado, inclusive aquelas de natureza bancária, financeira, de crédito ou de seguro, com exceção das que resultam das relações de trabalho.”

Conceito de serviços públicos

A Lei nº 1.334/98 não define o conceito de serviços públicos, mas contempla, no Capítulo IV, arts. 17 a 23, o seguinte:

Art. 17 - “As empresas prestadoras de serviços públicos a domicílio, sejam elas repartições do Estado, governos de departamentos ou municípios, entes autônomos autárquicos ou empresas privadas, mistas ou estatais, deverão entregar ao usuário



ou consumidor, documento escrito que revele as condições da prestação e os direitos e obrigações de ambas as partes. Sem prejuízo do exposto, deverão manter tal informação à disposição dos usuários em todas as lojas de atenção ao público.

A presente lei será aplicada nas questões não previstas nas leis especiais, que regulam a prestação de serviços públicos.”

Art. 18 - “Os entes indicados no artigo anterior deverão outorgar aos usuários reciprocidade de tratamento, com relação aos reembolsos ou devoluções, aplicando os mesmos critérios que estabeleçam para encargos por mora.”

Art. 19 - “Os entes que prestam serviços públicos deverão habilitar um registro de reclamações, onde ficarão consignadas as reivindicações dos usuários. Tais reclamações deverão ser satisfeitas nos prazos estabelecidos pela regulamentação da presente lei.”

Art. 20 - “Os usuários ou consumidores de serviços públicos que são prestados a domicílio e requerem instalações específicas, serão informados sobre as condições de segurança das instalações e dos artefatos que as compõem.”

Art. 21 - “A autoridade competente está facultada a intervir na verificação do bom funcionamento dos instrumentos de medição de energia, combustíveis, comunicações, água potável ou qualquer outro serviço, quando existam dúvidas a respeito das leituras efetuadas pelos entes que fornecem os respectivos serviços.

Tanto os instrumentos como as unidades de medição deverão ser os legalmente autorizados. Os fornecedores garantirão aos usuários ou consumidores o controle individual dos consumos. As faturas serão entregues no domicílio do consumidor ou usuário com não menos de dez dias de antecedência à data do seu vencimento. Nas faturas dos serviços desta natureza deverão estar registrados, de forma expressa e clara, os detalhes do consumo, medição e o preço das unidades consumidas.”

Art. 22 - “Quando a prestação do serviço público domiciliário for interrompida ou sofrer alterações, se presumirá que é por uma causa imputável ao fornecedor. Efetuada a reclamação pelo usuário, o fornecedor disporá de um prazo máximo de trinta dias para demonstrar que a interrupção ou alteração não lhe é imputável. Caso contrário, o fornecedor deverá reembolsar o montante total do serviço não prestado dentro dos dez dias seguintes ao vencimento do prazo anteriormente estabelecido.

Esta disposição não será aplicável quando o valor do serviço não prestado for



deduzido da fatura correspondente. O usuário poderá formular a reclamação desde a interrupção ou alteração do serviço até os quinze dias posteriores à data da fatura.

Em qualquer caso, o consumidor ou usuário terá direito ao fornecimento correto e sem interrupção do serviço, e a reclamar pelos danos e prejuízos decorrentes da má qualidade, defeitos ou interrupções do serviço.”

Art. 23 - “Quando o montante de uma fatura, taxa ou preço de consumo for notoriamente superior à média dos quatro faturamentos anteriores, o consumidor ou usuário poderá evitar a interrupção dos serviços públicos ou a perda de sua titularidade, enquanto efetua as reclamações administrativas ou judiciais, pagando à entidade fornecedora do serviço ou depositando em juízo, a média do montante dos quatro últimos faturamentos, de forma regular.

A autoridade de aplicação deverá intervir nos casos nos quais os encargos por mora nas faturas de serviços públicos pagas fora do prazo forem excessivamente elevados, com relação às taxas ativas vigentes no mercado.

O fornecedor poderá retirar, a qualquer momento, os montantes depositados judicialmente pelo consumidor ou usuário, sem que isso implique no consentimento da reclamação, nem no reconhecimento de fatos ou direitos.”

Conceito de relação de consumo

O art. 4º, alíneas ‘f’ e ‘g’ traz o conceito de relação de consumo, nos seguintes termos:

“f) ATO DE CONSUMO: é todo tipo de ato, próprio das relações de consumo, celebrado entre fornecedores e consumidores ou usuários, referentes à produção, distribuição, depósito, comercialização, venda ou arrendamento de bens, móveis ou imóveis ou à contratação de serviços;

CONSUMO SUSTENTÁVEL: é todo ato de consumo, destinado a satisfazer as necessidades humanas, realizado sem prejudicar, causar dano ou afetar significativamente a qualidade do meio ambiente e a sua capacidade para dar satisfação às necessidades das gerações presentes e futuras.”

Direitos básicos do consumidor

No Capítulo II, o art. 6º da Lei nº 1.334/98, contempla os direitos básicos do consumidor, os quais são complementados pelo art. 7º. Vejamos:

Art. 6º. “Constituem direitos básicos do consumidor:

- a) A livre eleição do bem que será adquirido ou do serviço a ser contratado;*
- b) A proteção da vida, da saúde e da segurança contra os riscos provocados pelo fornecimento de produtos e pela prestação de serviços considerados nocivos ou perigosos;*
- c) A adequada educação e divulgação sobre as características dos produtos e serviços ofertados no mercado, assegurando aos consumidores a liberdade de decidir e a equidade nas contratações;*
- d) A informação clara sobre os diferentes produtos e serviços com as correspondentes especificações sobre a composição, qualidade, preço e riscos que eventualmente apresentem;*
- e) A adequada proteção contra a publicidade enganosa, os métodos comerciais coercitivos ou desleais, e as cláusulas contratuais abusivas no fornecimento de produtos e na prestação de serviços;*
- f) A efetiva prevenção e reparação dos danos patrimoniais e morais ou dos interesses difusos dos consumidores, individuais ou coletivos;*
- g) A constituição de associações de consumidores, com o objetivo de defesa e representação dos mesmos;*
- h) A adequada e eficaz prestação dos serviços públicos pelos seus fornecedores, sejam eles públicos ou privados; e,*
- i) Receber o produto ou serviço publicitado no tempo, quantidade, qualidade e preço prometidos.”*

Art. 7º.- “Os direitos previstos nesta lei não excluem outros derivados de tratados ou convenções internacionais dos quais a República do Paraguai seja signatária, da legislação interna ordinária, dos regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, assim como os que derivem dos princípios gerais do direito.

As disposições desta lei se integram com as normas gerais e especiais contidas no Código Civil, no Título IV da Lei do Comerciante e outras normas tanto jurídicas como

técnicas que se refiram à prestação de serviços ou ao fornecimento de coisas que tenham sido objeto de normalização. Em caso de dúvida, será priorizada a interpretação mais favorável ao consumidor.”



PERU

O DIREITO DO CONSUMIDOR NO PERU



A noção de vulnerabilidade do consumidor

De acordo ao descrito no art. VI, número 4 do Código referido, entre as políticas públicas estabelecidas, o Estado reconhece a vulnerabilidade dos consumidores no mercado e nas relações de consumo, orientando o seu trabalho de proteção e defesa do consumidor, com especial ênfase naqueles que são mais propensos a serem vítimas de práticas contrárias aos seus direitos, por suas condições especiais, como é o caso das gestantes, meninas, meninos, idosos e pessoas com necessidades especiais, assim como os consumidores das zonas rurais ou de extrema pobreza.

Conceito de consumidor

O conceito de consumidor está contemplado no art. IV, número 1, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Conforme o dispositivo referido:

“1. Consumidores ou usuários:

As pessoas naturais ou jurídicas que adquirem, utilizam ou gozam como destinatários finais de produtos ou serviços materiais e imateriais, em benefício próprio ou de seu grupo familiar ou social, atuando num âmbito alheio à atividade empresarial ou profissional. Não se considera consumidor, para efeitos deste Código, a quem adquire, utiliza ou goze de um produto ou serviço normalmente destinado à sua atividade como fornecedor.

Os microempresários que demonstrem uma situação de assimetria informativa com relação ao fornecedor, a respeito de aqueles produtos ou serviços que não formem parte do giro do próprio negócio.

Em caso de dúvida sobre o destino final de determinado produto ou serviço, é qualificado como consumidor quem o adquire, utiliza ou goze.”

Conceito de fornecedor

De acordo ao art. IV, número 2, do Código mencionado, a definição de fornecedor é a seguinte:

“2. Fornecedores. As pessoas naturais ou jurídicas, de direito público ou privado, que de maneira habitual fabricam, elaboram, manipulam, acondicionam, misturam, embalam, armazenam, preparam, vendem, fornecem produtos ou prestam serviços de qualquer natureza aos consumidores. De forma enunciativa e não limitadora, são considerados fornecedores:

- 1. Os distribuidores ou comerciantes. As pessoas naturais ou jurídicas que vendem ou fornecem, de outra forma, no atacado ou varejo, produtos ou serviços destinados finalmente aos consumidores, ainda quando isso não se desenvolva em estabelecimentos abertos ao público.*
- 2. Os produtores ou fabricantes. As pessoas naturais ou jurídicas que produzem, extraem, industrializam ou transformam bens intermediários ou finais para fornecer aos consumidores.*
- 3. Os importadores. As pessoas naturais ou jurídicas que importam produtos para a venda ou fornecimento, em outra forma, no território nacional.*
- 4. Os prestadores. As pessoas naturais ou jurídicas que prestam serviços aos consumidores.”*

Conceito de produto

A definição de produto está referida no art. IV, número 3, do Código. Vejamos:

“3. Produto - É qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, de origem nacional ou estrangeira.”

Conceito de serviço

De acordo ao art. IV, número 4, do Código referido, a definição de serviço é a seguinte:



“4. Serviço – É qualquer atividade de prestação de serviços que se ofereça no mercado, inclusive as de natureza bancária, financeira, creditícia, securitária, previdenciária e os serviços técnicos e profissionais. Não estão incluídos os serviços prestados por pessoas em relação de dependência.”

Conceito de serviços públicos

Na legislação peruana não existe, expressamente, um conceito ou definição de serviço público, que acolha o que se deve entender por serviço público. Não obstante, a Lei Marco dos Organismos Regulatórios do Investimento Privado em Serviços Públicos, Lei nº 27.332, indica que são quatro os organismos regulatórios. Tais entidades possuem, como função, regular as telecomunicações, a energia, o serviço de saneamento (água potável e rede de esgotos) e o transporte público. Nesse sentido, pode-se sustentar que a legislação considera expressamente a estes quatro setores mencionados como serviço público.

Em que pese o exposto, existe uma Sentença do Tribunal Constitucional, de 15 de fevereiro de 2005, no Processo nº 00034-2004-PI/TC, que indica o seguinte, com relação à definição de serviços públicos:

“Desta maneira, é importante levar em consideração que existem uma série de elementos que, no seu conjunto, permitem caracterizar, em termos gerais, a um serviço como público e conforme aos quais é razoável a sua proteção, como bem constitucional de primeira ordem e atividade econômica de especial promoção para o desenvolvimento do país. São eles:

- a) Natureza essencial para a comunidade;*
- b) A necessidade da continuidade da sua prestação no tempo;*
- c) A sua natureza regular, ou seja, a manutenção de um padrão mínimo de qualidade;*
- d) A necessidade de que o seu acesso se dê em condições de igualdade.”*

Conceito de relação de consumo

De acordo ao art. IV, número 5, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, a definição de relação de consumo é a seguinte:



“5. Relação de consumo – É a relação pela qual um consumidor adquire um produto ou contrata um serviço com o fornecedor, em troca de uma contraprestação econômica. Isto, sem prejuízo dos requisitos contemplados no artigo III.”

Direitos básicos do consumidor

O art. 1º do Código estabelece os direitos dos consumidores. Vejamos:

“a. Direito a uma proteção eficaz, a respeito dos produtos e serviços que, em condições normais ou previsíveis, representem um risco ou perigo para a vida, saúde e integridade física.

b. Direito de acesso à informação oportuna, suficiente, veraz e facilmente acessível, relevante para a tomada de decisão ou realização de uma eleição de consumo que se ajuste aos seus interesses, bem como para efetuar um uso ou consumo adequado dos produtos ou serviços.

c. Direito à proteção dos interesses econômicos e, em particular, contra as cláusulas abusivas, métodos comerciais coercitivos, qualquer outra prática análoga e informação enganosa sobre produtos e serviços.

d. Direito a um tratamento justo e equitativo, em toda a transação comercial e a não ser discriminado por motivo de origem, raça, sexo, idioma, religião, opinião, condição econômica ou de qualquer outra índole.

e. Direito à reparação ou reposição do produto, a uma nova execução do serviço, ou nos casos previstos no presente Código, à devolução da quantidade paga, segundo as circunstâncias apresentadas.

f. Direito a escolher livremente, entre produtos e serviços idôneos e de qualidade, conforme às normas pertinentes, que sejam oferecidos no mercado e a ser informado pelo fornecedor a respeito daqueles que já possui.

g. À proteção dos seus direitos mediante procedimentos eficazes, céleres ou ágeis, com formalidades mínimas, gratuitos ou não onerosos, conforme o caso, para o atendimento das suas reclamações ou denúncias ante as autoridades competentes.

h. Direito a ser escutado de maneira individual ou coletiva, a fim de defender os seus interesses por meio de entidades públicas ou privadas de defesa do consumidor, empregando os meios que o ordenamento jurídico permita.

i. Direito à reparação e à indenização por danos e prejuízos, conforme às disposições do presente Código e à normativa civil sobre a matéria.



j. Direito a associar-se com a finalidade de proteger os seus direitos e interesses de maneira coletiva, no marco das relações de consumo.

k. Direito ao pagamento antecipado ou pré-pago dos saldos remanescentes em toda operação de crédito, total ou parcialmente, com a correspondente redução dos juros compensatórios gerados no dia do pagamento e liquidação das comissões e gastos derivados das cláusulas contratuais pactuadas entre as partes, sem que lhes sejam aplicáveis penalidades de algum tipo ou cobranças de natureza ou efeito similar.

1.2. A enumeração dos direitos estabelecidos não exclui os demais que este Código garante, nem os reconhecidos em leis especiais.

3. É nula a renúncia aos direitos reconhecidos pela presente norma, sendo nulo todo pacto em sentido contrário.”



URUGUAI

O DIREITO DO CONSUMIDOR NO URUGUAI



A noção de vulnerabilidade do consumidor

Refere-se à inferioridade relativa de informação e econômica do consumidor, com relação ao fornecedor.

Não existe previsão na normativa nacional em relação à idade (crianças ou idosos) ou à capacidade intelectual do consumidor.

Exemplo de vulnerabilidade: o consumidor idoso que se encontra numa situação de especial desproteção, na contratação de um serviço.

Conceito de consumidor

Conforme determina o art. 2º da Lei nº 17.250, o consumidor é toda a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatário final numa relação de consumo ou em função dela.

Não se considera consumidor ou usuário a aquele que, sem constituir-se em destinatário final, adquire, armazena, utiliza ou consome produtos ou serviços com a finalidade de integrá-los em processos de produção, transformação ou comercialização.

Conceito de fornecedor

Conforme determina o art. 3º da Lei nº 17.250, o fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, privada ou pública, e neste último caso, estatal ou não-estatal, que desenvolva de maneira profissional atividades de produção, criação, construção, transformação, montagem, importação, distribuição e comercialização de produtos ou serviços em função de uma relação de consumo.

Exemplo de fornecedor: o Estado brindando serviços para o fornecimento de água

potável, energia elétrica, telefonia celular. Também é fornecedor quem importa eletrodomésticos, transporte encomendas, fabrica cadeiras ou comercializa alimentos.

Conceito de produto

Segundo a determinação constante do art. 5º da Lei nº 17.250, produto é qualquer bem corpóreo ou incorpóreo, móvel ou imóvel.

Exemplo: um livro, uma casa, um televisor.

Conceito de serviço

O art. 5º da Lei nº 17.250 igualmente determina que serviço é qualquer atividade remunerada, fornecida no mercado de consumo, com exceção da que seja resultado de uma relação de trabalho.

Exemplo: assistência médica, fornecimento de água potável por parte do Estado, fornecimento de energia elétrica, de telefonia celular.

Conceito de serviços públicos

A lei de defesa do consumidor não distingue entre serviços públicos ou privados, sujeitando ambos ao mesmo regime.

Conceito de relação de consumo

Segundo dispõe o art. 4º da Lei nº 17.250, a relação de consumo é o vínculo que se estabelece entre o fornecedor que, a título oneroso, fornece um produto ou presta um serviço e quem o adquire ou utiliza como destinatário final.

O fornecimento de produtos e a prestação de serviços que se efetuam a título gratuito, quando eles se realizam em função de uma eventual relação de consumo, se equiparam às

relações de consumo.

Direitos básicos do consumidor

São direitos do consumidor, conforme o art. 6º da Lei nº 17.250:

- a) a proteção da vida, da saúde e da segurança contra os riscos causados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados nocivos ou perigosos;
- b) a educação e a divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, a liberdade de escolha e o tratamento igualitário quando contrate;
- c) a informação suficiente, clara, veraz, em espanhol, sem prejuízo de que possam ser empregados, além deste, outros idiomas;
- d) a proteção contra a publicidade enganosa, os métodos coercitivos ou desleais no fornecimento de produtos e serviços e as cláusulas abusivas nos contratos de adesão, cada um deles dentro dos termos dispostos na presente lei;
- e) a associação em organizações cujo objeto específico seja a defesa do consumidor e o direito de ser representado por elas;
- f) a efetiva prevenção e o ressarcimento dos danos patrimoniais e extra-patrimoniais;
- g) o acesso a organismos judiciais e administrativos para a prevenção e o ressarcimento de danos, mediante procedimentos ágeis e eficazes, nos termos previstos nos respectivos capítulos desta lei.



CAPÍTULO 4

PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA





ARGENTINA

A PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR NA ARGENTINA



Proteção da saúde e da segurança do consumidor

A Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor prevê expressamente, nos seus arts. 5º e 6º, as regras referentes à proteção da saúde e da segurança do consumidor, nos seguintes termos:

“Art. 5º — Proteção ao Consumidor. As coisas e serviços devem ser fornecidos ou prestados de tal forma que, utilizados em condições previsíveis ou normais de uso, não apresentem perigo algum para a saúde ou integridade física dos consumidores ou usuários.”

“Art. 6º — Coisas e Serviços perigosos. As coisas e serviços, incluídos os serviços públicos domiciliários, cuja utilização puder supor um risco para a saúde ou a integridade física dos consumidores ou usuários, devem ser comercializados observando os mecanismos, instruções e normas estabelecidas ou razoáveis para garantir a segurança dos mesmos.

Em tais casos, deve ser entregue ao consumidor um manual no idioma nacional sobre o uso, a instalação e a manutenção da coisa ou serviço da qual se trate, além de ser brindado um assessoramento adequado. Igual obrigação será aplicada a todos os casos que tratem de artigos importados, sendo os sujeitos anunciados no artigo 4º responsáveis pelo conteúdo da tradução.”

Ademais, devem ser adicionadas as previsões que são estabelecidas pela Lei nº 22.802 sobre Lealdade Comercial (faculdade para regular sobre a segurança dos produtos não alcançados por normas especiais) e as normas específicas em matéria de alimentos e medicamentos, entre outros bens relevantes.

Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor.

Não existe uma individualização específica de produtos ou serviços nocivos na Lei de Defesa do Consumidor.

Por outro lado, tal como já referimos, existe uma previsão genérica no art. 6º, referente a produtos que podem supor um risco na sua utilização. Neste caso, devem ser entregues manuais com advertências e procedimentos que deverão ser observados, assim como se deve dar atenção ao rótulo dos produtos ou brindar informação ao consumidor a respeito do perigo oferecido.

Além disso, existem normas ou regulamentos especiais, como por exemplo a Lei nº 22.802, que institui procedimentos com base na previsão estabelecida no art. 12, *alínea 'b'* do diploma legal mencionado (segurança em matéria elétrica, elementos de construção, etc.)

Exemplo de produto nocivo e perigoso: uma empresa automotora detecta que a unidade X (utilitário modelo Flash, cinco portas), apresenta uma imperfeição na placa eletrônica, ou seja, o dispositivo não indica a temperatura do motor. A empresa não informa esta situação à Direção de Defesa do Consumidor, descumprindo a obrigação estabelecida no Decreto Regulamentário nº 1798/94, segundo o qual: *“os fornecedores de coisas ou serviços que, posteriormente à introdução dos mesmos no mercado de consumo, venham a ter conhecimento de sua periculosidade, deverão comunicar tal circunstância, imediatamente, às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários suficientes.”*

Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado

O Decreto nº 1.798/94, que regulamenta a Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor estabelece, pontualmente, no seu art. 4º, o seguinte, a respeito do denominado *“recall de produtos”*:

“Art. 4º — Os fornecedores de coisas ou serviços que, posteriormente à introdução dos mesmos no mercado de consumo, tiverem conhecimento de sua periculosidade, deverão comunicar imediatamente tal circunstância às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários suficientes.”

A partir do exposto, verifica-se que adquirem relevância tanto o aviso às autoridades de aplicação da Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor, como a disposição que ordena a remoção ou reparação dos produtos defeituosos por parte do fornecedor.

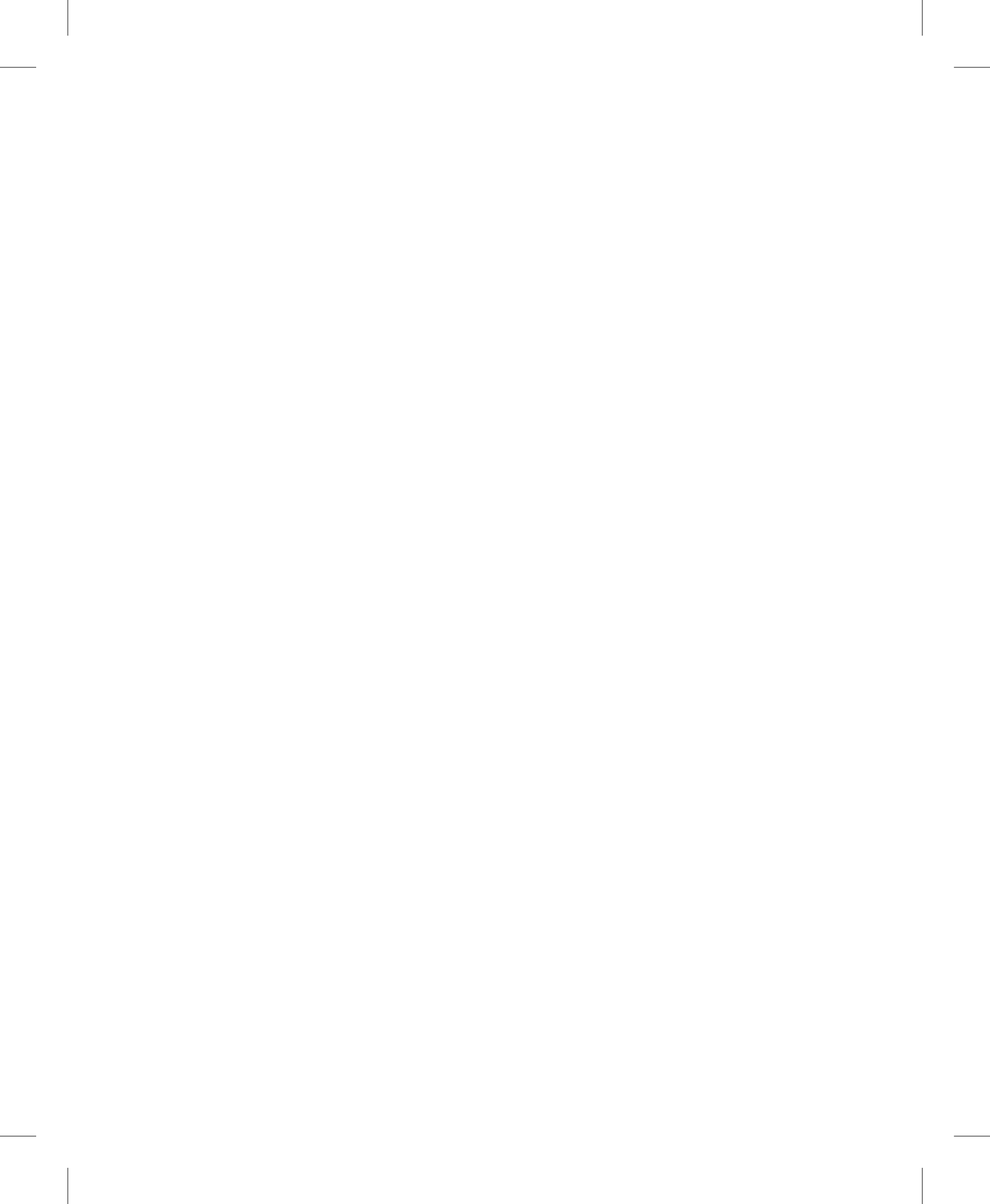
Igualmente, é importante destacar que para os alimentos e medicamentos, por sua especificidade, existem outras agências governamentais com competência na matéria, tanto para

detectar como para remover do mercado os produtos em mal estado ou que possam gerar perigo para os consumidores.

Rede de consumo seguro e saúde (RCSS)

A República Argentina integra a rede de consumo seguro e saúde (RCSS), através de um mecanismo de adesão voluntária, participando do intercâmbio e do fornecimento de informações a respeito da matéria. Ou seja, não há uma previsão legal formal relativa à sua participação, mas, de qualquer modo, é realizado o intercâmbio de informação. Sendo assim, a RCSS se revela como sendo um foro de muita utilidade para as questões atinentes à saúde e segurança dos consumidores.





BRASIL

A PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR NO BRASIL



Proteção à saúde e segurança do consumidor

A proteção à saúde e à segurança está prevista, primeiramente, na própria Constituição Federal de 1988, em seus artigos 5º e 6º, que versam, respectivamente, sobre os direitos fundamentais e sobre os direitos sociais.

A Lei n. 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) prevê expressamente a proteção à vida, à saúde e à segurança dos consumidores, também no dispositivo relativo aos direitos básicos do consumidor (artigo 6º, I) e, de forma mais específica, nos artigos 8º a 10º do Código, que dizem respeito à Seção intitulada “Da Proteção à Saúde e Segurança”.

Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor

Produtos nocivos ou perigosos são aqueles que proporcionam riscos à saúde ou à segurança do consumidor. A comercialização de tais produtos, no entanto, não é proibida, desde que tal nocividade ou periculosidade seja inerente ao produto, e, conseqüentemente, seu risco seja normal e previsível (como uma faca, ou materiais corrosivos ou inflamáveis, por exemplo). Nesses casos, contudo, o dever do fornecedor é informar a nocividade ou periculosidade de forma clara e ostensiva, de modo a não causar risco adicional ao consumidor, em decorrência de eventual ausência de informação. É o que preveem os artigos 8º e 9º do Código de Defesa do Consumidor.

Se, entretanto, a nocividade ou periculosidade não for inerente ao produto, o risco dele decorrente passa a ser anormal e imprevisível. Trata-se, no caso, de um produto defeituoso, que deverá ser imediatamente retirado do mercado pelo fornecedor, nos termos do artigo 10 e parágrafos do Código de Defesa do Consumidor, por meio do procedimento globalmente conhecido como “recall” (no Brasil, “processo de chamamento”).

A ausência de informação clara e ostensiva quanto a determinados produtos ou serviços também é considerada defeito e, portanto, gera igual obrigação de realização de *recall*.

Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado

Conforme exposto acima, após tomar conhecimento da periculosidade de um produto já inserido no mercado de consumo, deve o fornecedor proceder ao seu recolhimento, por meio da realização do *recall*. O processo envolve a inserção de avisos de risco, pelo fornecedor, em jornal, rádio e TV, a fim de alertar a coletividade de consumidores acerca da periculosidade, e instruí-los quanto aos procedimentos a serem tomados para a troca, reparo ou restituição do produto envolvido no chamamento.

Por outro lado, deve o fornecedor comunicar, formalmente, as autoridades competentes quanto aos procedimentos adotados, especificações do defeito, do risco, entre outras informações previstas na Portaria do Ministério da Justiça nº 487/2012, que regulamenta os processos de chamamento no Brasil. Ressalte-se que a Secretaria Nacional do Consumidor é o órgão competente para receber o comunicado de *recall* de todos os produtos de consumo colocados no mercado, independentemente de sua regulamentação técnica específica.

Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS)

O Brasil é o membro fundador da Rede e atualmente a integra a Rede Consumo Seguro e Saúde das Américas por meio do Grupo Brasil Consumo Seguro e Saúde (GT Brasil), composto pela Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) e, mais recentemente, o Ministério da Saúde do Brasil, por meio da Secretaria de Vigilância em Saúde.

O Grupo é institucionalizado por meio de Portaria Interministerial, e participa ativamente da Rede Consumo Seguro e Saúde. Além disso, o Brasil é membro do Comitê Gestor da RCSS, juntamente com Peru, Estados Unidos, Chile e Suriname, além de presidir o Grupo de Trabalho responsável pelo desenvolvimento do SIAR (Sistema Interamericano de Alertas Rápidos). Finalmente, o Brasil assumiu, em setembro de 2014, a presidência do Comitê de Gestão da Rede Consumo Seguro e Saúde para o período 2014-2015.



PARAGUAI

A PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR NO PARAGUAI



Proteção da saúde e da segurança do consumidor

A Lei nº 1.334/98 de Defesa do Consumidor prevê, nos seus arts. 31, 32, 33 e 34 questões referentes à proteção da saúde e segurança do consumidor. Vejamos:

CAPÍTULO VII

PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA

Art. 31 - “Todos os bens e serviços cuja utilização, por sua natureza, possa supor um risco normal e previsível para a vida, segurança e saúde dos consumidores, deverão ser comercializados, observando os mecanismos, instruções e normas necessários para garantir a fiabilidade dos mesmos.”

Art. 32 - “Os fornecedores de bens e serviços perigosos para a vida, saúde e segurança deverão informar, de forma ostensível e adequada, sobre a sua periculosidade ou nocividade, sem prejuízo da adoção de outras medidas que possam ser tomadas em cada caso concreto.”

Art. 33 - “Para os casos previstos nos artigos 31 e 32 da presente lei, o fornecedor deverá entregar as instruções num manual, no idioma oficial, sobre o uso, a instalação e a manutenção de tais bens e serviços.”

Art. 34 - “Os fornecedores de bens ou serviços, que posteriormente à introdução dos mesmos no mercado, tiverem conhecimento de sua periculosidade, deverão comunicar imediatamente tal circunstância às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários, sob pena de serem sancionados de conformidade ao estabelecido nesta lei.

Quando for descoberto que um produto possui um defeito grave ou constitui um perigo considerável, ainda quando for utilizado em forma adequada, a autoridade de aplicação da presente lei obrigará os fabricantes ou fornecedores a retirá-lo e substituí-lo ou a modificá-lo ou substituí-lo por outro produto. Se não for possível

fazê-lo num prazo prudencial, deverá ser outorgada ao consumidor uma adequada compensação.”

Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor

Não existe uma lista de produtos ou serviços considerados nocivos na Lei nº 1.334/98 de Defesa do Consumidor e Usuário, nem nos Decretos que a regulamentam. Não obstante, os arts. 33 e 34 da lei referida estabelecem o procedimento que a autoridade de aplicação poderá utilizar contra os fornecedores que introduzirem no país bens ou serviços considerados nocivos e perigosos ao consumidor ou usuário.

Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado

O art. 34 da Lei nº 1.334/98 de Defesa do Consumidor e Usuário dispõe o seguinte:

Art. 34 - “Os fornecedores de bens ou serviços, que posteriormente à introdução dos mesmos no mercado, tiverem conhecimento de sua periculosidade, deverão comunicar imediatamente tal circunstância às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários, sob pena de serem sancionados de conformidade ao estabelecido nesta lei.

Quando for descoberto que um produto possui um defeito grave ou constitui um perigo considerável, ainda quando for utilizado em forma adequada, a autoridade de aplicação da presente lei obrigará os fabricantes ou fornecedores a retirá-lo e substituí-lo ou a modificá-lo ou substituí-lo por outro produto. Se não for possível fazê-lo num prazo prudencial, deverá ser outorgada ao consumidor uma adequada compensação.”

É importante destacar que para os alimentos e medicamentos, por sua especificidade, existem outras agências como o Instituto Nacional de Nutrição e Alimentação e a Direção Nacional de Vigilância Sanitária, que depende do Ministério da Saúde Pública e Bem-estar Social, que são encarregados de velar para a detecção precoce de alertas e a remoção do mercado de produtos em mal estado ou que possam gerar perigo para os consumidores.

Rede de consumo seguro e saúde (RCSS)

A República do Paraguai integra a Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS) por mecanismo de adesão voluntária, participando do intercâmbio e fornecimento de informação efetiva, eficiente e eficaz sobre a matéria. Não existe uma previsão legal expressa na normativa paraguaia, a este respeito.



PERU

A PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR NO PERU



Proteção da saúde e segurança do consumidor

A legislação em matéria de proteção ao consumidor, contida no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, contempla um subcapítulo destinado à proteção da saúde e segurança dos consumidores. *Subcapítulo I – Proteção à saúde e segurança dos consumidores.*” Aqui, os arts. 25 e seguintes do Código abordam a temática.

Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor

Ainda que não exista na legislação peruana de proteção ao consumidor uma definição de produto perigoso, a norma indica que existe um dever geral de segurança a respeito dos produtos que estão no mercado, produtos que em condições de um uso normal ou previsível não devem oferecer um risco injustificado ou não advertido para a saúde ou segurança dos consumidores ou de seus bens.

A respeito da advertência da periculosidade de um produto, o Código, no seu art. 29, estabelece alguns critérios aplicáveis à informação e à advertência sobre o risco e a periculosidade.

Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado

A respeito deste ponto, trabalha-se desde a perspectiva da saúde através do Ministério da Saúde, e desde a perspectiva do consumidor através do INDECOPI. Com relação ao primeiro âmbito, o Ministério da Saúde é responsável pelo monitoramento dos alimentos embalados, cosméticos, brinquedos, artigos de papelaria e produtos de limpeza que possam ser perigosos para os consumidores, possuindo tal entidade um sistema de alertas com relação aos produtos citados.

Por sua vez, o INDECOPI vem promovendo a adoção de diversas medidas por parte das empresas, no caso de produtos que são considerados inseguros, entre elas: notificar as autoridades competentes, retirar do mercado os produtos ou serviços, dispor sobre a sua substituição ou reparação, e informar aos consumidores a respeito das advertências vinculadas ao caso, no menor prazo possível. As provas das medidas adotadas corresponderão ao fornecedor.

Para tais efeitos, o INDECOPI reproduz a informação sobre produtos perigosos que difunde o Ministério da Saúde e, ademais, através do monitoramento nacional e internacional, detecta possíveis chamados à revisão de produtos perigosos, no país. Atualmente, estamos instalando uma mesa de trabalho multi-setorial sobre a segurança de produtos, além de estarmos elaborando um Regulamento para a comunicação dos alertas.

Rede de consumo seguro e saúde (RCSS)

O Peru integra a Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS). Não obstante, não existe uma previsão legal expressa a este respeito.



URUGUAI

A PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR NO URUGUAI



Proteção à saúde e à segurança do consumidor

A lei de defesa do consumidor, no Capítulo III sobre “Proteção da Saúde e Segurança”, arts. 7º a 11, contempla normas referentes à matéria. Vejamos:

“Art. 7º – Todos os produtos e serviços cuja utilização possa supor um risco daqueles considerados normais e previsíveis por sua natureza, utilização ou finalidade, para a saúde ou segurança dos consumidores ou usuários, deverão ser comercializados, observando-se as normas ou as formas estabelecidas ou razoáveis.

Art. 8º - Os fornecedores de produtos e serviços perigosos ou nocivos para a saúde ou a segurança deverão informar de forma clara e visível a respeito de sua periculosidade ou nocividade, sem prejuízo de outras medidas que possam ser tomadas em cada caso concreto.

Art. 9º - A autoridade administrativa competente poderá proibir a colocação de produtos no mercado, excepcionalmente, e de forma fundada, quando estes apresentem um risco grave para a saúde ou a segurança do consumidor, por seu alto grau de nocividade ou periculosidade.

Art. 10 – Tratando-se de produtos industriais, o fabricante deverá proporcionar a informação a que se referem os artigos antecedentes, e esta deverá acompanhar o produto, inclusive na sua comercialização final.

Art.11 – Os fornecedores de produtos e serviços que, posteriormente à introdução dos mesmos no mercado, tomem conhecimento de sua nocividade ou periculosidade, deverão comunicar imediatamente tal circunstância às autoridades competentes e aos consumidores. Neste último caso, a comunicação será realizada por meio de anúncios publicitários.”

Produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. O alerta ao consumidor

Aqueles produtos e serviços cuja utilização possa supor um risco para a saúde e segurança dos consumidores ou usuários, que seja maior que os considerados normais ou previsíveis por sua natureza, utilização ou finalidade, deverão ser comercializados, observando-se as normas ou as formas estabelecidas ou razoáveis. Estão disciplinados no art. 7º da Lei nº 17.250.

O alerta ao consumidor é feito mediante informação que acompanha o produto, no rótulo e nas instruções de uso e conservação.

Exemplo: produto perigoso é a serra elétrica manual, que o consumidor adquire para realizar pequenos consertos em sua casa. Perigoso é o aquecedor de água elétrico que o consumidor instala no banheiro de sua casa. Produto nocivo é o veneno para matar roedores, que o consumidor compra para ser aplicado dentro de sua casa.

Conduta com relação aos produtos e serviços considerados nocivos e perigosos já inseridos no mercado

Conforme determina o art. 11 da Lei nº 17.250, se exige aos fornecedores dos produtos nocivos e perigosos que comuniquem imediatamente tal circunstância às autoridades competentes e aos consumidores. Neste último caso, a comunicação será realizada mediante anúncios publicitários.

Rede de Consumo Seguro e Saúde (RCSS)

O Uruguai integra a Rede de Consumo Seguro e Saúde, mas não conta com uma previsão legal específica sobre o tema.

- .



CAPÍTULO 5

RESPONSABILIDADE CIVIL





ARGENTINA

O SISTEMA DA RESPONSABILIDADE CIVIL NA ARGENTINA



Direito a uma reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo

De acordo com os princípios gerais da legislação civil, a Lei nº 24.240 prevê a reparação dos danos e prejuízos causados ao consumidor, em virtude da relação de consumo.

Neste sentido, e com caráter geral, o art. 10 *bis* da lei referida prevê:

“Art. 10 bis. — Descumprimento da obrigação. O descumprimento da oferta ou do contrato pelo fornecedor, salvo caso fortuito ou força maior, possibilita que o consumidor, livremente:

- a) Exija o cumprimento forçado da obrigação, sempre que isso for possível;*
- b) Aceite outro produto ou prestação de serviço equivalente;*
- c) Rescinda o contrato com direito à restituição do pagamento, sem prejuízo dos efeitos produzidos, considerando-se a integralidade do contrato.*

Tudo isso sem prejuízo da propositura das correspondentes ações de danos e prejuízos.”

Sendo assim, a lei – para cada situação de descumprimento prevista – reproduz o critério, da seguinte forma:

“GARANTIAS.

Art. 17. — Reparação não satisfatória. Nas hipóteses nas quais a reparação efetuada não resultar satisfatória por não reunir a coisa reparada, as condições exigidas para cumprir com o uso ao qual está destinada, o consumidor pode:

- a) Pedir a substituição da coisa adquirida por outra de idênticas características. Em tal caso, o prazo da garantia legal será computado a partir da data de entrega da nova coisa;*
- b) Devolver a coisa no estado em que se encontre para receber o equivalente ao valor pago, conforme o preço atual da coisa, ao momento do pagamento do valor referido ou parte proporcional, se houver efetuado pagamentos proporcionais;*

c) Obter a quitação proporcional do preço.

Em todos os casos, a opção por parte do consumidor não impede a reclamação de eventuais danos e prejuízos.”

Tal como já referimos, existe a possibilidade de ressarcimento do dano direto sofrido pelo consumidor, derivado de uma infração de consumo, em sede administrativa, com um teto legal fixado pelo próprio art. 40 *bis*, que prevê este ressarcimento.

O sistema de responsabilidade civil por vício do produto e a garantia de qualidade e adequação dos produtos

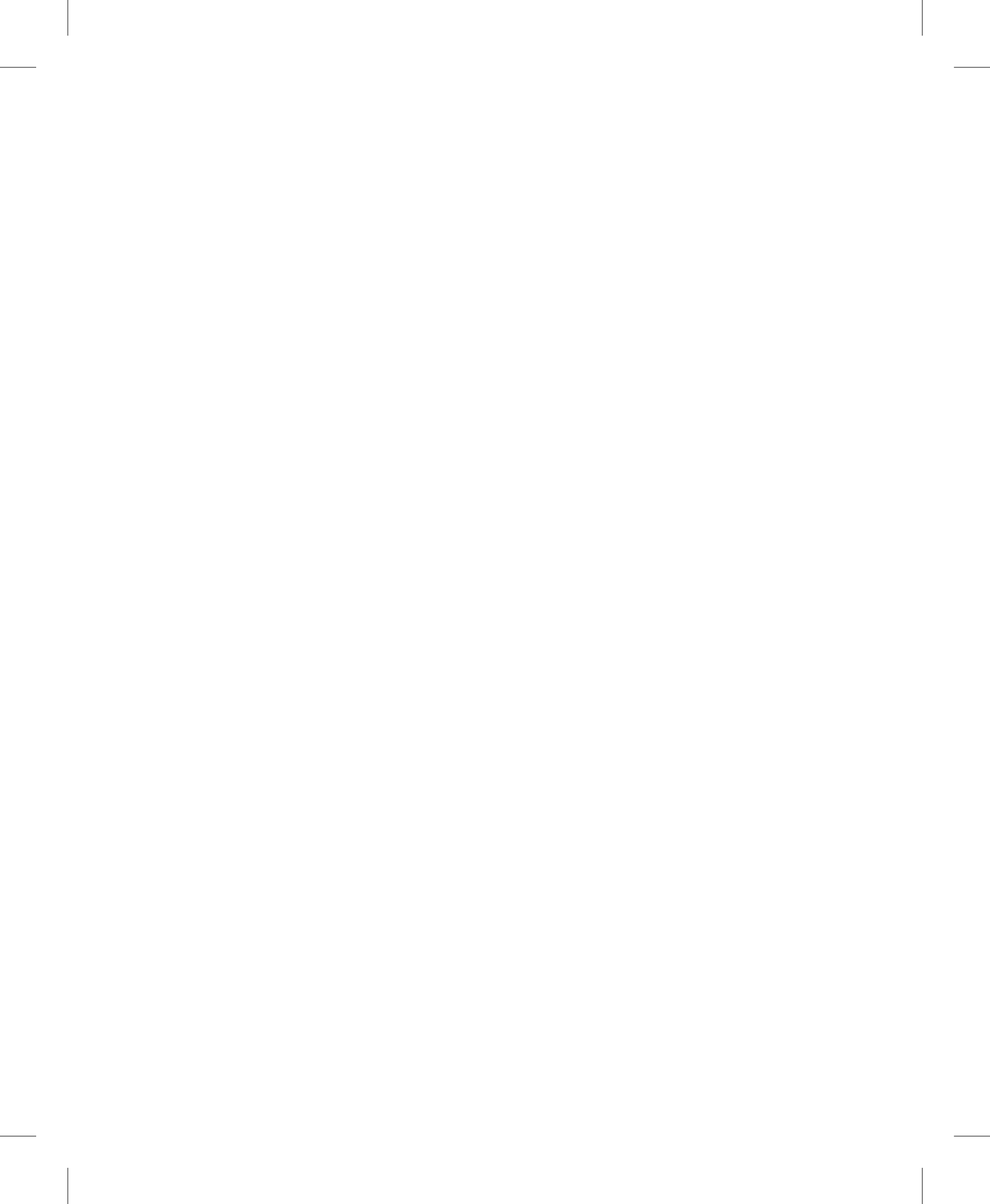
Sem prejuízo do anteriormente exposto, com relação a esta questão corresponde destacar que o art. 40 da Lei nº 24.240 traz uma previsão literal a este respeito. Vejamos:

“Art. 40. — Se o dano ao consumidor for resultado de vício ou risco da coisa ou da prestação do serviço, responderão o produtor, o fabricante, o importador, o distribuidor, o fornecedor, o vendedor e quem tiver colocado a sua marca na coisa ou no serviço. O transportador responderá pelos danos gerados à coisa, por motivo ou em razão do serviço.

A responsabilidade é solidária, sem prejuízo das ações de repetição correspondentes. Somente será liberado, total ou parcialmente, quem demonstrar estar alheio à causa do dano.”

Com relação à qualidade, a norma prevê um regime de garantia legal sobre coisas móveis não consumíveis (produtos) de três ou seis meses – como mínimo – na qual o fabricante, importador, distribuidor ou comerciante deve responder solidariamente pelo defeito ou vício do produto, de qualquer índole, ainda que este tenha sido ostentado ou manifestado no momento da contratação, quando afete a identidade entre o oferecido e o efetivamente entregue (ao consumidor) ou o seu correto funcionamento. Tudo isso, sem prejuízo da garantia legal ou contratual que, adicionalmente, possa ser concedida ao fornecedor. Esta previsão pode ser encontrada no art. 11 da Lei nº 24.240.

Exemplo de vício do produto: o denunciante propõe uma queixa à Direção de Defesa do Consumidor, reclamando pela falta de cumprimento da garantia por parte da empresa fornecedora de colchões, já que a fonte do mesmo não funciona corretamente e o tecido está se desgastando. Cabe destacar que a garantia se encontra vigente (5 anos).



BRASIL

O SISTEMA DA RESPONSABILIDADE CIVIL NO BRASIL



Direito a reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo

A reparação dos danos decorrentes da relação de consumo segue a sistemática da responsabilidade objetiva, pela teoria do risco. Adotou-se a responsabilidade objetiva nas relações de consumo em respeito à vulnerabilidade do consumidor, que é exatamente a razão de toda proteção conferida ao consumidor.

O consumidor que sofrer um dano tem apenas que provar o dano, a utilização do produto e o nexo de causalidade. (arts. 12 a 14 do CDC).

O sistema de responsabilidade civil por vício do produto e a garantia da qualidade e adequação dos produtos

A responsabilidade civil por vício do produto no Código de Defesa do Consumidor é objetiva. O CDC se preocupa com a adequada funcionalidade dos produtos. Como, por exemplo, o caso do liquidificador que não liga e do ferro de passar roupas que não esquenta.

Nesse sentido, independentemente da garantia fornecida pelo fornecedor, os produtos devem ser adequados aos fins que se destinam, devem funcionar bem, atender às justas expectativas do consumidor. A garantia estipulada diretamente pela lei (art. 18 a 21) não pode ser afastada nem diminuída pelo fornecedor (arts. 24, 25, 51, I).



PARAGUAI

O SISTEMA DA RESPONSABILIDADE CIVIL NO PARAGUAI



Direito a uma efetiva reparação dos danos decorrentes da relação de consumo

Na legislação paraguaia, a reparação dos danos decorrentes da relação de consumo está prevista no art. 28 do Decreto nº 21.004/03, que expressa o seguinte:

“Art. 28. Sem prejuízo das sanções pertinentes, na mesma decisão final, as autoridades de aplicação, atuando de ofício ou a pedido de parte, poderão impor aos fornecedores que incorrerem em alguma das infrações tipificadas no presente decreto, uma ou algumas das seguintes medidas corretivas:

h) Confisco e destruição da mercadoria, embalagens, acondicionamentos e/ou rótulos;

i) Fechamento temporário do estabelecimento ou loja, até um máximo de 60 (sessenta) dias;

j) Publicação de avisos com fins de retificação ou informativos, na forma determinada pela autoridade, levando em consideração os meios que resultarem idôneos para reverter os efeitos que o ato objeto da sanção houver ocasionado. A publicação se realizará às custas do infrator;

k) Reposição e reparação de produtos;

l) Devolução da contraprestação paga pelo reclamante; e/ou

m) Qualquer outra medida que tiver por finalidade reverter os efeitos que a conduta infratora tiver causado ou evitar que a mesma se produza novamente no futuro.

Os bens ou montantes que sejam objeto de medidas corretivas serão entregues pelo fornecedor diretamente ao consumidor que os reclama, salvo ordem distinta contida na decisão. Aqueles bens ou montantes matéria de medida corretiva, que por algum motivo se encontrem na posse da autoridade de aplicação, deverão ser entregues e postos à disposição dos reclamantes beneficiados.

O descumprimento por parte dos fornecedores do que foi estabelecido nas decisões finais emitidas pela autoridade constitui uma infração à lei e ao presente decreto. Nestes casos, a autoridade terá competência para impor as sanções e medidas corretivas enunciadas na presente norma, independentemente de que a parte legitimada opte pela execução do inadimplido, pelos caminhos legais pertinentes.

A autoridade municipal administrativa de aplicação somente poderá ordenar estas medidas nos procedimentos aos quais se refere o art. 9º da Lei nº 1.276/98, os quais serão de aplicação imediata. Nos demais casos é competente o juiz de faltas, segundo o estabelecido pela norma legal citada.”

O consumidor tem direito à efetiva prevenção dos danos patrimoniais e morais ou dos interesses difusos, sejam eles individuais ou coletivos. No caso de que uma relação de consumo cause dano ao consumidor, o direito a ser indenizado é exercido, geralmente, pelo consumidor, pela via judicial, que deve ser justa e rápida.

O sistema de responsabilidade civil por vício do produto e a garantia da qualidade e da adequação dos produtos

O Capítulo III – Informação da Oferta de Bens e Serviços – da Lei nº 1.334/98 dispõe, nos seus arts. 8, 12 e 13, que:

Art. 8º.- “Aqueles que produzam, importem, distribuam ou comercializem bens ou prestem serviços, fornecerão aos consumidores ou usuários, de forma certa e objetiva, informação veraz, eficaz e suficiente sobre as características essenciais dos mesmos.

A oferta e apresentação dos produtos ou serviços assegurará informações corretas, claras, precisas e visíveis, escritas no idioma oficial, sobre as suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazo de validade, origem, endereço do local da reclamação e os riscos apresentados à segurança dos consumidores, conforme o caso.”

Art. 12 - “Quando for fornecido ao público produtos com algum defeito, usados ou reconstruídos, deverão ser indicadas tais circunstâncias de maneira clara e precisa.”

Art. 13 – Os fabricantes ou importadores de bens assegurarão o regular fornecimento de componentes, peças e serviços técnicos, durante o prazo no qual os mesmos forem fabricados, armazenados, importados ou distribuídos, e posteriormente, durante um período razoável, em função da durabilidade dos bens em questão, salvo que na oferta esteja consignado que o vendedor não está obrigado ao fornecimento dos mesmos.”



PERU

O SISTEMA DA RESPONSABILIDADE CIVIL NO PERU



Direito à reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo

O Código estabelece o acesso à reparação e à indenização pelos danos e prejuízos, como sendo um direito do consumidor, em conformidade com as disposições do Código e com a normativa civil sobre a matéria. Ou seja, se um consumidor deseja obter uma indenização por danos e prejuízos, deverá recorrer ao Poder Judiciário.

Não obstante, os órgãos responsáveis pela resolução de conflitos de consumo do INDECOPI podem determinar medidas corretivas, reparatórias ou complementares. Estas medidas estão destinadas a que seja reestabelecida a situação anterior à aparição do conflito de consumo ou a reverter a conduta infratora, mas sem chegar a uma quantificação dos danos ocasionados, determinados pelo lucro cessante e pelo dano emergente.

O sistema de responsabilidade civil por vício do produto e a garantia da qualidade e adequação dos produtos

As normas de proteção ao consumidor fazem previsão à responsabilidade civil pelo produto defeituoso no art. 101 do Código referido. Vejamos:

“Art. 101 - Responsabilidade civil por produtos defeituosos.

O fornecedor é responsável pelos danos e prejuízos causados à integridade física dos consumidores ou a seus bens pelos defeitos de seus produtos.

A responsabilidade civil por produtos defeituosos é objetiva, de acordo ao disposto no art. 1.970 do Código Civil. A responsabilidade dos diversos fornecedores de um produto é solidária. Sem prejuízo do exposto, cada fornecedor tem direito à repetição contra aquele que lhe forneceu o produto defeituoso ou que originou o defeito.”

Não existe uma garantia de qualidade dentro das normas de proteção ao consumidor. Não obstante, é estabelecida como política pública do Estado a promoção da qualidade na produção de bens e na prestação de serviços, a fim de que eles sejam idôneos e competitivos. Com esta finalidade, se impulsiona e se apoia o desenvolvimento da normalização, para obter os melhores padrões em benefício e em prol do bem-estar do consumidor (ver art. VI, número 10, do Código).

URUGUAI

O SISTEMA DA RESPONSABILIDADE CIVIL NO URUGUAI



Direito a uma reparação efetiva dos danos decorrentes da relação de consumo

Este direito está disciplinado no art. 34 da Lei nº 17.250, que estabelece um regime de responsabilidade objetiva, cujo fator de atribuição é o risco.

Neste sentido, o artigo referido determina que:

“Se o vício da coisa ou da prestação de serviço resultar em dano ao consumidor, será responsável o fornecedor, de acordo com o regime disposto no Código Civil.”

Esta última remissão ao Código Civil tem sido um elemento de debate na doutrina, sendo que a posição majoritária é a de que a responsabilidade é objetiva, mas a redação não é a mais adequada.

O sistema de responsabilidade civil por vício do produto e a garantia de qualidade e adequação dos produtos

Esta temática é objeto de polêmica no país.

Neste caso, o legislador nacional se afastou das fontes de inspiração (previsões do Código de Defesa do Consumidor do Brasil e da lei argentina de defesa do consumidor) e utilizou somente os prazos para demandar o fornecedor com relação aos vícios aparentes ou manifestos e os ocultos.

A doutrina reconhece nesta disposição a garantia legal por vícios, mas não está estabelecido o alcance dos mesmos (só se menciona que os vícios poderão ser aparentes ou ocultos), nem as ações para remediá-los.

Com relação ao assunto, o art. 37 da Lei nº 17.250 determina que:

“1) O direito a reclamar por vícios aparentes, ou de fácil constatação, salvo aceitação expressa dos mesmos, caduca em:

*Trinta dias a partir da prestação do serviço ou da entrega do produto perecível;
Noventa dias quando se tratar de prestação que envolva produtos ou serviços não perecíveis.*

O prazo começa a ser computado a partir da entrega efetiva do produto ou da finalização da prestação do serviço. Tal prazo será interrompido se o consumidor efetuar uma reclamação devidamente comprovada ante ao fornecedor e este a tenha recusado de forma inequívoca.

2) No caso de vícios ocultos, estes deverão ser evidenciados num prazo de seis meses e caducarão em três meses, a partir do momento em que se ponham de manifesto. Isto sem prejuízo das previsões legais específicas aplicadas a certos bens e serviços.”

Exemplo de vício do produto: vício é o defeito de um piso laminado instalado no dormitório do consumidor, que com a calefação acaba se levantando.

CAPÍTULO 6

OFERTA E PUBLICIDADE





ARGENTINA

A OFERTA E A PUBLICIDADE NA ARGENTINA



A disciplina da oferta de produtos e serviços no país

A oferta de produtos e serviços está disciplinada na Lei nº 24.240. Basicamente, os dispositivos que tratam da temática são os arts. 7º e 8º. Vejamos:

CONDIÇÕES DA OFERTA E VENDA

“Art. 7º — Oferta. A oferta dirigida a potenciais consumidores indeterminados, obriga o emissor, durante o tempo de sua realização, devendo conter a data precisa do começo e da finalização, como também as suas modalidades, condições ou limitações.

A revogação da oferta feita publicamente será eficaz, uma vez que tenha sido difundida pelos meios similares aos empregados para fazê-la conhecer.

A não efetivação da oferta será considerada negativa ou restrição injustificada de venda, passível das sanções previstas no artigo 47 desta lei.”

“Art. 8º — Efeitos da Publicidade. As precisões formuladas na publicidade ou nos anúncios em panfletos, circulares ou outros meios de difusão obrigam o oferente e são consideradas como incluídas no contrato com o consumidor.

Nos casos nos quais as ofertas de bens e serviços se realizem mediante o sistema de compras telefônicas, por catálogos ou por correios, publicados por qualquer meio de comunicação, deverá figurar o nome, domicílio e número de CNPJ do oferente.”

Exemplo de oferta e publicidade: uma consumidora leu, no domingo, no jornal, que o supermercado DIA DE HOY faria uma oferta de macarrão FIDEOLIN a partir da próxima segunda-feira; na terça à tarde, ela se dirige ao supermercado e pretende comprar 4 pacotes, mas, ao chegar no estabelecimento, é informada de que a publicação no jornal está equivocada e que não existe essa promoção. Oferecem-lhe outro macarrão da mesma qualidade, mas que custa \$10 pesos a mais, cada pacote. A consumidora não adquiriu o produto, porque considera que a empresa não deu

cumprimento à oferta publicada e quer apresentar uma denúncia na Defesa do Consumidor.

A regulação da publicidade de produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa

Por sua vez, a publicidade enganosa está prevista e regulada na Lei nº 22.802 sobre lealdade comercial. Conforme esta lei:

“Art. 9º — Fica proibida a realização de qualquer tipo de apresentação, de publicidade ou propaganda que através de inexatidão ou ocultamento possa induzir a erro, engano ou confusão a respeito das características ou propriedades, natureza, origem, qualidade, pureza, mistura, quantidade, uso, preço, condições de comercialização ou técnicas de produção de bens móveis, imóveis ou serviços.”

Corresponde mencionar, igualmente, que existem resoluções regulamentárias proferidas pela autoridade de aplicação, no marco da Lei nº 22.802, que estabelecem normas para o tamanho da letra das publicidades, os modos de exibição dos preços dos produtos, entre outras questões.

BRASIL

A OFERTA E A PUBLICIDADE NO BRASIL



A disciplina da oferta de produtos e serviços no país

A oferta é a etapa que antecede a fase contratual. Trata-se de um conjunto de esforços, informações e práticas adotadas pelo fornecedor para que o consumidor opte pela contratação.

A oferta decorre de direito básico do consumidor de obter “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta da quantidade, característica, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresente” (art. 6º, inc. III, do CDC).

De igual sorte, é que houve preocupação do legislador de estabelecer em Seção específica o tratamento da oferta, nos artigos 30 a 35. É estabelecido pelo artigo 30 que a oferta deve

“assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores”.

A operadora de telefonia que cobra do consumidor produtos ou serviços que o mesmo não contratou descumpra o dever de informação de ofertar de forma adequada e clara seus produtos e serviços.

A regulação da publicidade de produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa

De início cumpre esclarecer que a propaganda e a publicidade no direito brasileiro constituem institutos distintos.

Com efeito, a propaganda é toda forma de comunicação que tenha por finalidade

divulgar informações com cunho informativo. Por sua vez, a publicidade é o ato de comunicação desenvolvido no meio econômico que tenha por objetivo promover, direta ou indiretamente, o consumo de produtos ou serviços. A publicidade pelo CDC é toda informação ou comunicação propagada com o fim direto ou indireto de promover junto aos consumidores a aquisição de um produto ou a utilização de um serviço, qualquer que seja o local ou o meio de comunicação utilizado.

A publicidade encontra-se intimamente ligada ao dever de informação e encontra-se prevista entre os artigos 36 a 38 do CDC. Há previsão específica no CDC acerca da publicidade enganosa, artigo 37, § 1º, que prevê que:

“é enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e qualquer outros dados sobre produtos e serviços.”

A empresa que divulga mensagens de campanha como instrumento de auxílio à navegação e coleta de dados digitados pelo consumidor, a fim de repassá-los para outras empresas, realiza a denominada publicidade enganosa.

Ademais, o CDC ainda trata da publicidade abusiva no artigo 37, § 2º considerando que:

“é abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à saúde ou segurança”.

PARAGUAI

A OFERTA E A PUBLICIDADE NO PARAGUAI



A disciplina da oferta de produtos e serviços no país

A oferta de produtos e serviços está regulada na Lei nº 1.334/98 de Defesa do Consumidor e Usuário, nos seguintes artigos:

Art. 8º.- “Aqueles que produzam, importem, distribuam ou comercializem bens ou prestem serviços, fornecerão aos consumidores ou usuários, de forma certa e objetiva, informação veraz, eficaz e suficiente sobre as características essenciais dos mesmos.

A oferta e apresentação dos produtos ou serviços assegurará informações corretas, claras, precisas e visíveis, escritas no idioma oficial, sobre as suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazo de validade, origem, endereço do local da reclamação e os riscos apresentados à segurança dos consumidores, conforme o caso.”

Art. 9º.- “A oferta obriga o fornecedor que a emite durante o prazo de sua vigência. Se ela não indicar o prazo, se entenderá que é de caráter permanente. Quando a oferta se realizar em dia não útil, se interpretará que se prolonga até o primeiro dia útil seguinte. O fornecedor poderá revogar antecipadamente a oferta, sempre que o difunda por meios similares aos empregados para conhecê-la.”

Art. 10 - “Os preços dos produtos ou serviços, incluídos os impostos, deverão estar indicados com precisão na oferta, na moeda oficial do país.”

Art. 11 - “Quando o fornecedor de produtos ou serviços oferecer garantia, deverá fazê-lo por escrito e para todos os produtos idênticos, no idioma oficial e de forma que facilite a compreensão, com letra clara e legível, contendo como mínimo as seguintes informações:

Identificação de quem oferece a garantia;

Identificação do fabricante ou importador do produto ou prestador do respectivo serviço;

Identificação precisa do produto ou serviço, com as suas especificações técnicas;

Condições de validade da garantia, seu prazo e cobertura, especificando as partes do produto ou serviço que serão cobertas pela garantia;

O domicílio de quem está obrigado contratualmente a prestar a garantia;

Condições de preparação do produto ou serviço, com especificação do lugar onde será efetivada a garantia/

Custos a cargo do consumidor, se houver; e,

Lugar e data do fornecimento do produto ou serviço ao consumidor.”

A regulação da publicidade dos produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa

A publicidade enganosa está regulada na Lei nº 1.334/98, nos seus artigos:

Art. 35.- “Está proibida qualquer publicidade considerada enganosa. Se entenderá como tal, qualquer modalidade de informação, difusão ou comunicação de caráter publicitário que seja inteira ou parcialmente falsa, ou que de qualquer modo, inclusive por omissão, seja capaz de induzir a erro o consumidor, quando forem proporcionados dados a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço, condições de comercialização, técnicas de produção ou qualquer outro dado que for necessário para definir a relação de consumo.”

Art. 36.- “Não será permitida a publicidade comparativa quando, através de ações dolosas ou de declarações gerais e indiscriminadas, o consumidor for induzido a estabelecer a superioridade de um produto ou serviço sobre o outro.”

PERU

A OFERTA E A PUBLICIDADE NO PERU



A disciplina da oferta de produtos e serviços no país

Nas questões de proteção ao consumidor frente às ofertas, o Código destaca o seguinte:

“Proteção do consumidor frente à publicidade

Art. 14 - Publicidade de promoções

14.1. A publicidade referente a promoções para a venda deve consignar, em cada anúncio, a clara indicação de sua duração e a quantidade mínima de unidades disponíveis dos produtos oferecidos. Caso contrário, o fornecedor está obrigado a proporcionar aos consumidores que o solicitarem os produtos ou serviços ofertados, nas condições indicadas. Corresponde ao fornecedor provar, ante as autoridades, o cumprimento do número e da qualidade dos produtos oferecidos e vendidos na promoção.

14.2. Quando existirem condições e restrições de acesso às promoções de vendas, estas deverão ser informadas de forma clara, em destaque, e de maneira facilmente perceptível pelo consumidor, em cada um dos anúncios que as publicitarem ou em fonte distinta de informação, sempre que em cada anúncio se informe clara e expressamente sobre a existência de tais restrições, assim como das referências de localização de tal fonte de informação.

14.3. A fonte de informação indicada no parágrafo anterior deve ser um serviço gratuito de fácil acesso aos consumidores e idôneo com relação ao produto ou serviço e ao público para o qual vão direcionados os anúncios. Deve permitir que o consumidor seja informado, de maneira rápida e suficiente, sobre as condições e restrições aplicáveis à promoção anunciada. Tal serviço de informação pode ser prestado através de páginas web ou por serviços de aviso para o consumidor, sem custo, entre outros meios.

14.4. A informação complementar não consignada nos anúncios e colocada à disposição através de uma fonte de informação distinta deve ser consistente e não pode contradizer a mensagem publicitária. O ônus da prova da idoneidade de tal serviço e da informação por ele proporcionada recai sobre o anunciante.”

A regulação da publicidade dos produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa

O Código regula a matéria nos arts. 12 a 17, estabelecendo que a publicidade comercial dos produtos e serviços será regida pelas normas contidas no Decreto Legislativo nº 1.044, Lei de Repressão da Concorrência Desleal ou pelas normas que as substituïrem ou modificarem, além daquelas determinadas neste Código. Tem como principal finalidade proteger o consumidor da assimetria informativa e da publicidade enganosa ou falsa.

A competência para conhecer, em primeira instância, da verificação do cumprimento das normas que regulam a publicidade é da Comissão de Fiscalização da Concorrência Desleal do INDECOPI.

A respeito da publicidade das promoções, o art. 14 estabelece que os anúncios devem consignar a indicação clara da duração da promoção e da quantidade mínima de unidades disponíveis dos produtos oferecidos. Quando existirem restrições e condições de acesso às promoções de vendas, estas devem ser informadas de forma clara, em destaque e de uma maneira que seja facilmente reconhecível pelo consumidor.

A norma, de igual modo, preocupa-se com a publicidade direcionada a menores, quando, no art. 16, determina que esta não deve induzi-los a conclusões equivocadas sobre as características reais dos produtos anunciados, devendo respeitar a ingenuidade, a credibilidade, a inexperiência e o sentimento de lealdade dos menores. Do mesmo modo, não deve gerar sentimentos de inferioridade no menor que não consome o produto anunciado.

URUGUAI

A OFERTA E A PUBLICIDADE NO URUGUAI



A disciplina da oferta de produtos e serviços no país

Na Lei nº 17.250, de relações de consumo, encontramos vários capítulos destinados à regulação da oferta. Vejamos:

CAPÍTULO IV - DA OFERTA EM GERAL

“Art. 12.- A oferta dirigida a consumidores determinados ou indeterminados, transmitida por qualquer meio de comunicação e que contemple informação suficientemente precisa com relação aos produtos ou serviços oferecidos, vincula a quem a emite e a aquele que a utiliza de maneira expressa, pelo tempo em que for realizada. Este prazo se estenderá nos seguintes casos:

Quanto tal oferta se difunda unicamente em dia não útil, a mesma vinculará aos sujeitos referidos nesta cláusula até o primeiro dia útil posterior à sua realização;

Quando o oferente estabeleça um prazo maior.

Em todos os casos, a oferta poderá especificar suas modalidades, condições ou limitações.

Durante o prazo de vigência da oferta, inclusive se este for mais extenso que o previsto na presente lei, a oferta será revogável. A revogação será eficaz uma vez que tenha sido difundida pelos meios similares aos empregados para fazê-la conhecer, e sempre que isso ocorra antes que a aceitação tenha chegado ao oferente. Nos casos nos quais o oferente assumo o compromisso de não revogar a oferta, a mesma não será revogável.

A aceitação da oferta deve ser tempestiva. A aceitação tardia é ineficaz, salvo a faculdade do proponente de outorgar-lhe eficácia.”

“Art. 13. Toda informação referente a uma relação de consumo deverá ser expressada no idioma espanhol, sem prejuízo de que possam ser utilizados outros idiomas.

Quando na oferta se veicularem duas ou mais informações contraditórias, prevalecerá a mais favorável ao consumidor.”

“Art. 14. Toda informação, até mesmo a proporcionada em avisos publicitários, difundida por qualquer forma ou meio de comunicação, obriga o oferente que ordenou a sua difusão e a todo aquele que a utilize, e integra o contrato que for celebrado com o consumidor.”

“Art. 15. O fornecedor deverá informar, em todas as ofertas, e previamente à formalização do respectivo contrato:

O preço, incluídos os impostos;

Nas ofertas de crédito ou de financiamento de produtos ou serviços, o preço do pagamento em dinheiro, segundo corresponda, o montante do crédito outorgado ou o total financiado em cada caso, e a quantidade de prestações, assim como a sua periodicidade. As empresas de intermediação financeira, administradoras de créditos ou similares, também deverão informar a taxa de juros efetiva anual.

As formas de atualização da prestação, os juros e qualquer outro adicional devido por mora, os gastos adicionais extras, se houver, e o lugar de pagamento.

O preço difundido nas mensagens publicitárias deverá ser indicado conforme o estabelecido no presente artigo. A informação consignada será brindada conforme o que dispuser a regulamentação.”

“Art. 16. A oferta de produtos ou serviços que for realizada fora do estabelecimento comercial, por meio postal, telefônico, televisivo, informático ou similar dá direito ao consumidor que a aceitou a rescindir ou resolver 'ipso jure' o contrato. O consumidor poderá exercer tal direito dentro dos cinco dias úteis contados desde a formalização do contrato ou da entrega do produto, conforme sua escolha, sem responsabilidade alguma de sua parte. A opção pela rescisão ou resolução deverá ser comunicada ao fornecedor por qualquer meio confiável.

Quando a oferta de serviços se realizar em estabelecimentos adaptados à finalidade de ofertar, o consumidor poderá rescindir ou resolver o contrato nos termos dispostos no inciso primeiro do presente artigo.

Se o consumidor exercer o direito a resolver ou rescindir o contrato deverá proceder à devolução do produto ao fornecedor, sem uso, no mesmo estado em que foi recebido, salvo o concernente à comprovação do mesmo. Por sua parte, o fornecedor deverá restituir imediatamente ao consumidor tudo o que este houver pagado. A demora na restituição dos importes pagos pelo consumidor, dará lugar a que este exija a atualização do montante a restituir. Cada parte deverá ser responsável pelos custos da restituição da prestação recebida. Nos casos nos quais o consumidor rescindir ou resolver o contrato, conforme as previsões precedentes, ficarão sem efeito as formas

de pagamento diferido das prestações emergentes de tal contrato, que tenha sido instrumentalizado através de cartões de crédito ou similares. Bastará a tal efeito que o consumidor comunique às emissoras dos referidos cartões o exercício da opção de resolução ou rescisão do contrato.

No caso de serviços parcialmente prestados, o consumidor pagará somente aquela parte que tenha sido executada e se o serviço for pago antecipadamente, o fornecedor devolverá imediatamente o montante correspondente à parte não executada. A demora na restituição dos importes pagos pelo consumidor, dará lugar a que este exija a atualização do total a restituir. Aplicar-se-á no que for pertinente o disposto no parágrafo final do inciso anterior do presente artigo.

Em todos os casos o fornecedor deverá informar o domicílio de seu estabelecimento ou o seu próprio domicílio, sendo insuficiente indicar somente o endereço postal ou similar.”

CAPÍTULO V - DA OFERTA DOS PRODUTOS

“Art. 17. A oferta de produtos deve brindar informação clara e facilmente legível sobre as suas características, natureza, quantidade, qualidade – nos termos e oportunidades que correspondam -, composição, garantia, origem do produto, e preço de acordo ao estabelecido no art. 15, além dos dados necessários para a correta conservação e utilização do produto e, segundo corresponda, o prazo de validade e os riscos que apresente para a saúde e a segurança dos consumidores. A informação consignada neste artigo se brindará conforme ao que for estabelecido em regulação específica. No que diz respeito às embalagens e rótulos de produtos, assim como com relação à necessidade de acompanhamento de manuais dos produtos e do conteúdo destes, se observará o que dispõe a regulamentação.”

“Art. 18. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto subsistir a fabricação ou importação do produto.”

“Art. 19. A oferta de produtos defeituosos, usados ou reconstituídos deverá indicar tal circunstância de forma clara e visível.”

CAPÍTULO VI - DA OFERTA DE SERVIÇOS

“Art. 20.- Na oferta de serviços o fornecedor deverá informar os itens indicados neste artigo, salvo que pela natureza do serviço não corresponder a referência a algum deles. A informação deverá ser clara e veraz e, quando for brindada por escrito, será proporcionada com caracteres facilmente legíveis.

A) Nome e domicílio do fornecedor do serviço.

B) A descrição do serviço a prestar.

C) Uma descrição dos materiais, implementos, tecnologia a ser empregada e o prazo ou prazos de cumprimento da prestação.

D) O preço, incluídos os impostos, sua composição quando corresponder, e a forma de pagamento. Será aplicável no que for pertinente o disposto no artigo 15 da presente lei.

E) Os riscos que o serviço puder ocasionar para a saúde ou segurança, quando se der esta circunstância.

F) O alcance e a duração da garantia, quando esta for outorgada.

G) Somente poderá ser informada a qualidade de acordo ao previsto no artigo 17 da presente lei.

A regulamentação poderá prever situações nas quais, juntamente com a oferta deva ser brindado um orçamento ao consumidor, estabelecendo o seu conteúdo e eficácia.”

“Art. 21. A oferta de serviços financeiros deverá conter as especificações que, segundo os serviços dos quais se trate, possa dispor a regulamentação, sem prejuízo do disposto no artigo 20 precedente.”

Exemplo de publicidade: a mensagem difundida na televisão para dar a conhecer as características de um novo modelo de automóvel.

A regulação da publicidade de produtos e serviços, com especial referência à publicidade enganosa

No inciso 1º do art. 24 da Lei nº 17.250 se estabelece que: “toda publicidade deve ser transmitida e divulgada de tal forma que o consumidor a identifique como tal”.

Nos incisos 2º e 3º do art. 24, antes referido, encontramos que:

“Fica proibida qualquer publicidade enganosa. Entender-se-á por publicidade enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação contida em mensagens publicitárias que seja inteira ou parcialmente falsa, ou que de qualquer outro modo, inclusive pela omissão de dados essenciais, seja capaz de induzir a erro o consumidor a respeito da natureza, quantidade, origem e preço de produtos e serviços.”

Por sua vez, o art. 6º, *alínea 'd'* estabelece que é um direito básico do consumidor a proteção contra a publicidade enganosa.



CAPÍTULO 7 PRÁCTICAS ABUSIVAS





ARGENTINA

AS PRÁTICAS ABUSIVAS NA ARGENTINA



A proibição da realização de práticas abusivas

A respeito da proibição da realização de práticas abusivas, a legislação previu, no art. 8º bis, introduzido na última reforma à Lei nº 24.240, levada a cabo em 2008, que:

“Art. 8º bis: Tratamento digno. Práticas abusivas. Os fornecedores deverão garantir condições de atendimento e tratamento digno e equitativo aos consumidores e usuários. Deverão se abster de realizar condutas que coloquem os consumidores em situações vergonhosas, vexatórias ou intimidantes. Não poderão exercer sobre os consumidores estrangeiros diferenciação alguma a respeito de preços, qualidades técnicas ou comerciais ou qualquer outro aspecto relevante sobre os bens e serviços que comercializem. Qualquer exceção deverá ser autorizada pela autoridade de aplicação, levando em consideração o interesse geral, devendo ser fundamentada.

Nas reclamações extrajudiciais de dívidas, deverão se abster de utilizar qualquer meio que lhe outorgue a aparência de pedido judicial.

Tais condutas, além das sanções previstas na presente lei, poderão ser passíveis de multa civil estabelecida no artigo 52 bis da presente norma, sem prejuízo de outros ressarcimentos que correspondam ao consumidor, sendo que ambas as penalidades são extensivas a quem, solidariamente, atua em nome do fornecedor.”

Diferente é o caso do controle ou fiscalização sobre “cláusulas abusivas”, que a Lei nº 24.240 contempla nos arts. 37 a 39 e normas complementares da autoridade de aplicação (Resoluções 53/2003 e 9/2004).

Exemplos de práticas abusivas:

- a) um consumidor é maltratado, pois, quando sai do supermercado, pensam que está levando consigo, debaixo da jaqueta, um pacote de macarrão. Diante de todo o público que se encontra no salão, gritam-lhe “ladrão”, “sem-vergonha”, entre

outras coisas. Colocam-no de costas contra a parede, e quando o revistam, se dão conta de que o homem não tinha nada debaixo da jaqueta. O cidadão, muito chateado, faz uma denúncia na Defesa do Consumidor, para que apliquem ao supermercado a máxima sanção pela prática abusiva levada a cabo;

b) num estabelecimento comercial se observa, ao ingressar, um cartaz que expressa “coloque os seus pertences nos *lockers*” e na linha logo abaixo determina que “a empresa não se responsabiliza pelo que pode suceder aos seus pertences.”

O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor

Ainda que não exista este mecanismo na Lei nº 24.240, o instituto da desconsideração da pessoa jurídica é utilizado como ferramenta destinada a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor, em determinadas situações: “responsabilidade por danos” e “regime de garantia legal sobre produtos”.

Está previsto na lei referida um regime de responsabilidade de tipo objetiva e solidária, frente ao consumidor, de toda a cadeia de comercialização que haja intervindo na relação de consumo: fabricante, importador, distribuidor, atacadista, varejista e quem tenha colocado a sua marca no bem, razão pela qual, de algum modo, o fato de responsabilizar toda a cadeia comercial marca a existência de um sistema robusto de responsabilidade frente ao consumidor.

BRASIL

AS PRÁTICAS ABUSIVAS NO BRASIL



A proibição da realização de práticas abusivas

As práticas abusivas são condutas que, uma vez existentes, caracterizam-se como ilícitas. O Código de Defesa do Consumidor, na Seção IV tratou especificamente de regular a matéria em três artigos: 39, 40 e 41. Contudo, foi de fato o artigo 39 que preocupou-se em elencar exemplificativamente quais práticas seriam abusivas.

São práticas abusivas segundo o art. 39:

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços;

XI - Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999;

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. (Incluído pela Lei nº 9.008, de 21.03.1995);

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido”.

Há outras práticas abusivas espalhadas pelo CDC, como: a cobrança constrangedora (artigos 42 c/c 71), a negativação do nome (artigo 43) e o anúncio abusivo ou enganoso (artigo 37).

O fornecedor que promove a redução quantitativa do produto em sua embalagem, sem a devida informação ao consumidor, comete infração às relações de consumo.

O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor

A desconsideração da pessoa jurídica prevista no artigo 28 CDC estabelece que:

“O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração”.

A desconsideração vertida no artigo citado é abrangente, não se limitando as hipóteses que envolvam fraudes, mas a todos os casos que obstam o ressarcimento dos danos sofridos pelo consumidor e que ensejam em obstáculo ao saneamento do prejuízo.

PARAGUAI

AS PRÁTICAS ABUSIVAS NO PARAGUAI



A proibição da realização de práticas abusivas

O direito paraguaio prevê a proibição da realização de práticas abusivas, nos arts. 37, 38 e 39 da lei já referida, nos seguintes termos:

Art. 37 - “Fica proibida a publicidade abusiva, entendida como aquela de caráter discriminatório de qualquer natureza, ou que incite a violência, explore o medo, aproveite-se da falta de maturidade das crianças, infrinja valores meio-ambientais ou seja capaz de induzir o consumidor a comportar-se de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.”

Art. 38 - “A promoção que tenha por objetivo o consumo do tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos e bebidas estimulantes, estará sujeita às limitações impostas pelas leis especiais que regulem a sua produção, venda e publicidade comercial.”

Art. 39 – “Nas controvérsias que puderem surgir como consequência do disposto nos artigos precedentes, o anunciante deverá provar a veracidade das afirmações contidas na mensagem publicitária.

Para todos os efeitos legais se entenderá como anunciante o fornecedor de bens ou serviços que tenha solicitado a difusão da mensagem publicitária.”

O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidas pelo fornecedor

Na legislação paraguaia não está previsto este instituto.



PERU

AS PRÁTICAS ABUSIVAS NO PERU



A proibição da realização de práticas abusivas

O Código contempla, dentro da grande categoria de métodos comerciais abusivos, o seguinte:

- a) Métodos comerciais coercitivos;
- b) Práticas abusivas;
- c) Métodos comerciais agressivos ou enganosos; e,
- d) Métodos abusivos na cobrança.

A respeito dos métodos comerciais coercitivos, o art. 56 do Código contém uma lista enunciativa daqueles direitos que os consumidores possuem, vinculados ao tema. Vejamos:

“a. Nos contratos de duração continuada ou de tratamento sucessivo, condicionar a venda de um produto ou a prestação de um serviço à aquisição de outro, salvo que, por sua natureza ou com base no uso comercial, forem complementares. A oferta de produtos ou serviços não complementares deve garantir que possam ser oferecidos por separado.

b. Obrigar o consumidor a assumir prestações que não foram pactuadas ou a efetuar o pagamento de produtos ou serviços que não foram previamente requeridos. Em nenhum caso o silêncio do consumidor pode ser interpretado como aceitação de tais prestações ou pagamentos, salvo que o tenha autorizado, previamente, de forma expressa.

c. Modificar, sem o consentimento expresso do consumidor, as condições e os termos nos quais adquiriu um produto ou contratou um serviço, inclusive se o fornecedor considera que a modificação poderia ser benéfica para o consumidor. Não se pode presumir como aceitação o silêncio do consumidor, salvo que ele assim o tenha autorizado, expressamente, e com anterioridade.

d. Completar formulários, títulos valores e outros documentos emitidos de forma incompleta pelo consumidor, de maneira distinta à expressamente acordada no momento da assinatura.

e. Estabelecer limitações injustificadas ou não razoáveis ao direito do consumidor de pôr fim ao contrato, quando legal ou contratualmente este direito lhe haja sido reconhecido, ou a empregar os mesmos mecanismos de forma, lugar e meios utilizados na celebração dos contratos para desvincular-se destes.

f. Tomar vantagem indevida nas relações contratuais de duração continuada ou de tratamento sucessivo, naquelas situações nas quais a troca de um fornecedor resultar significativamente onerosa para o consumidor.

g. Exigir do consumidor a apresentação de documentação não necessária para a prestação do serviço contratado ou para a entrega do produto adquirido, podendo, em qualquer caso, exigir somente a documentação necessária, razoável e pertinente, de acordo com a etapa na qual se encontre a prestação do produto ou a execução do serviço.”

Adicionalmente, serão consideradas práticas abusivas aquelas situações previstas no art. 57 do Código, nas quais aproveitando-se da situação de desvantagem do consumidor, lhe sejam impostas condições excessivamente onerosas ou que não sejam previsíveis na contratação.

Com relação aos métodos comerciais agressivos ou enganosos, o Código, no seu art. 58, estabelece que os fornecedores não podem levar a cabo práticas que diminuam de forma significativa a liberdade de eleição do consumidor, através de figuras como o assédio, a coação, a influência indevida e o dolo.

Finalmente, com relação aos métodos abusivos na cobrança, o Código, nos seus arts. 61 e 62, estabelece que os fornecedores deverão utilizar os procedimentos de cobrança previstos nas leis, restando proibidos aqueles métodos que afetarem a reputação do consumidor, que atentarem contra a privacidade da sua casa, que afetarem o seu trabalho ou a sua imagem ante terceiros, tais como:

“a. Enviar ao devedor, ou ao seu fiador, documentos que aparentem ser notificações ou ordens judiciais.

b. Realizar visitas ou chamadas telefônicas entre às 20 horas e às 07 horas, ou nos sábados, domingos e feriados.

c. Colocar ou exibir à vista do público cartazes ou documentos escritos no domicílio do devedor ou do fiador, ou em locais diferentes destes, solicitando-lhes o pagamento de suas obrigações.

d. Localizar pessoas com cartazes alusivos à dívida, com vestimenta incomum ou meios similares, nas intermediações do domicílio ou do local de trabalho do devedor, requerendo-lhe o pagamento de uma obrigação.

e. Difundir através dos meios de comunicação lista de devedores e requerimentos de pagamento, sem ordem judicial. Não está compreendida, aqui, a informação que for proporcionada às centrais privadas de informação de riscos, reguladas por lei especial, a informação brindada à Central de Riscos da Superintendência de Banca, Seguros e Administradoras Privadas de Fundos de Pensão, nem a informação que por norma legal for proporcionada pelo Estado.

f. Enviar comunicações ou realizar telefonemas a terceiros, alheios à obrigação, informando-lhes sobre a morosidade do consumidor.

g. Enviar estados de conta, faturas por pagar e notificações de cobrança, seja qual for a natureza destas últimas, ao domicílio de um terceiro alheio à relação de consumo, salvo que se trate de um domicílio contratualmente estabelecido ou que o devedor o tenha indicado como um novo domicílio válido.

h. Qualquer outra modalidade análoga ao anteriormente indicado.”

O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidos pelo fornecedor

No Peru, não há norma a respeito deste instituto e tampouco se contempla a aplicação do mesmo.



URUGUAI

AS PRÁTICAS ABUSIVAS NO URUGUAI



A proibição da realização de práticas abusivas

O art. 22 da lei de defesa do consumidor estabelece, de forma enunciativa (não taxativa) uma lista de práticas que são consideradas abusivas. Vejamos:

"São consideradas práticas abusivas, entre outras:

- a) Negar o fornecimento de produtos ou serviços ao consumidor, enquanto existir disponibilidade do que for oferecido, segundo os usos e costumes e a possibilidade de realizar o serviço, exceto quando se haja limitado a oferta e se tenha informado previamente ao consumidor, sem prejuízo da revogação que deverá ser difundida pelos mesmos meios empregados para fazê-la conhecer;*
- b) Fazer circular informação que desprestige o consumidor, em razão das ações por este realizadas, no exercício de seus direitos;*
- c) Fixar o prazo, ou os prazos para o cumprimento das obrigações de maneira manifestamente desproporcional, em prejuízo do consumidor;*
- d) Enviar ou entregar ao consumidor, qualquer produto ou fornecer qualquer serviço, que não tenha sido previamente solicitado. Os serviços prestados ou os produtos enviados ou entregues ao consumidor, nesta hipótese, não possuem obrigação de pagamento, nem de devolução, equiparando-se, portanto, às amostras grátis. Aplicar-se-á, no que corresponder, o disposto no inciso terceiro do artigo 16 da presente lei;*
- e) Fazer aparecer o consumidor como proponente da aquisição de bens ou serviços, quando isto não corresponder à realidade;*
- f) Condicionar o fornecimento de produtos ou serviços ao fornecimento de outro produto ou serviço, assim como a limites quantitativos, sem justa causa."*²

² A alínea "f" foi incorporada pelo art. 144 da Lei nº 19.149, de 24/10/2013.

Exemplo de prática abusiva: quando o fornecedor estabelece um extenso e emaranhado sistema para que o consumidor termine renunciando à prestação de um serviço de duração continuada.

O instituto da desconsideração da pessoa jurídica, como mecanismo destinado a coibir abusos e fraudes cometidos pelo fornecedor

Não existe previsão legal a respeito do instituto referido, mas o mesmo vem sendo aplicado pela jurisprudência em matéria comercial.

CAPÍTULO 8

BANCOS DE DATOS DE CONSUMO





ARGENTINA

OS BANCOS DE DADOS NA ARGENTINA



Banco de dados de consumo

Na República Argentina não existe, na atualidade, nenhuma previsão normativa a respeito da criação de um banco de dados de consumo.

Informações a respeito do fornecedor e as características dos produtos e serviços oferecidos

Existe um Registro Público de Infratores às previsões da Lei nº 24.240, no qual podem ser consultadas as denúncias e, eventualmente, as sanções impostas aos fornecedores por infrações à normativa vigente.

Além disso, a autoridade de aplicação elabora estatísticas mensais e anuais sobre a quantidade de denúncias por ramo de atividade, os motivos que deram lugar às denúncias, etc., que podem ser consultadas pelos consumidores.



BRASIL

OS BANCOS DE DADOS NO BRASIL



Banco de dados de consumo

Caso se entenda por “bancos de dados de consumo” os bancos de dados de proteção ao crédito, não há previsão legal a respeito de sua criação, mas somente normas que pautam tais bancos de dados quando criados e explorados pelo setor privado.

Dentre tais normas estão o art. 43 do Código de Defesa do Consumidor e a Lei 12.414/2011. O art. 43 do Código de Defesa do Consumidor estabelece um prazo de 5 anos para a inclusão de informações do consumidor, não podendo, portanto, haver informações negativas superiores a esse período.

Há a previsão de alguns direitos como:

- a) informação prévia;
- b) acesso;
- c) retificação.

A Lei 12.414, por sua vez, institui parâmetros para a criação de bancos de dados com informações de adimplemento do consumidor, reafirmando regras já existentes no Código de Defesa do Consumidor, como:

- a) informação prévia;
- b) direito de acesso;
- c) direito de retificação e cancelamento;
- d) informação a respeito dos principais elementos e critérios considerados para a análise de risco;
- e) direito de revisão de decisão realizada exclusivamente por meios automatizados; e
- f) finalidade da coleta.

Informações a respeito do fornecedor e as características dos produtos e serviços oferecidos

Os órgãos de defesa do consumidor (PROCON, Delegacia de Polícia, Promotoria do Consumidor) podem ser consultados a respeito de informações referentes ao fornecedor. Além disso, o consumidor pode buscar esclarecimentos por meio do SINDEC (Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor) e do cadastro de reclamações fundamentadas.

O Cadastro de Reclamações Fundamentadas é um cadastro formado a partir dos processos administrativos finalizados pelos PROCONs, num período de 12 meses. A criação deste cadastro está pautada nas diretrizes do art. 44 do CDC, conforme o qual *“os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor”*.

PARAGUAI

OS BANCOS DE DADOS NO PARAGUAI



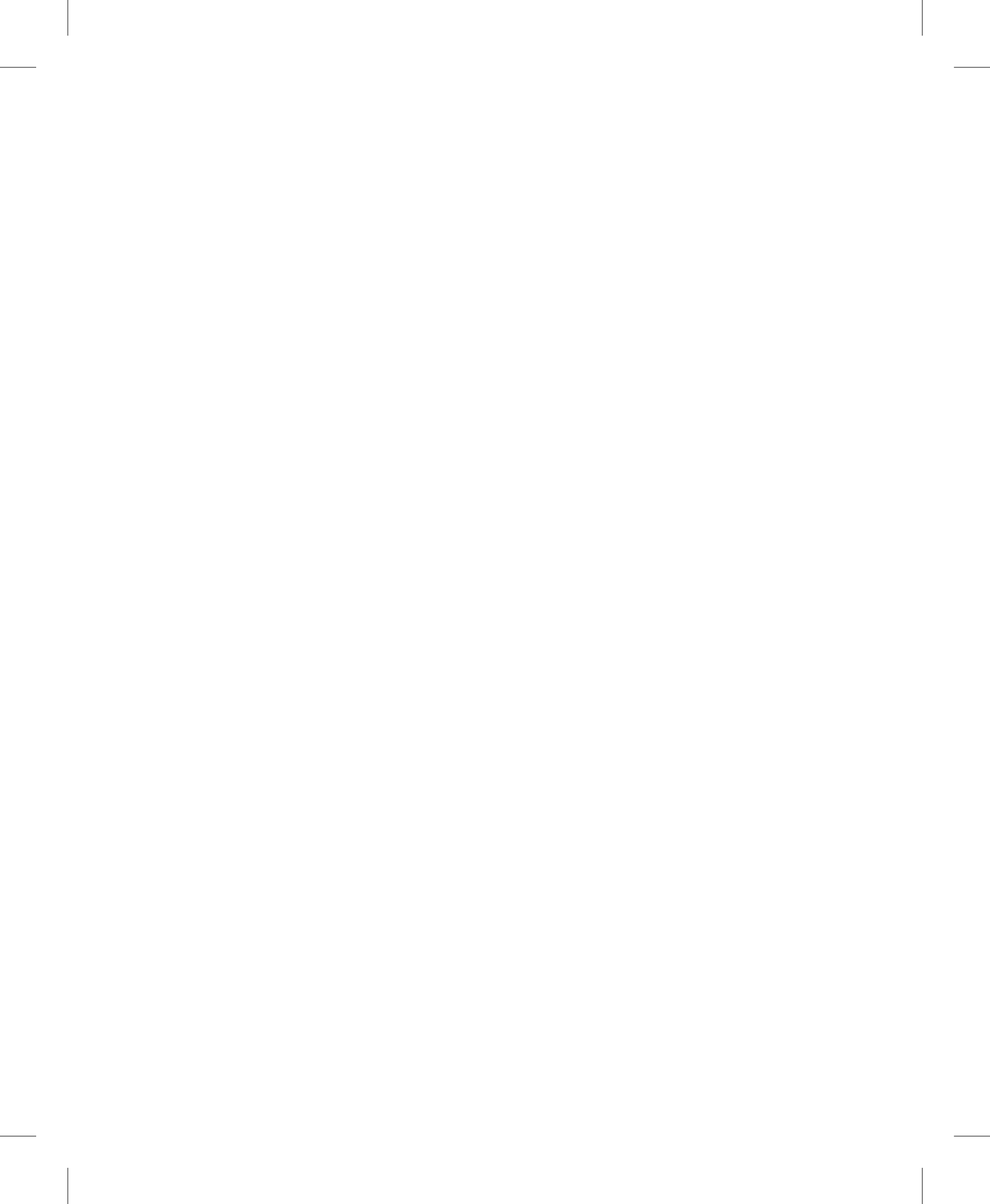
Banco de dados de consumo

Não existe, na atualidade, tal previsão normativa.

Informações a respeito do fornecedor e as características dos produtos e serviços oferecidos

Não existe na Secretaria de Defesa do Consumidor e Usuário um registro público de infratores, mas se está trabalhando arduamente a fim de se implementar um registro nestes termos, dentro de pouco tempo, a fim de que os consumidores e usuários obtenham informações sobre as empresas que foram sancionadas por infringir a Lei nº 1.334/98 e o decreto que a regulamenta.

A autoridade de aplicação elabora estatísticas mensais e anuais sobre a quantidade de denúncias por ramo de atividade, motivos das denúncias, etc., que podem ser consultadas por consumidores e usuários.



PERU

OS BANCOS DE DADOS NO PERU



Banco de dados de consumo

No Peru, o que existe é um registro de infrações e sanções (art. 119 do Código), que é o mesmo difundido no site do INDECOPI, através da ferramenta “Fique de olho de quem você compra”.

(Disponível em: <http://www.indecopi.gob.pe/miraaquienlecompras/>)

A finalidade do Registro é contribuir para a transparência das transações entre fornecedores e consumidores e orientar a estes últimos na tomada de decisões de consumo. Os fornecedores que forem sancionados mediante decisão firme em sede administrativa, ficarão automaticamente registrados durante quatro (4) anos, contados a partir da data da decisão referida.

Informações a respeito do fornecedor e as características dos produtos e serviços oferecidos

O Código, no seu art. 1.1, *alínea 'b'*, reconhece o direito dos consumidores de acesso à informação oportuna, suficiente, veraz e facilmente acessível, relevante para a tomada de decisão ou para a realização de uma escolha de consumo, que se ajuste aos seus interesses, assim como para efetuar um uso ou consumo adequado dos produtos ou serviços.

De qualquer forma, a respeito da informação relevante, o Código destaca que os fornecedores têm a obrigação de oferecer ao consumidor toda a informação para tomar uma decisão ou realizar uma adequada eleição de consumo, assim como para efetuar um uso ou consumo adequado dos produtos ou serviços. Por isso, a informação deve ser veraz, suficiente, de fácil compreensão, apropriada, oportuna e facilmente acessível, devendo ser brindada no idioma espanhol, conforme determina o art. 2° do Código.

Neste sentido, e sem prejuízo das exigências concretas das normas setoriais correspondentes, para analisar a informação relevante se deve levar em consideração a toda aquela sem a qual não se teria adotado a decisão de consumo ou sem a qual se teria efetuado a escolha de

forma distinta. Para isso, deve ser examinado se a informação omitida desnatura as condições nas quais se realizou a oferta dirigida ao consumidor.

Finalmente, devem ser levados em consideração os problemas derivados da confusão que geraria ao consumidor o fornecimento de informação excessiva ou sumamente complexa, vinculada à natureza do produto adquirido ou ao serviço contratado.

URUGUAI OS BANCOS DE DADOS NO URUGUAI



Banco de dados de consumo

Não existe previsão legal a respeito do tema, no Uruguai.

Informações a respeito do fornecedor e das características dos produtos e serviços oferecidos

Se a informação não surgir da oferta, publicidade e informações brindadas na etapa pré-contratual, é provável que o consumidor dificilmente conheça quem é o fornecedor até o momento no qual se aperfeiçoa o contrato de consumo.

Do mesmo modo, o consumidor deverá pesquisar informações sobre a reputação do fornecedor.

No que tange às características dos produtos e serviços oferecidos, estas devem ser informadas por ocasião da oferta (exigência disposta nos arts. 12, 17 e 20 da Lei nº 17.250).



CAPÍTULO 9

PROTEÇÃO CONTRATUAL DOS CONSUMIDORES





ARGENTINA

A PROTEÇÃO CONTRATUAL DOS CONSUMIDORES NA ARGENTINA



A evolução do conceito de contrato de consumo no país

O tratamento das relações de consumo como um objeto específico de estudo e regulação normativa especial começou a se desenvolver no nosso país na década de 60.

Poderíamos dizer que até aquele momento imperavam as noções estabelecidas no nosso Código Civil, sobre o consentimento e a teoria do contrato em geral: o individualismo e o princípio da não-intervenção regiam o papel do Estado nas relações de consumo, nas quais – hipoteticamente – o consumidor e o empresário se encontravam em igualdade de condições ao celebrar um contrato de ordem privada.

Como consequência da evolução dos princípios e institutos do direito (Reforma da Lei nº 17.711, no nosso ordenamento jurídico civil no ano de 1968) e da produção massiva e nos padrões de consumo por parte do consumidor, começaram a ser evidenciadas situações nas quais o consumidor era vítima de abusos ou da imposição de cláusulas abusivas, em virtude da sua posição de inferioridade no contrato, num mercado que se tornava complexo e altamente diversificado. Garantias tradicionais como a dos vícios ocultos ou o abuso do direito resultavam insuficientes para brindar-lhe proteção diante das características do consumo moderno.

Por outra parte, a circulação massiva de bens e serviços trouxe modificações nas modalidades de formulação da oferta e da contratação dos mesmos.

A maior rapidez nas transações fez com que a oferta fosse lançada a um número indeterminado de possíveis contratantes. Por sua vez, as formas tradicionais de contratação foram sendo substituídas, em matéria de contratos de consumo, por formas contratuais de adesão, nas quais as conversações prévias entre as partes contratantes e as cláusulas negociadas deram lugar a cláusulas pré-dispostas pelo empresário ou fornecedor, que são a parte mais forte na contratação.

Neste sentido, já na década de 60, e do mesmo modo como ocorreu em diferentes lugares do mundo, se começou a identificar o consumidor como um grupo social definido, ao qual se deveria brindar uma proteção especial.

Na Argentina, a proteção do consumidor se desenvolveu, além dos modernos critérios jurisprudenciais dos nossos tribunais, através de disposições dispersas incluídas no Código

Civil, no Código Penal, na Lei de Defesa da Concorrência, na Lei de Lealdade Comercial, no Código Alimentar Argentino e em outras normas especiais de proteção. Como se pode observar, a proteção nestes instrumentos era feita de forma indireta.

Finalmente, a concretização de um sistema orgânico de defesa do consumidor ocorreu no dia 22 de setembro de 1993, com a sanção da Lei nº 24.240 de Defesa do Consumidor.

Exemplo de inadimplemento contratual: o consumidor compra um veículo de uma concessionária oficial da empresa automotriz. No documento de venda, está pactuado que o carro será entregue entre 20 e 30 dias úteis, contados a partir da data da compra, se o consumidor pagar totalmente o preço do bem. O mesmo, 10 dias depois, vai até a concessionária e quita o saldo devedor. Ali lhe informam que deveria esperar o prazo previsto para a entrega. Finalmente, transcorridos três meses da data da compra, o carro não foi entregue, apesar das várias reclamações, tanto pessoais como telefônicas, do consumidor, que, finalmente, decide fazer a denúncia.

Os contratos de adesão

Os contratos de adesão carecem de uma regulamentação específica na República Argentina. Não obstante, está prevista a sua revisão com relação às possíveis cláusulas abusivas que puderem conter, as quais transcrevemos no próximo item.

Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão

As cláusulas abusivas estão reguladas pela Lei nº 24.240, nos seus arts. 37, 38 e 39:

“Art. 37- Interpretação. Sem prejuízo da validade do contrato, serão tidas como não pactuadas:

- a) As cláusulas que desnaturalizem as obrigações ou limitem a responsabilidade por danos;*
- b) As cláusulas que importem renúncia ou restrição dos direitos do consumidor ou ampliem os direitos da outra parte;*
- c) As cláusulas que contiverem qualquer preceito que imponha a inversão do ônus da prova, em prejuízo do consumidor.*

A interpretação do contrato será feita no sentido mais favorável ao consumidor. Quando existirem dúvidas sobre os alcances de sua obrigação, se optará pela que lhe resulte menos gravosa.

Quando o oferente viole o dever da boa fé na etapa prévia à conclusão do contrato ou à sua celebração ou transgrida o dever de informação ou a legislação de defesa da concorrência ou de lealdade comercial, o consumidor terá direito a reclamar pela nulidade do contrato ou de uma ou mais cláusulas. Quando o juiz declare a nulidade parcial, simultaneamente se integrará o contrato, se assim for necessário.”

“Art. 38- Contrato de Adesão. Contratos em Formulários. A autoridade de aplicação cuidará para que os contratos de adesão ou similares, não contemplem cláusulas como as previstas no artigo anterior. A mesma atribuição será exercida com relação às cláusulas uniformes, gerais ou padronizadas dos contratos feitos em formulários, reproduzidos em série e em geral, quando tais cláusulas tenham sido redigidas unilateralmente pelo fornecedor da coisa ou serviço, sem que a contraparte tenha possibilidade de discutir o seu conteúdo.”

“Art. 39- Modificação. Contratos Padrão. Quando os contratos aos quais se refere o artigo anterior requererem a aprovação de outra autoridade nacional ou provincial, esta tomará as medidas necessárias para a modificação do contrato padrão a pedido da autoridade de aplicação.”

Por sua vez, a autoridade de aplicação estabeleceu normas regulamentares referidas ao controle das cláusulas abusivas, tais como:

- a) a Resolução nº 53/2003, a qual estabelece que os contratos de consumo, nos termos dos arts. 1º e 2º da Lei nº 24.240, qualquer que seja a sua instrumentação, não podem incluir cláusulas, com caráter enunciativo, como as que são consignadas na lista em anexo, que vem detalhada pela própria norma;
- b) a Resolução nº 9/2004, que prevê um anexo com cláusulas abusivas correspondentes à telefonia móvel, serviços financeiros e bancários e planos de saúde.

A autoridade de aplicação, com base na normativa referida, sistematicamente e de

ofício, faz o controle para que os contratos de adesão que são utilizados pelas empresas no mercado, segundo os diferentes setores de atividade (banco, cartões de créditos, celulares, planos pré-pagos, etc.), não contemplem cláusulas consideradas abusivas, conforme a normativa citada.

Neste caso, é formulada uma reprovação jurídica com os critérios de abusividade advertidos; a empresa apresenta sua defesa e, com posterioridade, a autoridade comina um prazo determinado ao fornecedor, através da emissão de um ato administrativo, para que remova as cláusulas consideradas, finalmente, abusivas.

Interpretação do contrato a favor do consumidor

O princípio básico da legislação consumerista a respeito da interpretação mais favorável ao consumidor se encontra tipificado no art. 3º da Lei nº 24.240, que prevê o seguinte:

“Art. 3º — Relação de consumo. Integração normativa. Preeminência.

(...)

As disposições desta lei se integram com as normas gerais e especiais aplicáveis às relações de consumo, em particular a Lei nº 25.156 de Defesa da Concorrência e a Lei nº 22.802 de Lealdade Comercial ou as que no futuro as substituírem. Em caso de dúvida sobre a interpretação dos princípios estabelecidos por esta lei, prevalecerá aquela que for mais favorável ao consumidor.

As relações de consumo são regidas pelo regime estabelecido nesta lei e suas normas regulamentares, sem prejuízo de que o fornecedor, pela atividade que desenvolve, seja abrangido por outra normativa específica.”

O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor

O prazo de arrependimento está contemplado na Lei nº 24.240 para a contratação de tipo domiciliária, ou seja, realizada fora do estabelecimento do fornecedor. A este tipo de contratação são assimiladas as contratações efetuadas pelo consumidor por meios eletrônicos, telefônicos ou similares.

Neste sentido, os arts. 32 a 34 preveem, especificamente:

DA VENDA DOMICILIÁRIA, POR CORRESPONDÊNCIA E OUTRAS

“Art. 32. — Venda domiciliária. É a oferta ou proposta de venda de um bem ou prestação de um serviço efetuada ao consumidor fora do estabelecimento do fornecedor. Também se entenderá que está compreendido dentro do conceito de venda domiciliária ou direta aquela contratação resultante de um chamamento feito ao consumidor ou usuário ao estabelecimento do fornecedor ou a outro lugar, quando o objetivo de tal convocatória seja total ou parcialmente distinto ao da contratação, ou se trate de um prêmio ou brinde.

O contrato deve ser instrumentalizado por escrito e com as precisões estabelecidas nos artigos 10 e 34 da presente lei.

Não se aplica o anteriormente disposto à compra e venda de bens perecíveis, recebidos pelo consumidor e pagos em dinheiro.”

“Art. 33. — Venda por Correspondência e outras. É aquela na qual a proposta é efetuada por meio postal, telecomunicações, eletrônico ou similar e a resposta se realiza por iguais meios.

Não se permitirá a publicação do número postal como domicílio.”

“Art. 34. — Revogação da aceitação. Nos casos previstos nos artigos 32 e 33 da presente lei, o consumidor tem direito a revogar a aceitação durante o prazo de DEZ (10) dias corridos, contados a partir da data na qual foi entregue o bem ou se tenha celebrado o contrato, utilizando-se o que ocorrer por último, sem responsabilidade alguma. Esta faculdade não pode ser dispensada, nem renunciada.

O vendedor deve informar por escrito o consumidor dessa possibilidade de revogação nos documentos que forem apresentados ao consumidor em razão da venda.

Tal informação deve ser incluída de forma clara e notória.

O consumidor deve colocar o bem à disposição do vendedor e os gastos de devolução correrão por conta deste último.”

Exemplo de utilização do direito de arrependimento: o consumidor contrata com a empresa TUTIEMPO, a utilização de imóvel destinado a *time sharing*, localizado na província argentina de Chubut. No sétimo dia, o consumidor consulta a *internet*, a fim de verificar os comentários a respeito do serviço brindado pela empresa. Para sua surpresa, todos os comentários eram desfavoráveis, logo, exercendo o seu direito de arrependimento, sem nenhuma responsabilidade incidente – previsto pela Lei de Defesa do Consumidor, no seu art. 34 – comunica-se com a empresa, para cancelar o contrato. A empresa informa o consumidor de que deverá pagar 40% do preço final, como cláusula penal pelo arrependimento, desconhecendo o direito referido.

Exemplo de compra realizada fora do estabelecimento comercial do fornecedor, por meio do comércio eletrônico: uma consumidora decide adquirir uma mesa de madeira, com 2 bancos, em razão do aniversário de seu sobrinho, que será celebrado dentro de uma semana; para isso, recorre à *internet* e encontra um modelo de seu agrado, no *site* Mercado Livre. O preço ofertado era de 665 pesos (para todos os modelos) e se anunciava: “entrega a combinar”. Para realizar a compra e seguindo as instruções, a consumidora teve que pressionar o botão “comprar”. Ato contínuo, escolheu como meio de pagamento o Cartão de Crédito, pagando a compra em duas parcelas, sem juros. No momento em que a consumidora quis combinar a entrega, a vendedora da empresa lhe comentou que a mesa e os dois bancos somente estariam prontos dentro de 15 dias. Cabe esclarecer que esta situação não estava publicada, ou seja, o que foi ofertado induziu a erro ou a engano o consumidor. Assim, diante das circunstâncias apresentadas, a consumidora solicitou a devolução do valor pago, já que a empresa descumpriu o seu dever de informação e os requisitos estabelecidos pela lei para a oferta de bens e serviços.

BRASIL

A PROTEÇÃO CONTRATUAL DOS CONSUMIDORES NO BRASIL



A evolução do conceito de contrato de consumo no país

A par da teoria tradicional de interpretação dos contratos que previa como princípio norteador o *pacta sunt servanda* (o contrato faz lei entre as partes), o Código de Defesa do Consumidor inaugurou um novo conceito de contrato de consumo, com o surgimento de uma nova teoria contratual estabelecida para as relações de consumo, adaptada com novos critérios.

Essa nova teoria dispõe que os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores caso estes não tenham tido a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance, consoante disposto no art. 46.

Ademais, de acordo com o art. 47, na interpretação dos contratos deve prevalecer a regra mais favorável ao sujeito vulnerável, assim disposto: “As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor” e integrada ao conceito de boa-fé objetiva (artigo 4º, I). Outros princípios estabelecidos são: princípio da conservação dos contratos (artigos 6º, V e 51, § 2º) em que diante de cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais, deve existir o direito do consumidor à revisão e o princípio da equivalência que visa o equilíbrio contratual entre as partes.

Os contratos de adesão

O CDC estatui no art. 54 ser o contrato de adesão:

“aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo”.

Ademais, o artigo 46 prevê de forma geral que os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo. É o caso do contrato firmado entre o consumidor e a operadora de plano de saúde.

Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão

O art. 51 do CDC dispõe que são nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;

II - subtraiam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;

III - transfiram responsabilidades a terceiros;

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

V - (Vetado);

VI - estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;

VII - determinem a utilização compulsória de arbitragem;

VIII - imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;

IX - deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;

X - permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral;

XI - autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;

XII - obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor;

XIII - autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;

XIV - infringam ou possibilitem a violação de normas ambientais;

XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;

XVI - possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias”.

O controle administrativo é realizado pelos órgãos de defesa do consumidor mediante análise do instrumento contratual, oportunidade em que constatada a presença de cláusula abusiva ela será declarada nula e o restante do instrumento contratual preservado. Cite-se como exemplo a alteração, pelo fornecedor, no contrato de adesão, da cláusula de eleição de foro do domicílio do consumidor.

Interpretação do contrato a favor do consumidor

O art. 47 do CDC, do Capítulo VI, é responsável por tratar da proteção contratual estabelece que: “As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor”. Cite-se, como exemplo, o caso da entrega de um produto em 30 (trinta) dias corridos e não em 30 (trinta) dias úteis, por ser o entendimento mais favorável ao consumidor

O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor.

O direito de arrependimento do contrato em compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor encontra-se previsto no artigo 49, podendo ser exercido no prazo de 7 dias, nos seguintes termos:

“O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio”.

Exemplo de utilização do direito de arrependimento: é o período de 07 (sete) dias que o consumidor tem para desistir da compra ou contratação realizada fora do estabelecimento comercial, a partir do contato físico com o produto ou serviço, pois não teve a oportunidade de avaliar previamente o que contratou, como nas compras realizadas pela *Internet* ou por telefones. O mesmo acontece quando o consumidor compra um produto através de catálogo de vendas, e, o produto adquirido não atende às suas expectativas quando da entrega.

Exemplo de compra realizada fora do estabelecimento comercial: toda relação de consumo formalizada por meio da *Internet*, como *sites* de compras ou aplicativos de celulares.

PARAGUAI

A PROTEÇÃO CONTRATUAL DOS CONSUMIDORES NO PARAGUAI



A evolução do conceito de contrato de consumo no país

No sistema legislativo paraguaio, antes da promulgação da Lei nº 1.334/98 de Defesa do Consumidor e Usuário, todas as relações de consumo e contratuais eram dirimidas no âmbito civil, até a implementação efetiva da normativa antes mencionada, prevendo-se alguns princípios fundamentais de proteção ao consumidor, nos arts. 27 e 28 da Lei nº 1.334/98.

Os contratos de adesão

Dentro da normativa de Defesa do Consumidor e Usuário, na República do Paraguai, os contratos de adesão carecem de uma regulação específica. Não obstante, encontra-se prevista a sua revisão com relação às possíveis cláusulas abusivas que puderem conter, que são transcritas a continuação.

Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão

A proteção referida está regulada nos arts. 24 a 28 da lei. Vejamos:

PROTEÇÃO CONTRATUAL

Art. 24.- “Se entenderá por contrato de adesão aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de bens ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente o seu conteúdo ao momento de contratar.”

Art. 25 - “Todo contrato de adesão, apresentado em formulário, em série ou mediante qualquer outro procedimento similar, deverá ser redigido com caracteres legíveis e com termos claros e compreensíveis para o consumidor.”

Art. 26 - “O consumidor terá direito a retratar-se dentro de um prazo de sete dias contados da assinatura do contrato ou desde o recebimento do produto ou serviço, quando o contrato tiver sido celebrado fora do estabelecimento comercial, especialmente se foi celebrado por telefone ou no domicílio do consumidor.

Caso exercite oportunamente este direito, serão restituídos ao consumidor os valores cancelados, devidamente atualizados, sempre que o serviço ou o produto não houver sido utilizado ou não houver sofrido deterioro.”

Art. 27 – “As cláusulas contratuais serão interpretadas da maneira mais favorável ao consumidor.”

Art. 28 – “Serão consideradas abusivas e nulas de pleno direito, sem que possam ser opostas ao consumidor, as cláusulas ou estipulações que:

Desnaturalizem as obrigações ou que eliminem ou restrinjam a responsabilidade por danos;

Importem em renúncia ou restrição dos direitos do consumidor ou ampliem os direitos da outra parte;

Contenham qualquer preceito que imponha a inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;

Imponham a utilização obrigatória da arbitragem;

Permitam ao fornecedor a variação unilateral do preço ou de outras condições do contrato;

Violem ou infrinjam normas do meio ambiente;

Impliquem em renúncia do consumidor ao direito de ser ressarcido ou reembolsado de qualquer despesa que esteja legalmente a cargo do fornecedor; e,

Imponham condições injustas de contratação, exageradamente gravosas ao consumidor, ou que o deixem indefeso.”

Interpretação do contrato a favor do consumidor

Esta orientação está prevista no art. 27 da Lei nº 1.334/98 de Defesa do Consumidor e Usuário. Vejamos: “as cláusulas contratuais serão interpretadas da maneira mais favorável ao consumidor.”

O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor

O prazo de arrependimento está contemplado na Lei nº 1.334/98, no seu art. 26, conforme o qual:

Art. 26 - “O consumidor terá direito a retratar-se dentro de um prazo de sete dias contados da assinatura do contrato ou desde o recebimento do produto ou serviço, quando o contrato tiver sido celebrado fora do estabelecimento comercial, especialmente se foi celebrado por telefone ou no domicílio do consumidor.

Caso exercite oportunamente este direito, serão restituídos ao consumidor os valores cancelados, devidamente atualizados, sempre que o serviço ou o produto não houver sido utilizado ou não houver sofrido deterioro.”



PERU

A PROTEÇÃO CONTRATUAL DOS CONSUMIDORES NO PERU



A evolução do conceito de contrato de consumo no país

O Código define, por primeira vez, o conceito de contrato de consumo, como sendo aquele que tem como objeto uma relação jurídica patrimonial, na qual intervém um consumidor e um fornecedor, para a aquisição de produtos ou serviços em troca de uma contraprestação econômica (ver art. 45 do Código).

Do mesmo modo, se especifica, no mesmo dispositivo legal, que o conteúdo da oferta, promoção ou publicidade, as características e funções próprias do produto ou serviço e as condições e garantias oferecidas obrigam os fornecedores e são exigíveis pelos consumidores, ainda quando não figurem no contrato celebrado ou no documento ou comprovante recebido.

Os contratos de adesão

Com relação ao tema, o Código, no seu art. 48, especifica que, nos contratos de consumo celebrados por adesão ou com cláusulas gerais de contratação, deverão ser observados os seguintes requisitos:

“a. Concretude, clareza e simplicidade na redação, com a possibilidade de compreensão direta, sem reenvio a textos ou documentos que não forem disponibilizados prévia ou simultaneamente à conclusão do contrato, e aos que, em qualquer caso, se deva fazer referência expressa no documento contratual.

b. Acessibilidade e legibilidade, de forma que se permita ao consumidor e usuário o conhecimento prévio do conteúdo do contrato, antes de sua assinatura.

c. Boa-fé e equilíbrio necessário nos direitos e obrigações das partes, o que exclui, em qualquer caso, a utilização de cláusulas abusivas.”

Adicionalmente, nos contratos de adesão se considerará cláusula abusiva (inexigível) a toda e qualquer estipulação não negociada individualmente que, contrariamente às

exigências da boa-fé, coloque o consumidor numa situação de desvantagem ou de desigualdade ou que anule os seus direitos (ver art. 49 do Código).

Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão

Conforme destacamos anteriormente, nos contratos de adesão e nas cláusulas gerais de contratação que não forem aprovadas administrativamente, serão consideradas cláusulas abusivas e, portanto, inexigíveis, todas as estipulações não negociadas individualmente que, contrariando às exigências da boa-fé, coloquem o consumidor numa situação de desvantagem ou de desigualdade ou que anulem os seus direitos. Cabe destacar que o fato de que certos elementos de uma cláusula ou que uma cláusula isolada se tenha negociado individualmente, não exclui a aplicação das normas sobre cláusulas abusivas ao restante do contrato. Neste sentido, o fornecedor que afirmar que uma determinada cláusula foi negociada individualmente assume o ônus da prova, conforme dispõe o art. 49 do Código mencionado.

Finalmente, o Código, no seu art. 52, indica que as cláusulas abusivas ineficazes não deverão ser aplicadas pela autoridade administrativa.

Interpretação do contrato a favor do consumidor

O Código reconhece uma série de princípios aos quais se sujeita. Um deles é o Princípio Pro Consumidor, segundo o qual, em caso de dúvida, que não possa ser solucionada com base no contrato de adesão ou no contrato celebrado a partir de cláusulas gerais de contratação, o instrumento negocial deve ser interpretado no sentido mais favorável ao consumidor (ver art. V da norma referida).

O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor

Somente nos casos nos quais o fornecedor haja incorrido em métodos comerciais agressivos ou enganosos – independentemente do lugar no qual se realizou a compra – o Código, no

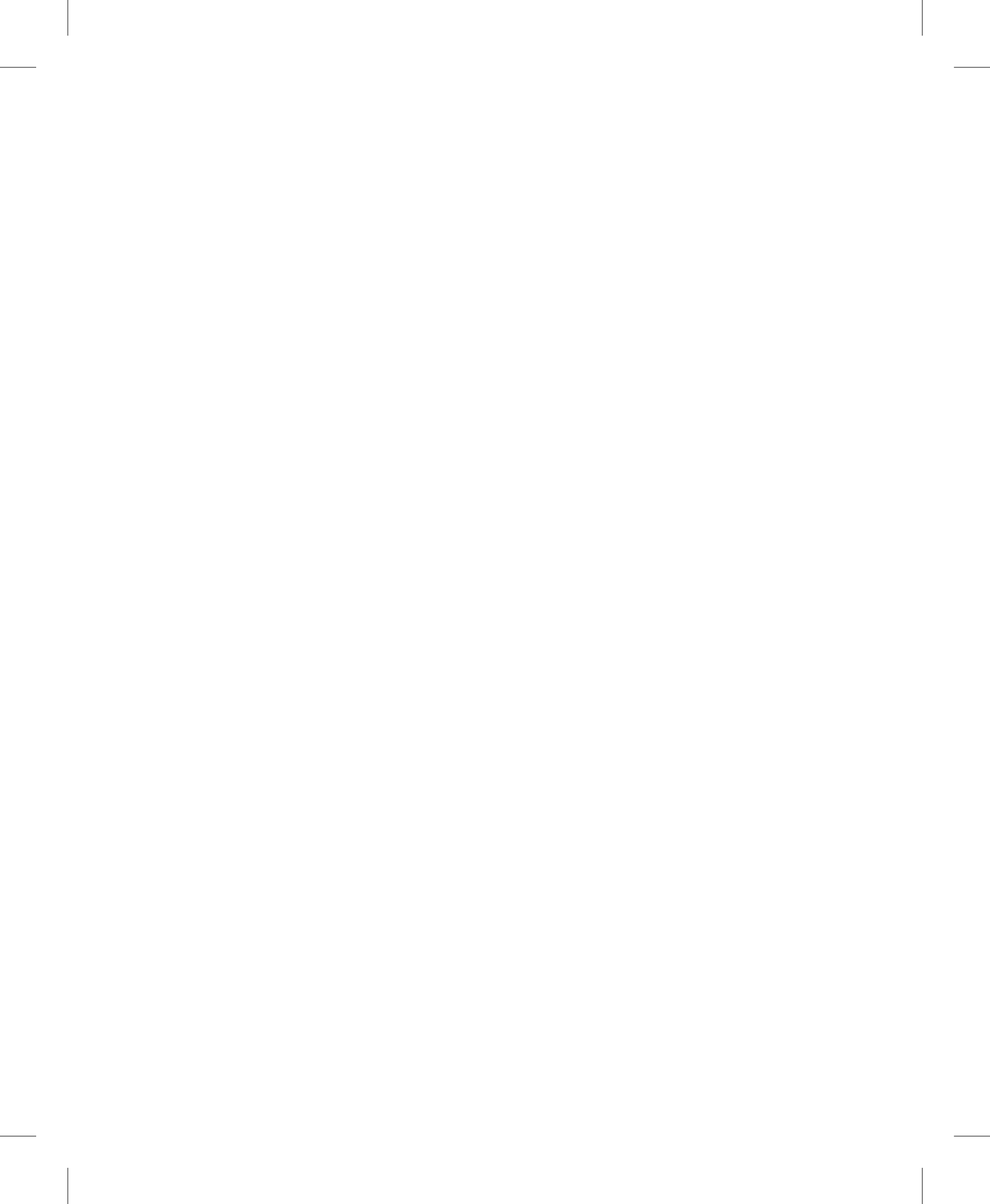
seu art. 59, reconhece o direito ao reembolso. Sendo assim, nestes casos, o consumidor tem direito ao reembolso imediato das prestações objeto do contrato de consumo.

Com a finalidade de exercer tal direito, o consumidor conta com um prazo de sete (7) dias para comunicar ao fornecedor, de forma comprovável, a sua decisão, o que gerará ao fornecedor a obrigação de proceder à devolução dos produtos recebidos ou a interrupção do serviço contratado.

O prazo para exercer o direito de reembolso será contado a partir do dia no qual se efetivou a contratação do produto ou serviço, ou a partir do dia do seu recebimento ou início da sua execução, o que ocorrer depois. Corresponde ao consumidor provar o requisito que sustenta o seu direito à restituição.

O exercício do direito referido, conforme dispõe o art. 60 do Código, não implica, para o consumidor, na redução do montante a ser devolvido, se efetuou um uso normal do produto ou do serviço, salvo que se tenha gerado um manifesto deterioro ou uma perda no seu valor.

Finalmente, é nula a renúncia antecipada ao direito de reembolso.



URUGUAI

A PROTEÇÃO CONTRATUAL DOS CONSUMIDORES NO URUGUAI



A evolução do conceito de contrato de consumo no país

Não existe uma posição a este respeito, salvo no que se refere às características especiais do contrato de consumo, com relação à relativização do princípio *Pacta Sunt Servanda* e a consideração da oferta como parte integrante do contrato.

A publicidade integra a oferta e forma parte do contrato (arts. 12 e 14 da Lei nº 17.250) que é celebrado entre o fornecedor e o consumidor, com efeito vinculante. Desta forma, se incorpora a regulação à fase pré-contratual ou de tratativas que não eram objeto de obrigações contratuais no Direito Civil.

Exemplo de contrato: o acordo entre o consumidor e o fornecedor, com o qual são pactuadas as condições de um serviço de televisão que o fornecedor brindará ao consumidor em função do pagamento de uma taxa mensal.

Os contratos de adesão

Estes contratos estão regulados nos arts. 28 e 29 da lei de defesa do consumidor.

Vejamos:

“Art. 28. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas ou condições tenham sido estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor tenha podido discutir, negociar ou modificar substancialmente o seu conteúdo.

Nos contratos escritos, a inclusão de cláusulas adicionais às pré-estabelecidas não modifica a natureza do contrato de adesão.”

“Art. 29. Os contratos de adesão serão redigidos em idioma espanhol, com termos claros e com caracteres facilmente legíveis, de modo tal que facilitem a compreensão do consumidor.”

Proteção contra cláusulas abusivas e o controle administrativo dos contratos de adesão

O art. 30 da lei de defesa do consumidor estabelece a noção de cláusula abusiva e o art. 31 estabelece em caráter enunciativo (não taxativo) uma lista de cláusulas que são consideradas abusivas. Vejamos:

“Art. 30. É abusiva pelo seu conteúdo e pela sua forma toda cláusula que determine desequilíbrios claros e injustificados entre os direitos e obrigações dos contratantes, em prejuízo dos consumidores, assim como toda aquela que viole a obrigação de atuar de boa fé. A apreciação do caráter abusivo das cláusulas não referirá o produto ou serviço, nem o preço ou contraprestação do contrato, sempre que tais cláusulas se redatem de maneira clara e compreensível.”

“Art. 31. São consideradas cláusulas abusivas, sem prejuízo de outras, as seguintes:

- a) As cláusulas que exonerem ou limitem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos ou serviços, salvo que uma norma de direito o habilite ou ocorra qualquer outra causa justificada;*
- b) As cláusulas que impliquem em renúncia dos direitos do consumidor;*
- c) As cláusulas que autorizem o fornecedor a modificar os termos do contrato;*
- d) A cláusula resolutória pactuada exclusivamente a favor do fornecedor. A inclusão da mesma deixa a salvo a opção pelo cumprimento do contrato;*
- e) As cláusulas que contenham qualquer preceito que imponha a carga da prova em prejuízo do consumidor, quando legalmente não corresponda;*
- f) As cláusulas que impuserem representantes ao consumidor;*
- g) As cláusulas que impliquem em renúncia do consumidor ao direito de ser ressarcido ou reembolsado de qualquer despesa que estiver legalmente a cargo do fornecedor;*
- h) As cláusulas que estabelecerem que o silêncio do consumidor se considerará como aceitação de qualquer modificação, restrição ou ampliação do pactuado no contrato.*

A inclusão de cláusulas abusivas dá direito ao consumidor a exigir a nulidade das mesmas e em tal caso o juiz integrará o contrato. Se, feito isso, o juiz considerar que o conteúdo integrado do contrato carece de causa, poderá declarar a nulidade do mesmo.”



São controlados, especialmente, os contratos de cartão de crédito, porque há uma previsão estabelecida no Decreto nº 78/2002³ a este respeito. Este controle é feito em forma conjunta com o Banco Central do Uruguai, porque este detém a competência primária de controle sobre as instituições de intermediação financeira. Com relação aos demais contratos não se realiza um controle administrativo.

Interpretação do contrato a favor do consumidor

Do inciso segundo do art. 13 da Lei nº 17.250, que regula a oferta, se extrai um princípio de interpretação a favor do consumidor, aplicável também aos contratos e não somente à oferta. Este inciso estabelece que: *“quando na oferta se derem duas ou mais informações contraditórias, prevalecerá a mais favorável ao consumidor”*.

O direito de arrependimento (prazo de reflexão), com relação às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor

O direito de arrependimento está previsto no art. 16 da Lei nº 17.250 e no art. 6º do Decreto nº 244/2000, de 23/08/2000, que regulamentou a lei referida. Suas disposições contemplam o seguinte:

Lei nº 17.250

“Art. 16. A oferta de produtos ou serviços que se realize fora do local empresarial, por meio postal, telefônico, televisivo, informático ou similar, dá direito ao consumidor que a aceitou a rescindir ou resolver 'ipso iure' o contrato. O consumidor poderá exercer tal direito dentro dos cinco dias úteis contados desde a formalização do contrato ou da entrega do produto, a sua opção, sem nenhuma responsabilidade de sua parte. A opção pela rescisão ou resolução do contrato deverá ser comunicada ao fornecedor por qualquer meio confiável.

³ Este Decreto, de 06/03/2002 teve a sua redação alterada pelo Decreto nº 452/2002, de 20/11/2002.

Quando a oferta de serviços se realizar em locais adaptados à finalidade de ofertar, o consumidor poderá rescindir ou resolver o contrato nos termos dispostos no inciso primeiro do presente artigo.

Se o consumidor exercer o direito a resolver ou rescindir o contrato deverá proceder à devolução do produto ao fornecedor, sem uso, no mesmo estado no qual foi recebido, salvo o concernente à comprovação de funcionamento do mesmo.

Por sua parte, o fornecedor deverá restituir imediatamente ao consumidor tudo o que este houver pagado. A demora na restituição dos importes pagos pelo consumidor, dará lugar a que este exija a atualização do montante a restituir. Cada parte deverá comprometer-se com os custos de restituição da prestação recebida. Nos casos nos quais o consumidor rescindir ou resolver o contrato de conformidade às previsões precedentes, ficarão sem efeito as formas de pagamento diferido das prestações emergentes de tal contrato, que este tenha instrumentalizado através de cartões de crédito ou similares. Bastará, para tal efeito, que o consumidor comunique às emissoras dos referidos cartões o exercício da opção de resolução ou rescisão do contrato.

No caso de serviços parcialmente prestados, o consumidor pagará somente por aquela parte que tenha sido executada e se o serviço foi pago antecipadamente, o fornecedor devolverá imediatamente o montante correspondente à parte não executada. A demora na restituição dos importes pagos pelo consumidor dará lugar a que este exija a atualização do montante a restituir. Aplicar-se-á, no que for pertinente, o disposto no parágrafo final do inciso anterior do presente artigo.

Em todos os casos o fornecedor deverá informar o domicílio de seu estabelecimento comercial ou o seu próprio domicílio, sendo insuficiente indicar somente a caixa postal ou similar.”

Decreto nº 244/000

“Art. 6º. “A oferta de serviços em locais adaptados à finalidade de ofertar a que se refere o artigo 16, inciso 2 da Lei que regulamenta é aquela que resulta de uma convocatória realizada ao consumidor pelo fornecedor, quando o objeto de tal convocatória for distinto do da contratação realizada ou quando a contratação se realize como resultado da utilização de práticas de comercialização compulsivas ou coercitivas. Aos efeitos do citado artigo, a devolução do produto, sem uso e no mesmo estado no qual foi recebido, deverá ser realizada de forma simultânea à restituição do valor pago. Se o preço houver sido pago mediante cartão de crédito ou similar, a comunicação estabelecida no inciso 3, in fine, do citado artigo deverá ser realizada por meio confiável e ser acreditada ante à emissora do cartão. No caso de serviços parcialmente prestados, o cancelamento da forma de pagamento diferido

das prestações emergentes do contrato que o consumidor tiver instrumentalizado através de cartões de crédito ou similares procederá uma vez que o consumidor tenha pago a porção correspondente ao serviço utilizado.”

Exemplo de uso do direito de arrependimento: o consumidor tem o prazo de 5 dias úteis, contados a partir da entrega de uma faixa para a redução da gordura abdominal e que adquiriu por telefone ao ver a oferta na televisão, para deixar sem efeito a compra e obter o reembolso do valor pago.

Exemplo de uma compra realizada fora do estabelecimento comercial do fornecedor, por meio do comércio eletrônico: reserva, por *internet*, de um quarto num hotel.

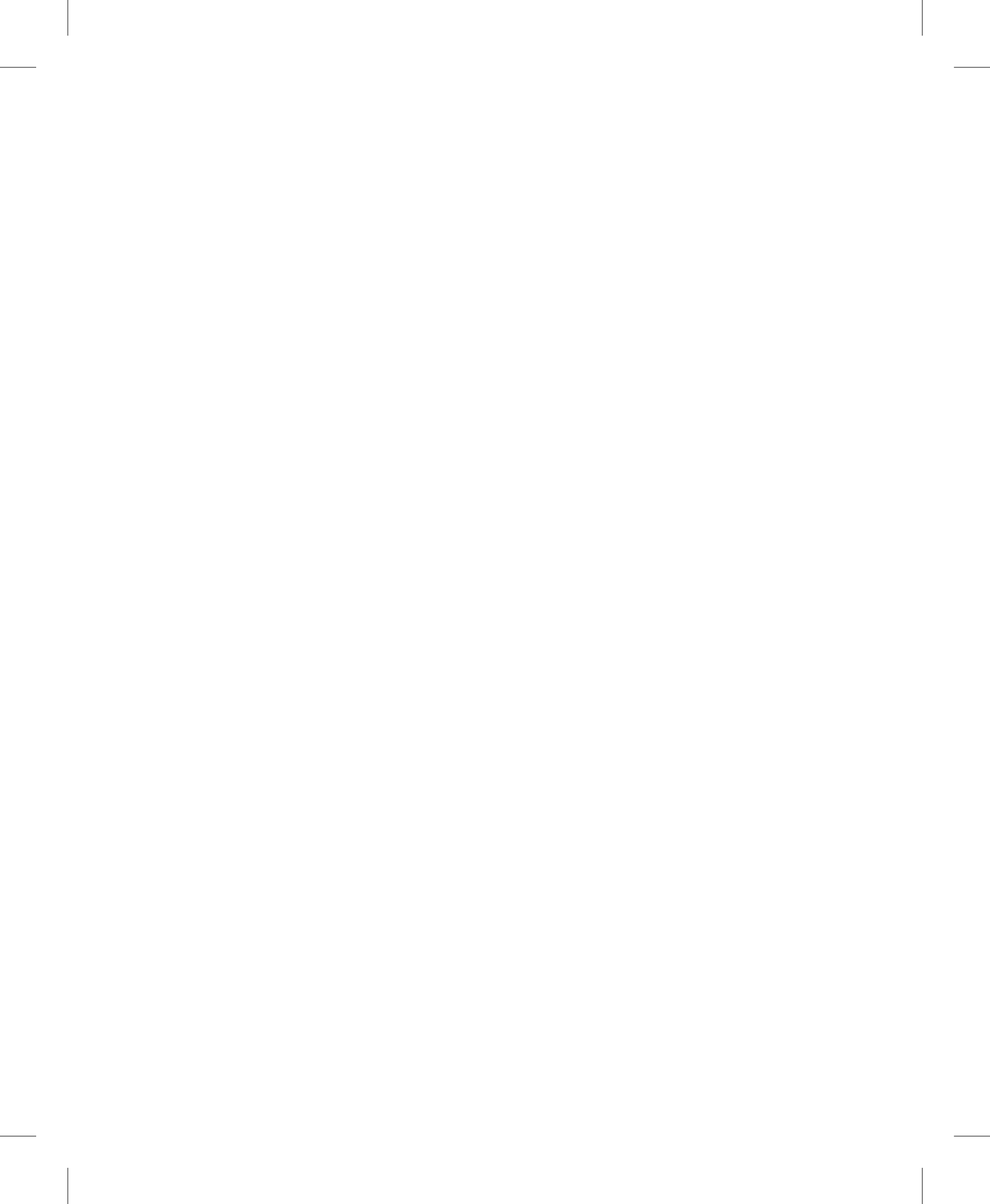


MANUAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR MERCOSUL E PERU



MERCOSUL

ESCOLA MERCOSUL DE DEFESA DO CONSUMIDOR



SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN EL MERCOSUR | 219

El Comité Técnico N. 7 | 221

Las principales legislaciones de protección del consumidor en el Mercosur | 221

El Sistema Mercosur de Defensa del Consumidor (SMDC) y el Estatuto de la Ciudadanía del Mercosur | 224

CAPÍTULO 2 - SISTEMAS NACIONALES DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR | 227

ARGENTINA

- Fundamento constitucional de la defensa del consumidor | 229
- La base legal de la protección del consumidor | 230
- La estructura del sistema de defensa del consumidor | 230
- La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos | 231
- Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones | 231
- Las asociaciones civiles de consumidores | 232
- Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor | 234
- Sanciones administrativas previstas para punir al proveedor | 235
- Procedimiento judicial a disposición del consumidor | 235
- Sanciones penales previstas para la punición del proveedor | 236
- El arbitraje de consumo | 237

BRASIL

- Fundamento constitucional de la defensa del consumidor | 239
- La base legal de la protección del consumidor | 239
- La estructura del sistema de defensa del consumidor | 240
- La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos | 240
- Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones | 241
- Las asociaciones civiles de consumidores | 244
- Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor | 245
- Sanciones administrativas previstas para punir al proveedor | 246
- Procedimiento judicial puesto a disposición del consumidor | 246

- Sanciones penales previstas para la punición del proveedor | 247
- El arbitraje de consumo | 249

PARAGUAY

- Fundamento constitucional de la defensa del consumidor | 251
- La base legal de la protección del consumidor | 251
- La estructura del sistema de defensa del consumidor | 251
- La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos | 253
- Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones | 253
- Las asociaciones civiles de consumidores | 254
- Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor | 255
- Sanciones administrativas previstas para punir al proveedor | 258
- Procedimiento judicial a disposición del consumidor | 261
- Sanciones penales previstas para la punición del proveedor | 261
- El arbitraje de consumo | 261

PERÚ

- Fundamento constitucional de la defensa del consumidor | 265
- La base legal de la protección del consumidor | 265
- La estructura del sistema de defensa del consumidor | 265
- La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos | 266
- Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones | 266
- Las asociaciones civiles de consumidores | 269
- Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor | 271
- Sanciones administrativas previstas para punir al proveedor | 271
- Procedimiento judicial a disposición del consumidor | 272
- Sanciones penales previstas para la punición del proveedor | 272
- El arbitraje de consumo | 273

URUGUAY

- Fundamento constitucional de la defensa del consumidor | 275
- La base legal de la protección del consumidor | 275
- La estructura del sistema de defensa del consumidor | 276
- La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos | 276

- Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones | 276
- Las asociaciones civiles de consumidores | 277
- Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor | 277
- Sanciones administrativas previstas para punir al proveedor | 278
- Procedimiento judicial a disposición del consumidor | 278
- Sanciones penales previstas para la punición del proveedor | 278
- El arbitraje de consumo | 278

CAPÍTULO 3 - PRINCIPIOS, CONCEPTOS Y DERECHOS BASICOS DE DEFENSA DEL CONSUMIDORES | 279

ARGENTINA

- La noción de vulnerabilidad del consumidor | 281
- Concepto de consumidor | 281
- Concepto de proveedor | 282
- Concepto de producto | 283
- Concepto de servicio | 283
- Concepto de servicios públicos | 283
- Concepto de relación de consumo | 287
- Derechos básicos del consumidor | 287

BRASIL

- La noción de vulnerabilidad del consumidor | 289
- Concepto de consumidor | 290
- Concepto de proveedor | 291
- Concepto de producto | 291
- Concepto de servicio | 292
- Concepto de servicios públicos | 292
- Concepto de relación de consumo | 292
- Derechos básicos del consumidor | 293

PARAGUAY

- La noción de vulnerabilidad del consumidor | 295
- Concepto de consumidor | 295
- Concepto de proveedor | 295

- Concepto de producto|296
- Concepto de servicio|296
- Concepto de servicios públicos|296
- Concepto de relación de consumo|298
- Derechos básicos del consumidor|299

PERÚ

- La noción de vulnerabilidad del consumidor|301
- Concepto de consumidor|301
- Concepto de proveedor|302
- Concepto de producto|302
- Concepto de servicio|302
- Concepto de servicios públicos|303
- Concepto de relación de consumo|303
- Derechos básicos del consumidor|304

URUGUAY

- La noción de vulnerabilidad del consumidor|307
- Concepto de consumidor|307
- Concepto de proveedor|307
- Concepto de producto|308
- Concepto de servicio|308
- Concepto de servicios públicos|308
- Concepto de relación de consumo|308
- Derechos básicos del consumidor|309

CAPÍTULO 4 - PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD |311

ARGENTINA

- Protección de la salud y de la seguridad del consumidor|313
- Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor|314
- Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado|314
- Red de consumo seguro y salud (RCSS)|315

BRASIL

- Protección de la salud y de la seguridad del consumidor|317
- Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor|317
- Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado|318
- Red de consumo seguro y salud (RCSS)|318

PARAGUAY

- Protección de la salud y de la seguridad del consumidor|319
- Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor|320
- Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado|320
- Red de consumo seguro y salud (RCSS)|321

PERÚ

- Protección de la salud y de la seguridad del consumidor|323
- Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor|323
- Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado|323
- Red de consumo seguro y salud (RCSS)|324

URUGUAY

- Protección de la salud y de la seguridad del consumidor|325
- Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor|326
- Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado|326
- Red de consumo seguro y salud (RCSS)|326

CAPÍTULO 5 - RESPONSABILIDAD CIVIL |327

ARGENTINA

- Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo|329

- El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos | 330

BRASIL

- Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo | 333
- El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos | 333

PARAGUAY

- Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo | 335
- El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos | 336

PERÚ

- Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo | 339
- El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos | 339

URUGUAY

- Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo | 341
- El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos | 341

CAPÍTULO 6 - OFERTA Y PUBLICIDAD | 343

ARGENTINA

- La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país | 345
- La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa | 346

BRASIL

- La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país | 347
- La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa | 347

PARAGUAY

- La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país | 349
- La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa | 350

PERÚ

- La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país | 351
- La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa | 352

URUGUAY

- La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país | 353
- La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa | 356

CAPÍTULO 7 - PRÁCTICAS ABUSIVAS | 359

ARGENTINA

- La prohibición de la realización de prácticas abusivas | 361
- El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor | 362

BRASIL

- La prohibición de la realización de prácticas abusivas | 363
- El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor | 364

PARAGUAY

- La prohibición de la realización de prácticas abusivas | 365
- El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor | 365

PERÚ

- La prohibición de la realización de prácticas abusivas | 367
- El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor | 369

URUGUAY

- La prohibición de la realización de prácticas abusivas|371
- El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor|372

CAPÍTULO 8 - BANCOS DE DATOS DE CONSUMO |373

ARGENTINA

- Banco de datos de consumo|375
- Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos|375

BRASIL

- Banco de datos de consumo|377
- Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos|378

PARAGUAY

- Banco de datos de consumo|379
- Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos|379

PERÚ

- Banco de datos de consumo|381
- Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos|381

URUGUAY

- Banco de datos de consumo|383
- Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos|383

CAPÍTULO 9 - PROTECCIÓN CONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES |385

ARGENTINA

- La evolución del concepto de contrato de consumo en el país|387
- Los contratos de adhesión|388

- Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión |388
- Interpretación del contrato a favor del consumidor |390
- El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor |390

BRASIL

- La evolución del concepto de contrato de consumo en el país |393
- Los contratos de adhesión |393
- Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión |394
- Interpretación del contrato a favor del consumidor |395
- El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor |395

PARAGUAY

- La evolución del concepto de contrato de consumo en el país |397
- Los contratos de adhesión |397
- Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión |397
- Interpretación del contrato a favor del consumidor |399
- El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor |399

PERÚ

- La evolución del concepto de contrato de consumo en el país |401
- Los contratos de adhesión |401
- Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión |402
- Interpretación del contrato a favor del consumidor |402
- El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor |402

URUGUAY

- La evolución del concepto de contrato de consumo en el país |405
- Los contratos de adhesión |405
- Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos

de adhesión |406

- Interpretación del contrato a favor del consumidor |407
- El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor |407

REFERÊNCIA BIBLIOGRAFICA |411

CAPÍTULO I
LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR
EN EL MERCOSUR





CAPÍTULO 1 – LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN EL MERCOSUR

El Comité Técnico N. 7

El Comité Técnico nº 7 es el comité específico, creado en el ámbito del MERCOSUR, para tratar del tema de la protección y defensa de los consumidores.

Es, por lo tanto, el Comité oficial del cual participan los órganos nacionales de defensa del consumidor, en la discusión de políticas y acciones, con el objetivo de mejorar y desarrollar la protección y defensa de los consumidores intra bloque.

De este modo, presenta como finalidad principal el intercambio de informaciones sobre materia específica, entre las autoridades de aplicación de la normativa de defensa del consumidor de cada uno de los Estados Partes. Las reuniones ocurren anualmente, de forma regular.

Para poner en práctica los objetivos mencionados, en el ámbito del CT N. 7 son discutidos, entre otros temas:

1. Propuestas para la armonización de las normas existentes;
2. Acciones de protección y defensa de los consumidores;
3. El intercambio de informaciones respecto a las políticas y proyectos desarrollados por los Estados;
4. La elaboración de marcos normativos;
5. Acciones de educación sobre protección y defensa del consumidor;
6. Tareas con el objetivo de profundizar la integración y mejorar los derechos e intereses de los consumidores de la región.

Las principales legislaciones de protección del consumidor en el MERCOSUR

Una de las funciones del Grupo del Mercado Común (CMC), atribuida en virtud de la creación del bloque, es la realización de un estudio comparativo entre las legislaciones existentes en los países que lo integran.

Con la creación de la Comisión de Comercio del MERCOSUR (CCM), en 1994, por medio del Protocolo de Ouro Preto, surgieron, finalmente, los primeros documentos que hacen

referencia al tema de la protección del consumidor. Ejemplo de lo expuesto lo constituye la Resolución nº 126/1994, que establece que hasta que no sea aprobado un reglamento común de defensa del consumidor en el MERCOSUR, cada Estado Parte aplicará su propia legislación interna a los productos y servicios que fueren comercializados en su territorio.

Por medio de la Recomendación nº 1/1996, del CT N. 7, en diciembre de 1996, fue aprobada la Resolución nº 123/1996, que dispone sobre la armonización de conceptos aplicados a la normativa de defensa del consumidor en el MERCOSUR. El referido documento estandariza los conceptos de consumidor, proveedor, relación de consumo, producto y servicio en el ámbito del bloque. Teniendo en cuenta la necesidad de actualizar conceptos básicos relacionados a la protección del consumidor en el MERCOSUR, en 2011, fue aprobada la Resolución nº 34/2011 que, además de los conceptos referidos, dispone acerca del deber de informar y de la oferta vinculante. En este sentido, por ejemplo, la Resolución nº 34/2011 define “consumidor” como siendo toda persona física o jurídica, que adquiere o utiliza productos o servicios de forma gratuita u onerosa, como destinatario final, en una relación de consumo o como consecuencia o en función de ella. No se considera consumidor a aquel que sin constituirse en destinatario final adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios a fin de integrarlos como insumo directo a otros productos o servicios en el proceso de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros; y “proveedor” como siendo toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, privada o pública, y en este último caso, estatal o no estatal, así como los entes despersonalizados de la Administración Pública de los Estados Partes, que desarrollen de manera profesional, aunque ocasionalmente, actividades de fabricación, producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, distribución y/o comercialización de productos y/o servicios.

Por otro lado, respecto a los alertas sobre salud y seguridad de los productos en el MERCOSUR, es importante mencionar el Proyecto de Resolución nº 1/2002, que previó mecanismos para que los Estados Partes se comuniquen entre si por cualquier problema – que suceda en un Estado Parte – con un producto o servicio, que pueda causar daño al consumidor, para que este sea comunicado a los demás Estados, con la finalidad de prevenir o adoptar medidas pertinentes para evitarlo o minimizar los riesgos para el consumidor.

En 2010, fue instituido el Plan de Acción para la conformación progresiva de un Estatuto de la Ciudadanía del MERCOSUR. En el área específica, bajo la responsabilidad del CT N. 7, fue establecida la creación de un Sistema MERCOSUR de Defensa del Consumidor, compuesto por:

- a) Sistema MERCOSUR de Informaciones de Defensa del Consumidor;

- b) Acción regional de capacitación – Escuela MERCOSUR de Defensa del Consumidor; y
- c) Norma MERCOSUR aplicable a los contratos internacionales de consumo. Aún en este ámbito, el equipo del CT N. 7 ha trabajado en la armonización de reglas en la áreas de servicios de turismo, salud y seguridad del consumidor.

Conviene destacar que, por medio del acuerdo de cooperación técnica, Brasil comparte con Uruguay y Perú (miembro asociado al MERCOSUR), el Sistema Nacional de Informaciones de Defensa del Consumidor (SINDEC). Con el objetivo de transferir tecnología de la información para los países integrantes del bloque, Brasil y Uruguay firmaron, en 2011, el Acuerdo de Cooperación para la transferencia de conocimiento y tecnología del Sistema Nacional de Informaciones de Defensa del Consumidor (SINDEC). El acuerdo permite el intercambio de informaciones de modo a posibilitar la integración de las acciones de defensa del consumidor en el ámbito del MERCOSUR.

En lo que se refiere a la acción de capacitación, el CT N. 7 ha trabajado en la creación del curso de capacitación para los servidores de los Estados miembros y asociados, en el área de protección y defensa del consumidor.

Por fin, con relación a la norma MERCOSUR aplicable a los contratos internacionales de consumo, la propuesta de Acuerdo sobre normas aplicables a los contratos internacionales de consumo está pendiente de apreciación por el GMC. Este proyecto fue aprobado entre Brasil, Argentina y Uruguay. Este acuerdo tiene como objetivo la protección al consumidor por medio de la adopción de reglas comunes sobre el derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo, contratos entre proveedores de bienes o prestadores de servicios y consumidores o usuarios, en la región. La importancia del Acuerdo se da por el hecho de asegurar la aplicación del derecho más favorable a los consumidores de los países miembros del bloque, por establecer que los contratos internacionales celebrados en el área de consumo, estando el consumidor en el Estado de su domicilio, especialmente en el caso de la contratación a la distancia, se rijan por el derecho elegido por las partes, las cuales pueden optar por el derecho del domicilio del consumidor, del local de celebración o cumplimiento del contrato o de la sede del proveedor de los productos o servicios. Es decir, el derecho elegido será aplicable, siempre que fuere más favorable al consumidor.

Por otro lado, es dable destacar que el CT N. 7 es, sin lugar a dudas, un foro importante para el incentivo y la creación de instrumentos de cooperación en el ámbito de la protección y defensa de los consumidores. Cabe destacar, aquí, algunos de los instrumentos de

cooperación más importantes, tales como el “*Acuerdo Interinstitucional de entendimiento entre los organismos de defensa del consumidor de los Estados Partes del MERCOSUR para la defensa del consumidor visitante*”, de 2004. Este Acuerdo está permitiendo que sean atendidos los pedidos de los consumidores visitantes de cada Estado, cuando visitan a otro del MERCOSUR y tienen algún problema con la relación de consumo, en cooperación y colaboración con cada una de las autoridades de aplicación de la ley de protección al consumidor de cada Estado Parte.

Respecto al tema, es importante mencionar el Proyecto Piloto de Atención al Consumidor Turista y Visitante, del cual participan las ciudades de Buenos Aires, Montevideo, Punta del Este, Río de Janeiro y San Pablo. Por medio de este Proyecto, se hace posible la atención a los consumidores turistas y visitantes para que solucionen sus demandas de consumo. Tal procedimiento se hace posible en virtud de la implementación en los órganos de defensa del consumidor de cada país, de un formulario estandarizado, que debe ser llenado por el consumidor turista que tuviere algún problema de consumo durante su estadía en el país visitante. Los formularios están disponibles en los sitios electrónicos de las entidades participantes. El órgano de protección al consumidor del local donde ocurrió el conflicto y el de la residencia del consumidor estarán en permanente contacto hasta la solución de la controversia. El proyecto de Formulario de Reclamo para el Consumidor Visitante es resultado de la actuación del CT N. 7.

Tenemos, aún, el intercambio de informaciones sobre alertas de *recall* entre los Estados Partes en el área de salud y seguridad, en el sentido de minimizar los riesgos a los consumidores del bloque, así como la eventual práctica del *doublé standard*.

Luego, como se pudo observar, con base en la creación y funcionamiento de organismos como el CT N. 7 de Defensa del Consumidor en el MERCOSUR, se fueron generando instrumentos de cooperación entre los Estados y organismos encargados de la tutela y protección a los consumidores, con la finalidad de optimizar la legislación y la protección a los consumidores.

El Sistema Mercosur de Defensa del Consumidor (SMDC) y el Estatuto de la Ciudadanía del MERCOSUR

En la Decisión nº 64/2010, del Consejo del Mercado Común, fue elaborado un plan de acción, con la finalidad de generar progresivamente un “Estatuto de la Ciudadanía del MERCOSUR”.

En este sentido, en el ítem 10, art. 3º de la Decisión referida, se previó la

conformación de un verdadero “Sistema MERCOSUR de Defensa del Consumidor”, estructurado con base en un sistema de información común sobre la defensa del consumidor, en una acción regional de capacitación permanente en la materia, una verdadera Escuela MERCOSUR, y en una norma MERCOSUR aplicable a los contratos internacionales de consumo, en pleno procedimiento de aprobación, tal como lo hemos mencionado.

Por todo ello, el Manual que se presenta y el Curso MERCOSUR de Defensa del Consumidor están abarcados en el ámbito de la Decisión mencionada.



CAPÍTULO 2
SISTEMAS NACIONALES DE DEFENSA
DEL CONSUMIDOR





ARGENTINA

SISTEMA NACIONAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR ARGENTINO



Fundamento constitucional de la defensa del consumidor

En la Argentina, la protección de los derechos e intereses de los consumidores se elevó a rango constitucional con la reforma de la Constitución Nacional del año 1994.

En virtud de la reforma operada, los arts. 42 y 43 prevén una serie de derechos de los consumidores. Véase:

“Art. 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.”

“Art. 43.- Toda persona puede interponer acción expedita y rápida de amparo, siempre que no exista otro medio judicial más idóneo, contra todo acto u omisión de autoridades públicas o de particulares, que en forma actual o inminente lesione, restrinja, altere o amenace, con arbitrariedad o ilegalidad manifiesta, derechos y garantías reconocidos por esta Constitución, un tratado o una ley. En el caso, el juez podrá declarar la inconstitucionalidad de la norma en que se funde el acto u omisión lesiva.

Podrán interponer esta acción contra cualquier forma de discriminación y en lo relativo a los derechos que protegen al ambiente, a la competencia, al usuario y al

consumidor, así como a los derechos de incidencia colectiva en general, el afectado, el defensor del pueblo y las asociaciones que propendan a esos fines, registradas conforme a la ley, la que determinará los requisitos y formas de su organización.

Toda persona podrá interponer esta acción para tomar conocimiento de los datos a ella referidos y de su finalidad, que consten en registros o bancos de datos públicos, o los privados destinados a proveer informes, y en caso de falsedad o discriminación, para exigir la supresión, rectificación, confidencialidad o actualización de aquéllos. No podrá afectarse el secreto de las fuentes de información periodística.

Cuando el derecho lesionado, restringido, alterado o amenazado fuera la libertad física, o en caso de agravamiento ilegítimo en la forma o condiciones de detención, o en el de desaparición forzada de personas, la acción de hábeas corpus podrá ser interpuesta por el afectado o por cualquiera en su favor y el juez resolverá de inmediato, aun durante la vigencia del estado de sitio.”

La base legal de la protección del consumidor

La principal legislación en la materia es la Ley n° 24.240 de Defensa del Consumidor, su Decreto Reglamentario n° 1798/94 y resoluciones complementarias, que se integran con toda otra norma general o especial tuitiva de los derechos de los consumidores.

También la Ley N° 26.993, de sanción en el mes de Septiembre de 2014, que crea las instancias de conciliación previa en las relaciones de consumo, la figura del Auditor, para determinar las reparaciones de daño de consumo en sede administrativa -hasta determinado monto- y, finalmente, un fuero especial por la materia, denominado Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo.

La estructura del sistema de defensa del consumidor

Existe, a nivel nacional, una autoridad administrativa de aplicación de la Ley n° 24.240 de Defensa del Consumidor (Secretaría de Comercio), que cuenta con facultades concurrentes para intervenir en todo el país.

Cada jurisdicción local (provincias), cuenta con su propia autoridad de aplicación de

la ley (gobiernos provinciales), que a su vez pueden delegar total o parcialmente sus facultades en los gobiernos municipales, con la finalidad de descentralizar la gestión y mejorar la respuesta a los reclamos de los consumidores.

La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos

La autoridad de aplicación de la Ley n° 24.240 desarrolla sus políticas en la materia de múltiples formas, entre las que podemos mencionar:

- a) la aplicación de la normativa específica de protección de los derechos de los consumidores, asesorando a los mismos;
- b) la realización de audiencias de conciliación entre proveedores y consumidores, con la finalidad de poner fin a los litigios presentados por vía de acuerdos;
- c) la instrucción de sumarios para aplicar sanciones a los proveedores en caso de comisión de infracciones a la legislación de consumo;
- d) el control de la existencia de cláusulas abusivas en los contratos por adhesión;
- e) el dictado de cursos de capacitación a distintas personas y organismos en materia de protección al consumidor;
- f) la coordinación de políticas nacionales de defensa del consumidor en el marco del COFEDEC (Consejo Federal del Consumo) con las provincias.

Todas estas acciones no excluyen toda una multiplicidad de tareas y acciones desarrolladas por la autoridad de aplicación.

Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones

Los principales órganos que actúan en la materia son las autoridades administrativas de aplicación de la Ley n° 24.240, tanto nacional como provinciales y municipales, que tienen como finalidad básica –como ya se ha referido anteriormente– defender a los usuarios y consumidores asesorándolos, realizando audiencias de conciliación entre proveedores y consumidores, imponiendo sanciones en caso de infracciones a la normativa de consumo, detectando y haciendo

remover cláusulas abusivas en los contratos, entre otras misiones y funciones.

También existen otros organismos con competencia en la materia, como la Defensoría del Pueblo, el Ministerio Público Fiscal y las asociaciones de consumidores debidamente registradas como tales, que ostentan distintas competencias, tales como el asesoramiento a los consumidores, la realización de audiencias de conciliación y la legitimación para accionar judicialmente, representando a los consumidores, en el caso de infracciones a la normativa tutelar de los mismos.

De igual modo cabe mencionar que existen también muchos organismos específicos de control con competencia en materias específicas relativas al consumo: transporte, comunicaciones, planes de ahorro para fines determinados, salud, etc., que actúan regulando la actividad y supervisando el accionar de los proveedores de cada uno de los sectores de actividad en el mercado.

Adicionalmente, a través del dictado de la Ley 26.993 de Septiembre de 2014, se crean los institutos del COPREC, Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo, inicialmente para la Capital Federal, que tendrá por finalidad realizar las audiencias de conciliación entre proveedores y consumidores; de la Auditoría en las Relaciones de Consumo, con funcionarios administrativos que podrán determinar reparaciones de daño en sede administrativa a favor del consumidor, por un monto determinado y, también, se crea un fuero especial en materia de relaciones de consumo, denominada Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo, donde –en sede judicial- el consumidor podrá demandar integralmente la reparación de sus derechos.

Las asociaciones civiles de consumidores

Las Asociaciones de Consumidores, en la República Argentina, por una parte necesitan ser asociaciones civiles (cooperativas, fundaciones, etc.) constituidas regularmente, de acuerdo a la legislación argentina general, y luego deben solicitar la autorización para funcionar como tales –asociaciones de consumidores- a la autoridad administrativa de aplicación de la Ley 24.240. Para ello, sus estatutos deben estar adecuados a los fines que, para este tipo de entidades, prevé la Ley N° 24.240, en su art. 56 y siguientes.

Una vez que se encuentran autorizadas para funcionar, las asociaciones puede representar a los consumidores, asesorarlos, realizar audiencias de conciliación entre proveedores y consumidores, reclamar respecto del cumplimiento de la normativa de consumo a las autoridades

con competencia en la materia y demandar judicialmente en nombre y representación de los consumidores ante la justicia.

Véase el registro actualizado de asociaciones de consumidores:

- Acción del Consumidor - ADELCO- (RNAC N° 0001)
- Comité del Consumidor –CODELCO- (RNAC N° 0002)
- Asociación Proconsumer Protección Consumidores del Mercosur – suscriptores de planes de ahorro (RNAC N° 0003)
- Unión de Usuarios y Consumidores (RNAC N° 0006)
- Asociación de Consumidores y Usuarios de la Argentina
- ADECUA (RNAC 0007) –Suspendida por Medida Cautelar Administrativa 2013
- Consumidores Argentinos (RNAC 0008)
- Defensa de Usuarios y Consumidores – DUC - (RNAC 0009)
- Asociación Civil Cruzada Cívica para la Defensa de Consumidores y Usuarios de Servicios Públicos (RNAC 0010)
- Consumidores Libres Cooperativa Limitada de Provisión de Servicios de Acción Comunitaria (RNAC 0011)
- Centro de Educación al Consumidor “CEC” (RNAC 0012)
- Unión de Consumidores de Argentina “UCA” (RNAC 0013) – Suspendida por Medida Cautelar Administrativa 2013
- DEUCO Defensa Usuarios y Consumidores (RNAC 0014)
- Asociación Coordinadora de Usuarios, Consumidores y Contribuyentes - ACUCC (RNAC 0015)
- Protección a los Consumidores y Usuarios de la República Argentina - PROCURAR (RNAC 0016)
- Asociación Civil Liga de Consumidores - LIDECO (RNAC 0017)
- PADEC – Prevención, Asesoramiento y Defensa del Consumidor (RNAC N° 0019)
- Usuarios y Consumidores en Defensa de sus Derechos (RNAC N° 0020)
- Asociación de Defensa de Derechos de Usuarios y Consumidores - ADDUC (RNAC N° 0021)
- Consumidores Financieros, Asociación Civil para su Defensa (RNAC N° 0022)
- Fundación Agustina Lerena (ex Fundación Nueva Escuela de Bromatología y Ambiente Sano-NUEBA Y MAS) RNAC N° 0024

- Asociación Civil por la Igualdad y la Justicia (RNAC N° 0025)
- Ojo Ciudadano (RNAC N° 0026)
- Asociación por la Defensa de Usuarios y Consumidores (RNAC N° 28)
- Federación de Mutuales para la Defensa Organizada del Consumo (RNAC N° 29)
- Red Argentina de Consumidores (RNAC N° 30)
- Unión Argentina para la Defensa del Consumo (RNAC N° 031)
- Asociación Civil de Usuarios Bancarios Argentinos - ACUBA (RNAC N° 32)
- Movimiento en Defensa de los Derechos de los Consumidores, Usuarios y del Medio Ambiente - MODECUMA” (RNAC N° 033)
- Centro de Estudios Sociales y Acción Comunitaria (RNAC N° 34)
- Protectora Asociación de Defensa del Consumidor (RNAC N° 35)
- Compromiso Cívico (N° 36)
- Centro de Orientación, Defensa y Educación del Consumidor - C.O.D.E.C. (N° 37)
- Sepa Defenderse (N° 38)
- INDUCAM (RNAC N° 040)
- Asociación de Defensa de Usuarios y Consumidores del Norte de la Provincia de Buenos Aires (RNAC N° 042)
- Asociación Civil Taller de Formación Laboral y Sociocultural del Sur, para la Inserción Laboral y Defensa de los Derechos (RNAC N° 043)
- CEPS (RNAC N° 044)
- Asociación Civil por los Consumidores y el Medio Ambiente “ACYMA” (RNAC N° 045)
- Asociación Civil Consumidores en Acción (RNAC N° 046)
- Usuarios y Consumidores Unidos (RNAC N° 047)
- Asociación de Usuarios y Consumidores de la República Argentina - ASUCRA (RNAC N° 048)
- Asociación de Consumidores y Usuarios de la Argentina – ACUDA

Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor

A través del dictado de la Ley N° 26.993, que ha introducido recientes reformas a la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, se ha previsto para el ámbito de la Capital Federal, la creación

de un Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo, que depende de la autoridad nacional de aplicación e implicará que un cuerpo de Conciliadores de Consumo debidamente capacitados arbitrarán la celebración de audiencias de conciliación entre proveedores y consumidores, con la finalidad de poner fin al litigio (en términos muchos más breves que los judiciales y sin costo alguno para el consumidor), teniendo la posibilidad el consumidor, en dicha instancia, de obtener un resarcimiento o solución a la cuestión planteada. Caso contrario, el consumidor podrá recurrir posteriormente, siempre en el ámbito administrativo, a la Auditoría en las Relaciones de Consumo, organismo que se crea para poder determinar, en sede administrativa, reparaciones de daño a favor de los consumidores hasta un monto de 15 salarios mínimos, vitales y móviles, con base en la definición del denominado Daño Directo, previsto en el artículo 40 bis de la Ley 24.240.

En tal sentido, resulta oportuno destacar que la posibilidad de fijar un resarcimiento en sede administrativa, para reparar el eventual daño que en forma directa sufra un consumidor, producto de una infracción de consumo, será determinada únicamente por la Auditoría en las Relaciones de Consumo, creada en principio para la Capital Federal, que luego deberá replicarse en todo el ámbito nacional.

Sanciones administrativas previstas para punir al proveedor

Las sanciones administrativas se encuentran previstas en el art. 47 de la Ley N° 24.240, y van desde el simple apercibimiento hasta la clausura de establecimientos, pérdida de concesiones y multas de hasta 5 millones de pesos.

Procedimiento judicial a disposición del consumidor

Todo el Capítulo XIII de la Ley n° 24.240 de Defensa del Consumidor justamente se titula “DE LAS ACCIONES” y se refiere al proceso judicial al que puede acceder el consumidor para hacer valer sus derechos.

Este proceso debe ser el más abreviado de la jurisdicción judicial donde tramite (sumarísimo) y los proveedores deben aportar todas las pruebas que obren en su poder, cooperando activamente con la resolución de la causa.

También se encuentra regulado el proceso de incidencia general o colectivo a favor de los consumidores, en sede judicial, estableciéndose diferentes previsiones, tanto de orden procesal como sustantivo, que deben observarse en este tipo de procesos para su desarrollo.

Con la reciente sanción de la Ley 26.993, se ha dispuesto la creación, en el ámbito de la justicia nacional (Capital Federal), de un fuero especial por la materia, denominado Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo. El fuero, un vez creado contará con 8 jueces de primera instancia y una Cámara de Apelaciones con 2 salas (6 vocales). La Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo será competente en las causas referidas a relaciones de consumo regidas por la ley 24.240, sus modificatorias y toda otra normativa que regule relaciones de consumo y no establezca una jurisdicción con competencia específica, en aquellas causas en las cuales el monto de la demanda no supere el valor equivalente a cincuenta y cinco (55) Salarios Mínimos, Vitales y Móviles.

Se prevé un procedimiento muy abreviado, con audiencia pública y procedimiento oral, con la prueba ofrecida o que disponga el juez a producir en la misma audiencia, así como el dictado de la sentencia, de resultar ello posible, de acuerdo a las contingencias procesales del caso. Si bien se encuentra prevista una instancia de apelación del fallo de primera instancia (cuando supere determinado monto), el juez interviniente podrá determinar el carácter devolutivo del recurso, esto es, que la sentencia deberá cumplirse mientras se sustancia en la instancia de alzada el recurso de apelación interpuesto.

Para finalizar cabe consignar que se encuentra previsto, en la ley nacional, que las provincias creen el fuero especial por la materia y adapten el procedimiento, para replicar en sus ordenamientos locales el procedimiento descripto.

Sanciones penales previstas para la punición del proveedor

Si bien no existe un tipo penal específico previsto en la propia ley de protección al consumidor para reprimir los ilícitos de consumo, existen en el Código Penal de la Nación varios artículos que se refieren a conductas de proveedores, en perjuicio de consumidores, que son consideradas delitos.

Para ejemplificar, podemos citar los arts. 159, 173, 174, 200, 201, 204, 204 *bis*, 204 *ter*, 204 *quater*, 206, 208, 300, 301 del Código Penal referido.

Sin desmedro de ello, también existe previsión en leyes especiales.

El arbitraje de consumo

La posibilidad del consumidor recurrir al arbitraje se encuentra prevista en el Capítulo XV de la Ley nº 24.240, específicamente en el art. 59, según el cual:

“Art. 59. — Tribunales Arbitrales. La autoridad de aplicación propiciará la organización de tribunales arbitrales que actuarán como amigables compondores o árbitros de derecho común, 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 o usuarios y las cámaras empresarias.

Dichos tribunales arbitrales tendrán asiento en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en todas las ciudades capitales de provincia. Regirá el procedimiento del lugar en que actúa el tribunal arbitral.”

En este sentido y en el ámbito de la autoridad nacional de aplicación de la Ley nº 24.240 se ha implementado el denominado Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo.

La finalidad de este Sistema es resolver el conflicto con base en la equidad, a través de acuerdos conciliatorios entre las partes o entonces por medio del dictado de laudos, efectuado por los árbitros intervinientes. Es dable mencionar que las partes optan por recurrir al arbitraje de forma voluntaria.

El laudo resulta inapelable y puede ser ejecutado – en caso de incumplimiento– como una sentencia judicial.



BRASIL

SISTEMA NACIONAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR BRASILEÑO



Fundamento constitucional de la defensa del consumidor

En Brasil, el consumidor fue erigido como siendo el agente económico constitucionalmente regulado y protegido, conforme los arts. 5° de la Constitución Federal, que prevé que todos son iguales ante la ley, sin distinción de cualquier naturaleza, garantizándose a los brasileños y a los extranjeros residentes en el País, la inviolabilidad del derecho a la vida, a la libertad, a la igualdad, a la seguridad y a la propiedad, en los siguientes términos: “XXXII – *el Estado promoverá, en forma de ley, la defensa del consumidor*”; y 170, que trata del orden económico, fundado en la valorización del trabajo humano y la libre iniciativa, que tiene por finalidad asegurar a todos una existencia digna, conforme con los dictámenes de la justicia social, observados los siguientes principios: “V – *defensa del consumidor*”.

Base legal de la protección del consumidor

La Ley n° 8.078, del 11 de septiembre de 1990 – Código de Defensa del Consumidor - reglamentada por el Decreto n° 2.181, del 20 de marzo de 1997 – dispone sobre la organización del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor- SNDC, estableciendo las normas generales de aplicación de las sanciones administrativas. Se trata de ley ordinaria de orden público e interés social.

El 15 de marzo de 2013, por medio del Decreto n° 7.963 fue instituido el Plan Nacional de Consumo y Ciudadanía - PLANDEC - y creada la Cámara Nacional de las Relaciones de Consumo. El PLANDEC, resultado de amplias discusiones entre el Sistema Nacional de Defensa del Consumidor, sociedad y mercado, tiene por objetivo promover la protección y defensa del consumidor, en todo el territorio nacional, por medio de la integración y articulación de políticas, programas y acciones a ser ejecutadas por la Unión, en colaboración con Estados, Distrito Federal, Municipios y la sociedad.

La Cámara Nacional de las Relaciones de Consumo, creada en el ámbito del Consejo de Gobierno, tiene por finalidad actuar para la consecución de los objetivos del PLANDEC. Posee en su

estructura, el Consejo de Ministros y el Observatorio Nacional de las Relaciones de Consumo. El Observatorio Nacional de las Relaciones de Consumo es compuesto por tres comités técnicos: Comité Técnico de Consumo y Regulación; Comité Técnico de Consumo y Turismo y el Comité Técnico de Consumo y Post-venta, en los términos del art. 11, §1° del referido decreto presidencial.

De cualquier modo, compete al Observatorio Nacional de las Relaciones de Consumo de la Cámara Nacional de Relaciones de Consumo acompañar la ejecución de las políticas, programas y acciones, así como, promover estudios y formular propuestas para la consecución de los objetivos del Plan.

La estructura del sistema de defensa del consumidor

El Sistema Nacional de Defensa del Consumidor – SNDC está reglamentado por el Decreto Presidencial n° 2.181, del 20 de marzo de 1997, integrando órganos federales, estatales, del Distrito Federal y municipios, incluyendo también entidades civiles de defensa del consumidor, sin que haya, entre ellos, jerarquía o subordinación (art. 105, CDC).

Asimismo, como todo conjunto de estructuras interconectadas, el CDC cuidó de establecer un órgano responsable por la coordinación, lo que es realizado por intermedio de la Secretaría Nacional del Consumidor (SENACON). En este escenario, la Secretaría Nacional del Consumidor – SENACON - es actualmente el órgano público federal responsable por la coordinación del SNDC y la implementación de la Política Nacional de Relaciones de Consumo.

La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos

El CDC establece la protección específica de los consumidores, a partir de un conjunto sistematizado de principios reunidos y traducidos dentro de la Política Nacional de las Relaciones de Consumo – PNR, contenidos en el art. 4° de la Ley n° 8.078/90, envolviendo a todos los integrantes del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor, que congrega la participación de los PROCONS, del Ministerio Público, de la Defensoría Pública y entidades civiles de defensa del consumidor, que actúan de forma articulada e integrada con la Secretaría Nacional del Consumidor (SENACON).

LA SENACON tiene por atribución legal la coordinación del SNDC y está volcada al

análisis de cuestiones que tengan repercusión nacional e interés general, además de la planificación, elaboración y ejecución de Políticas de Defensa del Consumidor. Por consiguiente, para el desarrollo y consecución de las directrices de protección y defensa del consumidor, son tomados por base los reclamos de consumidores registrados en el Sistema Nacional de Informaciones de Defensa del Consumidor, SINDEC. Son justamente esos datos los que orientan los pasos de las políticas de protección y defensa del consumidor. En lo que se refiere a la participación de órganos y agencias en el ámbito federal, el Plan Nacional de Consumo y Ciudadanía, PLANDEC, promueve la protección y defensa del consumidor en todo el territorio nacional, por medio de la integración y articulación de políticas, programas y acciones a ser ejecutadas por la Unión en colaboración con Estados, Distrito Federal, Municipios, así como obligaciones a los órganos federales.

El SNDC se reúne trimestralmente para analizar conjuntamente los desafíos enfrentados por los consumidores y para la formulación de estrategias de acción, tales como fiscalizaciones conjuntas, armonización de los entendimientos y elaboración de políticas públicas de protección y defensa del consumidor.

La armonización de los entendimientos es realizada por intermedio de notas técnicas elaboradas por la SENACON, con el objetivo de proveer subsidios técnicos para la actuación del SNDC.

Los órganos del SNDC tienen competencia concurrente y actúan de forma complementaria para recibir denuncias, investigar irregularidades y promover la protección y defensa de los consumidores.

Las directivas del PNRC, como también las acciones decurrentes de su implementación, son subsidiadas por los datos e informaciones de la atención al consumidor registrados en el SINDEC, que integra los órganos de protección y defensa del consumidor en todo el territorio nacional y permite el diagnóstico y acompañamiento de las conductas de los actores involucrados en el mercado de consumo.

Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones

Los principales órganos que actúan en la defensa del consumidor son los PROCONs, el Ministerio Público, la Defensoría Pública y las entidades civiles de defensa del consumidor, que actúan de forma articulada e integrada con la Secretaría Nacional del Consumidor (SENACON).

Los PROCONs son órganos del Poder Ejecutivo por excelencia, responsables por la política municipal, estadual o distrital de defensa del consumidor, destinados a la protección y

defensa de los derechos e intereses de los consumidores. Son ellos también quienes mantienen contacto más directo con los ciudadanos y sus pleitos. Les incumbe elaborar, coordinar y ejecutar la política de defensa del consumidor, además de realizar la atención de los consumidores y fiscalizar las relaciones de consumo del ámbito de su competencia.

El Ministerio Público es una institución con independencia funcional que vela por la aplicación y el respeto a las leyes, la manutención del orden público, además de la defensa de derechos e intereses colectivos. Tiene legitimidad exclusiva de promover acción penal pública relativa a infracciones penales de consumo (art. 80, CDC) que, si no se hace efectiva en el plazo legal, autorizará el planteo de acciones penales subsidiarias por parte de órganos públicos de defensa del consumidor, inclusive las asociaciones civiles de defensa del consumidor, legalmente constituidas.

La Defensoría Pública, es la institución del Poder Público con función de prestar asistencia y orientación jurídica, en todas las instancias, a las personas necesitadas, así consideradas las personas que no poseen recursos económicos para contratar un abogado particular. Está prevista su existencia en el art. 134 de la Constitución Federal.

Entidades civiles de defensa del consumidor desarrollan un importante papel en la protección y defensa del consumidor. Actúan en la educación para el consumo, la movilización y orientación del ciudadano y crean referencias para el consumo ético y sustentable.

SISTEMA NACIONAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR (SNDC)

La protección y defensa del consumidor, en Brasil, es realizada por diversos órganos con atribuciones y competencias diferentes y por entidades civiles de defensa del consumidor. Todos estos órganos y entidades forman juntos el Sistema Nacional de Defensa del Consumidor (SNTC). Conozca un poco más sobre ellos:

- **Secretaría Nacional del Consumidor:** órgano federal que coordina la Política de Defensa del Consumidor.
- **PROCON:** órgano estadual o municipal que cuida, respectivamente, de la política estadual o municipal de las relaciones de consumo. Entre las principales actividades desarrolladas por el órgano pueden ser citadas: i) educación para el consumo; ii) atención de las demandas de los consumidores, inclusive, contra los proveedores de productos y servicios; iii) fiscalización de establecimientos comerciales; iv) aplicación de sanciones administrativas a aquellos que

incumplen el CDC; v) articulación con órganos y entidades que trabajan con temas vinculados a protección y defensa del consumidor. Para ser atendido en el PROCON, el consumidor no precisa de abogado. Si no existe PROCON en su ciudad, puede procurar otros órganos y entidades de defensa del consumidor como el Ministerio Público, representado por el fiscal, ir a una Comisaría, para investigación de crímenes contra las relaciones de consumo, a la Defensoría Pública, a los juzgados especiales/ justicia común o también a entidades civiles de defensa del consumidor.

- **Ministerio Público:** entre otros, cuida por la aplicación y el respeto de las leyes, como el CDC. De este modo, defiende los derechos e intereses de la colectividad, inclusive de la colectividad de consumidores. Cuando ocurre alguna lesión al derecho de los consumidores, el MP propone acciones civiles públicas. A diferencia de la defensoría pública, los promotores no representan junto al Poder Judicial casos individuales de consumo.
- **Defensoría Pública:** presta asistencia y orientación a los consumidores que no tienen recursos para pagar un abogado. Además las defensorías también defienden a los consumidores de manera colectiva, representando acciones civiles públicas para resolver en un único proceso diferentes lesiones a los consumidores.
- **Comisaría del Consumidor:** órgano de la policía civil que investiga la existencia de crímenes contra las relaciones de consumo.
- **Juzgados Especiales Civiles:** solucionan los conflictos cuyos valores envueltos no superen los 40 salarios mínimos. Si la demanda fuera contra “Caixa Económica Federal”, el consumidor deberá procurar el Juzgado Especial Federal y el valor no podrá superar los 60 salarios mínimos. Si no hubiese órgano especializado, el juez actuante en el municipio o comarca podrá adoptar las medidas posibles.
- **Entidades de Defensa del Consumidor:** son Organizaciones No Gubernamentales (ONG), Organización de Sociedades Civiles de Interés Público (OSCIP), Asociaciones o Fundaciones que tienen por objetivo la protección y la defensa de los consumidores. Las entidades civiles organizadas han desarrollado un importante papel en la protección y defensa del consumidor, representando intereses generales y sectoriales de la sociedad civil delante del mercado y órganos públicos.

Las asociaciones civiles de consumidores

Las asociaciones civiles de consumidores son órganos de defensa del consumidor que integran el Sistema Nacional de Defensa del Consumidor (SNDC) y actúan de forma articulada e integrada con la Secretaría Nacional del Consumidor (SENACON). Veamos:

- **Foro Nacional de las Entidades Civiles de Defensa del Consumidor (FNECDC)**, es una entidad civil, de carácter nacional, compuesta por diversas organizaciones de la sociedad civil que actúan en la defensa del consumidor. Con vista a promover el fortalecimiento del movimiento de defensa del consumidor en Brasil, por medio de la articulación de las entidades civiles en el sector, el Foro congrega, actualmente, a 21 organizaciones que, localizadas en los diversos estados de la federación, contribuyen al fortalecimiento de la defensa del consumidor en el ámbito nacional, dando apoyo a las demandas locales.
- **Instituto Brasileño de Política y Derecho del Consumidor (BRASILCON)**, creado en 1992, es una asociación civil con ámbito nacional, multidisciplinaria, de carácter científico, técnico y pedagógico, procurando el desarrollo de políticas públicas y del Derecho del Consumidor en armonía con el progreso económico y social, por medio de actividades de investigación, elaboración, colecta y difusión de datos inherentes a la protección del consumidor.
- **Foro Nacional de Juzgados Especiales (FONAJE)**, creado en 1997, tiene por objetivo, no solamente la reunión de magistrados del Sistema de Juzgados Especiales, sino también el estudio de proyectos legislativos, acompañamiento de temas, uniformización de procedimientos y la colaboración con los demás poderes Legislativo y Ejecutivo, órganos públicos y entidades privadas.
- **Asociación Brasileña de PROCONS (PROCONSBRASIL)**, creada el 17 de junio de 2009, tiene por objetivo promover el fortalecimiento de los PROCONS, por medio de acciones que busquen el mejoramiento y la consolidación de la política nacional de protección y defensa del consumidor. La Asociación realiza estudios con el fin de elaborar propuestas en el sentido de mejorar la actuación de los PROCONS, como así también la legislación en materia de protección y defensa del consumidor.

- **Asociación Nacional del Ministerio Público del Consumidor (MPCON)**, creada el 25 de mayo de 2001, durante el 1° Encuentro Nacional del Ministerio Público del Consumidor y 1° Seminario de Integración DPDC/Ministerio Público, y tiene por objetivo congrega a procuradores de justicia y de la república y fiscales con actuación en la defensa del consumidor de todas las regiones de Brasil, por medio de la actuación científica, técnica y pedagógica.
- **Consejo Nacional de Fiscales Generales (CONDEGE)**, creado el 31 de marzo de 2005, tiene por objetivo actuar como órgano permanente de coordinación y articulación de los intereses comunes de la fiscalías, por medio de promoción e incentivo de prácticas administrativas y de gestión dirigida a la evolución de las fiscalías como institución constitucional permanente y esencial a la función jurisdiccional del Estado. En el ámbito del Consejo fue creada la Comisión de Defensa del Consumidor.

Estas organizaciones comparten determinados principios éticos, que nortean sus actuaciones, los cuales son:

- a) Principio de independencia;
- b) Principio de transparencia y democracia;
- c) Principio de solidaridad; y
- d) Principio de compromiso social.

Procedimiento administrativo para investigar la responsabilidad del proveedor que causa el daño al consumidor

En las hipótesis de indicios de violación al derecho de los consumidores y una vez instaurado previo proceso administrativo, en el que se dé el contradictorio y la amplia defensa del acusado. Este procedimiento, a su vez, en el ámbito federal, se encuentra ampliamente regulado por el Decreto n° 2.181/1997. También existe la Ley n° 9.787, del 29 de enero de 1999, responsable por regular el proceso administrativo en el ámbito de la Administración Pública Federal.

Sanciones administrativas para punir al proveedor

Los órganos de defensa del consumidor, tal como la Secretaría Nacional del Consumidor (SENACON) y los PROCONs, después de regular los procesos administrativos pueden aplicar sanciones. Generalmente, tales sanciones representan todos los castigos impuestos por la Administración Pública (SENACON y PROCONs), a aquel proveedor que se comportó de forma contraria a lo que está indicado en el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Sirve para compensar las consecuencias dañosas del acto ilícito y también para desestimular la repetición de tal comportamiento por parte de todos los proveedores.

El Código de Defensa del Consumidor trató específicamente sobre las sanciones administrativas en su Capítulo VII, que comprende los arts. 55 a 60. El art. 55 trata sobre la competencia para crear normas, el control y la fiscalización de la producción y distribución de bienes y servicios de consumo. Ya el art. 56 establece un rol de posibles sanciones a ser aplicadas en caso de incumplimiento de las normas de protección de los consumidores. Los arts. 57, 58 y 59 tratan, respectivamente, sobre la medición de la pena de multa y de los criterios para la imposición de las penalidades de aprensión, inutilización prohibición de fabricación, suspensión de la provisión, de casación del registro o revocación de la concesión o permiso de uso. Así, el CDC previó, en el art. 56, que las infracciones administrativas, comportan diversos tipos de penalidades: multa, aprensión e inutilización del producto; casación del registro del producto; prohibición de fabricación; suspensión de la provisión; revocación de la concesión o permiso, casación de la licencia del establecimiento, interdicción total o parcial del establecimiento; intervención administrativa e imposición de contra propaganda.

Procedimiento judicial puesto a disposición del consumidor

Los Juzgados Especiales Civiles, conocidos también como Juzgados de Pequeñas Causas, son los órganos de los Tribunales de Justicia Estaduales (o del Distrito Federal) con atribución específica de procesar y juzgar casos de menor complejidad, cuyo valor envuelto no exceda los cuarenta salarios mínimos vigentes, excepto si el proveedor fuese un ente público.

Actualmente, se trata del procedimiento judicial de mejor acceso al consumidor para poder reivindicar sus derechos y tener tratamiento diferente del proceso común ordinario.

Los juzgados de las Justicias de Menor Cuantía son de responsabilidad de jueces

concurados y los procedimientos a ser adoptados en los procesos allí iniciados siguen las reglas especiales de la Ley federal n° 9.099/95. De forma diferente al llamado procedimiento común (que trata de procesos judiciales que tramitan sin la celeridad de la Ley n° 9.099/95), este proceso se orienta por los criterios de informalidad, simplicidad, oralidad, celeridad y, siempre que sea posible, privilegiando la realización de acuerdos.

La utilización de proceso judicial en el ámbito de los juzgados especiales es independiente del pago de costas, tasas y otros gastos y demanda la exposición circunstanciada de los hechos ocurridos con el consumidor, así como la formulación del pedido pretendido a la luz de la legislación pertinente.

Después del protocolo de acción, el juez designa fecha de audiencia para la tentativa de conciliación (acuerdo) entre las partes. No ocurriendo una conciliación, otra audiencia es agendada para que haya la apreciación de pruebas y, si fuese posible en la misma audiencia, dictado de sentencia. De la sentencia dictada, puede la parte disconforme utilizar recurso para las “Turmas Recursais” (colegio de jueces que pueden revisar la decisión del juez que dictó la sentencia). Para las causas cuyo valor envuelto sea superior a 20 salarios mínimos, y en el caso de interposición de recurso para las “Turmas Recursais”, el consumidor necesitará de asistencia de abogado. Para la interposición de recursos contra decisión desfavorable, no obstante, son debidas costas y tasas judiciales, inclusive si el recurrente fuese el consumidor, excepto en casos de gratuidad de justicia reconocida y determinada, cuidando personas que realmente no tienen condiciones para afrontar los gastos judiciales decurrentes de un proceso judicial.

Los Juzgados Especiales cuentan también con el FONAJE – Foro Nacional de Juzgados Especiales, creado en 1997, que consiste en un foro de estudio que ocurre alternadamente en diversas regiones del país y posee entre sus principales objetivos discutir y decidir posicionamientos mayoritarios de interpretaciones relativas a la aplicación de la Ley de los Juzgados Especiales.

Sanciones penales previstas para la punición del proveedor

El Código de Defensa del Consumidor, en su Capítulo VII, Título II dispone sobre las infracciones penales, en los arts. 61 al 80, estableciendo una serie de tipos penales, buscando la protección de diversos aspectos de la relación de consumo. De este modo, discrimina las conductas que infringen deberes expresos en otras disposiciones del Código, previendo crímenes de consumo propios, identificados con la protección específica del consumidor individual o de la colectividad de

consumidores.

De tal forma, en síntesis, son infracciones penales previstas en el Código de Defensa del Consumidor:

- I) omitir informaciones o señales ostensibles sobre la nocividad o peligrosidad del producto, en los embalajes, en los envoltorios o en la publicidad;
- II) dejar de comunicar a la autoridad competente y a los consumidores la nocividad o peligrosidad de productos cuyo conocimiento sea posterior a su colocación en el mercado;
- III) ejecutar servicio de alto grado de peligrosidad, contrariando la determinación de autoridad competente;
- IV) hacer afirmación falsa o engañosa, u omitir información relevante sobre la naturaleza, característica, calidad, cantidad, seguridad, desempeño, durabilidad, precio o garantía de productos o servicios;
- V) hacer o promover publicidad que conoce o debería conocer que es engañosa o abusiva;
- VI) hacer o promover publicidad que sabe o debería saber ser capaz de inducir al consumidor a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad;
- VII) dejar de organizar datos verídicos, técnicos y científicos que dan base a la publicidad;
- VIII) emplear en la reparación de productos, piezas o componentes de reposición usados, sin autorización del consumidor;
- IX) utilizar en la cobranza de deudas, de amenaza, coacción, desagrado físico o moral, afirmaciones falsas incorrectas o engañosas o de cualquier otro procedimiento que exponga al consumidor, injustificadamente, al ridículo o interfiera con su trabajo, descanso u ocio;
- X) impedir o dificultar el acceso del consumidor a las informaciones que sobre él consten en banco de datos, fichas y registros;
- XI) dejar de corregir inmediatamente información sobre el consumidor, constante en banco de datos, fichas y registros que sabe o debería saber que es inexacta y;
- XII) dejar de entregar al consumidor los términos y garantías adecuadamente completos y con especificación clara de su contenido.

El arbitraje de consumo

En la actual sistemática del Código de Defensa del Consumidor el art. 51, VII consideró como nulas de pleno derecho, las cláusulas contractuales relativas a la provisión de productos y servicios, que determinen la utilización compulsiva del arbitraje.

Analizando la literalidad del dispositivo, parece ser la intención del legislador imposibilitar la celebración de la cláusula compromisoria incluida en los contratos de consumo, teniendo en vista que la citada cláusula tiene efecto de someter a las partes al arbitraje, sin la facultad posterior de procurar a la jurisdicción estatal para solucionar el litigio derivado de la relación establecida, salvo en los casos de nulidad de sentencia arbitral o supresión de la voluntad para instauración del procedimiento arbitral.



PARAGUAY

SISTEMA NACIONAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR PARAGUAYO



Fundamento constitucional de la defensa del consumidor

En la legislación paraguaya, la protección de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, se encuentra enmarcada dentro del art. 38 de la Constitución Nacional, que manifiesta literalmente lo siguiente:

Art. 38. "Toda persona tiene derecho, individual o colectivamente, a reclamar a las autoridades públicas medidas para la defensa del ambiente, de la integridad del hábitat, de la salubridad pública, del acervo cultural nacional, de los intereses del consumidor y de otros que, por su naturaleza jurídica, pertenezca a la comunidad y hagan relación con la calidad de vida y con el patrimonio colectivo."

La base legal de la protección del consumidor

La principal legislación en la cual está basada la protección y defensa del consumidor y el usuario dentro de la legislación paraguaya es la Ley n° 1.334/98 de Defensa del Consumidor y del Usuario y sus Decretos Reglamentarios n° 21.004/03, 20.574/03 y 2199/14.

Asimismo, tenemos la Ley n° 4974/2013, que crea la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario.

La estructura del sistema de defensa del consumidor

Existe una Autoridad Administrativa de aplicación de la Ley n° 1.334/98 y sus Decretos Reglamentarios, que cuenta con amplias facultades para poder realizar intervenciones a nivel nacional. Las Municipalidades suscriptas voluntariamente al Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor, a través de la firma de Convenios con la SEDECO, se convierten en

autoridades de aplicación a nivel local.

En este sentido, veamos lo que dispone el art. 10 del Decreto nº 21004/2003:

Art. 10: "La jurisdicción y competencia de las autoridades de aplicación de la Ley N° 1.334/98 integrantes del SNIPC se rige por las siguientes reglas:

1) Reclamos presentados por el consumidor o su representante: El consumidor tendrá la facultad de elegir la entidad ante la cual solicita la Conciliación, mediación o arbitraje e interpone su denuncia tomando en consideración los siguientes criterios:

- a) Domicilio Consumidor*
- b) Domicilio Proveedor*
- c) Lugar del Hecho Infractor*
- d) Lugar de Ubicación del Bien*

Solamente y bajo tales presupuestos, será competente la autoridad de aplicación ante la cual el consumidor interpuso su reclamo o denuncia.

2) Investigaciones, Fiscalizaciones y Denuncias de oficio: Las autoridades de aplicación tendrán jurisdicción dentro del ámbito territorial de su localidad; salvo que se trate de un hecho que tenga efectos regionales o nacionales, en cuyo caso será competente la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario (SEDECO). A los efectos de establecer su competencia regirán las siguientes reglas y bajo el siguiente orden de prelación:

- a) Domicilio del Consumidor*
- b) Domicilio del Proveedor*
- c) Lugar del Hecho Infractor*
- c) Lugar de Ubicación del Bien*

3) Los Municipios serán competentes para iniciar, promover, sustanciar, resolver, realizar conciliaciones, mediaciones, investigaciones, fiscalizaciones y en general realizar todas las acciones que sean necesarias para el cumplimiento de la Ley N° 1.334/98, siempre que se produzcan dentro de sus jurisdicciones atendiendo a los criterios mencionados en el numeral anterior.

4) La Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario (SEDECO), será competente a nivel nacional para iniciar, promover, sustanciar, resolver, realizar conciliaciones, investigaciones, fiscalizaciones y en general realizar todas las acciones que sean necesarias para el cumplimiento de la Ley N° 1.334/98.”

La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos

La Autoridad de Aplicación de la Ley n° 1.334/98, ejerce y ejecuta sus políticas en materia de protección al consumidor y usuario en diversas formas, entre las que podemos mencionar la aplicación de las leyes y decretos que amparan al consumidor y usuario, asesorando a los mismos, realizando audiencias de conciliaciones y en caso que no prospere las conciliaciones entre proveedores y usuarios, abrir el sumario propiamente dicho, ordenando la apertura de la causa a prueba, dictando Informe de Conclusiones, teniendo en cuenta las pruebas aportadas por el proveedor dentro de los principios endilgados en materia de defensa del consumidor (la carga de la prueba recae sobre el proveedor) y considerando el principio *in dubio pro* consumidor. Una vez notificados a las partes los resultados del Informe de Conclusiones, los litigantes tienen un perentorio plazo de 5 días hábiles, que corre a partir del día siguiente del recibimiento de la notificación, a fin de presentar sus posiciones contra el Informe de Conclusiones. Una vez cumplido dicho plazo la Autoridad de Aplicación tiene 20 días hábiles para dictar la Resolución Ministerial sancionatoria o absolutoria, dependiendo de cada caso en particular. Dicha Resolución Ministerial tiene carácter suspensivo, pudiendo las partes litigantes recurrir en el perentorio plazo de 18 días hábiles a partir del recibimiento de la notificación de la resolución en lo contencioso administrativo.

Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones

Los principales órganos que actúan en la materia son las autoridades administrativas de aplicación de la Ley n° 1.334/98. A nivel nacional tiene jurisdicción y competencia la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario y a nivel local las Municipalidades adheridas al SNICP, cuyo objetivo primordial es proteger, promover y defender los derechos de los consumidores y usuarios, imponiendo sanciones administrativas a los proveedores que han infringido la Ley n° 1.334/98 de Defensa del Consumidor y el Usuario, así también sus Decretos Reglamentarios, celebrando audiencias de conciliaciones, abriendo sumarios de oficios y a instancias de partes.

Las asociaciones civiles de consumidores

La Asociación de Consumidores, es toda organización constituida por personas físicas, que no tenga intereses económicos, comerciales o políticos, 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.

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:

- a) Constituirse y estar inscritas como sociedades sin fines de lucro de acuerdo a las previsiones del Código Civil para este tipo de sociedades;
- b) No participar en actividades político – partidarias;
- c) No recibir donaciones, aportes o contribuciones de empresas comerciales, industriales o proveedoras de servicios, privadas o estatales, nacionales o extranjeras;
- d) No aceptar anuncios de carácter comercial en sus publicaciones;
- e) No permitir una explotación comercial selectiva en la información y consejo que ofrezcan al consumidor.

Las finalidades de las asociaciones de consumidores, son, entre otras:

- a) Promover y proteger los derechos de los consumidores;
- b) En las gestiones extrajudiciales y administrativas, apoyar la defensa de los derechos de los consumidores o usuarios afectados, o actuar en forma concurrente con ellos;
- c) Promover acciones judiciales tendientes al cumplimiento de lo establecido en la Ley n° 1.334/98, siempre que no hagan los consumidores o usuarios directamente afectados, y siempre que no se demande la indemnización de daños y perjuicios;
- d) Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva acerca de los bienes y servicios existentes en el mercado;
- e) Realizar programas de capacitación, orientación y educación del consumidor.

Las Asociaciones de Consumidores reconocidas por la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario (SEDECO) son: La Asociación de Consumidores de Ka'aguasu.

Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor

El Decreto Reglamentario n° 21.004/03, en su art. 11 en adelante, prevé las siguientes situaciones:

Art. 11. – “La autoridad de aplicación señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación en la que se procurará avenir los intereses de las partes, la cual deberá tener lugar por lo menos, cuatro días después de la fecha de notificación de la reclamación al proveedor.

La conciliación podrá celebrarse por cualquier medio idóneo, aunque siempre será necesario que se instrumente en forma escrita lo convenido.”

Art. 12. – “Cuando el proveedor no se presente a la audiencia sin justa causa, o no rinda informe relacionado en los hechos, se le citará a una segunda audiencia la que tendrá lugar en un plazo no mayor de cuatro días, bajo apercibimiento, que cualquiera sea la causa de inasistencia se tendrá por ciertos los hechos expuestos por el reclamante, siempre que se ajusten a criterios objetivos y razonables.

Cuando el reclamante no acuda a la audiencia de conciliación y no presente dentro de los cuatro días siguientes, justificación convincente de los motivos, se lo tendrá por desistido de su reclamo, quedando cerrada la discusión sobre los hechos relacionados en su reclamación originaria.”

Art. 13. – “El conciliador expondrá a las partes un resumen del reclamo, señalará los elementos comunes y las controversias y les exhortará para llegar a un arreglo. En todo momento, el conciliador podrá requerir a las partes los elementos de convicción que estime necesarios para la conciliación y ejercer atribuciones que las normas legales confieren a la autoridad de aplicación.”

Art. 14. – “En caso de suspensión debidamente justificada, el conciliador señalará día y hora para la reanudación de la audiencia a más tardar dentro de los diez días siguientes; salvo acuerdo contrario entre las partes.

Se levantará acta sucinta de todas las audiencias, y sin prejuzgar sobre el conflicto planteado, les presentará las opciones de solución.

En tal sentido, siempre que no exista un reconocimiento expreso del reclamo, lo que manifieste el proveedor en la audiencia no será considerado como un reconocimiento de culpa a los efectos de la resolución que ponga fin al procedimiento, de ser el caso.”

Art. 15. – “Los acuerdos de mero trámite que dicte el conciliador serán irrecurribles.

Los convenios celebrados por las partes serán aprobados por la autoridad de aplicación siempre que no contravenga lo que disponen las leyes. La aprobación de los mismos será irrecurrible.

Sin perjuicio de la validez o aprobación de los acuerdos o convenios celebrados o emitidos, la autoridad también podrá iniciar de oficio un procedimiento conforme a su competencia si considerase que los hechos materia del acuerdo o convenio afectan los intereses de terceros.”

Art. 16. – “El incumplimiento de los acuerdos conciliatorios constituye violación a los derechos de los consumidores contenidos en la Ley N° 1.334/98. En tal caso, el infractor será pasible de las sanciones establecidas en la presente, sin perjuicio del cumplimiento imperativo de las obligaciones que las partes hubieren acordado.

En tal sentido, si el obligado a cumplir con un acuerdo o convenio no lo hiciera, se le impondrá sin más trámite una sanción de hasta el máximo de la multa permitida, para cuya graduación se tomarán en cuenta los criterios que emplea la autoridad al emitir resoluciones finales, sin perjuicio del cumplimiento de lo acordado. Si el obligado persiste en el incumplimiento, la autoridad podrá imponer una nueva multa duplicando sucesiva e ilimitadamente el monto de la última multa impuesta hasta que se cumpla con la medida impuesta y sin perjuicio de poder denunciar al responsable ante la autoridad competente para que ésta inicie el proceso penal que corresponda. Las multas impuestas no impiden a las autoridades de aplicación a imponer una multa o sanción distinta al final del procedimiento, de darse la circunstancia.

Cuando el caso corresponda entender a la autoridad municipal administrativa de aplicación una vez dispuestas y aplicadas estas medidas, deberán remitirse por

cuaderno separado y sin interrumpir la tramitación del principal, los antecedentes al juzgado de faltas municipales y sin perjuicio de remitirlas al fuero ordinario que las haya autorizado, en un plazo perentorio de cuarenta y ocho horas. Las medidas serán de aplicación inmediata y estas solo podrán cesar, modificarse o suspenderse cuando la autoridad judicial municipal así lo disponga por resolución fundada.”

Considerando lo expuesto más arriba, la Autoridad de Aplicación en cualquier momento durante la tramitación del sumario, podrá de oficio o a pedido de parte ordenar medidas preventivas dirigidas a evitar que un daño se torne en irreparable, siempre que exista verosimilitud del carácter ilegal de dicho daño y peligro en la demora; sin perjuicio de lo dispuesto en el Art. 7 inc. k del Decreto nº 21.572/03, que así también las Autoridades Municipales suscriptas al Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor, podrán dictar tales medidas a fin de precautar los derechos e intereses de los consumidores conforme lo establece el Art. 5° del Decreto Reglamentario nº 21.004/03. En el caso de solicitud de parte, la medida preventiva será dictada bajo responsabilidad, costo y riesgo del solicitante.

En tal sentido, la autoridad de aplicación podrá, mediante una resolución fundada, dictar una o varias de las siguientes medidas preventivas destinadas a asegurar el cumplimiento de la decisión definitiva:

- a) La cesación de los actos materia de reclamación.
- b) El comiso, el depósito o la inmovilización de los productos, etiquetas, envases y material publicitario materia de reclamo.
- c) El cese preventivo de la publicidad materia de reclamo.
- d) La adopción de las medidas necesarias para que las autoridades aduaneras impidan el ingreso al país de los productos materia de reclamo.
- e) El cierre temporal del establecimiento del proveedor, hasta un máximo de 30 días.
- f) Cualquier otra medida que tenga por objeto evitar que se produzca algún perjuicio derivado del acto reclamado o que tenga como finalidad la cesación de éste.

Las autoridades de aplicación podrán, de considerarlo pertinente, ordenar una medida preventiva distinta a la solicitada por la parte interesada.

En el caso de la autoridad municipal administrativa de aplicación, una vez dispuestas y aplicadas estas medidas, deberán remitirse en cuaderno separado sin interrumpir la tramitación del

principal, los antecedentes al juzgado de faltas municipales y, en su caso, al del fuero ordinario que las haya autorizado, en un plazo perentorio de cuarenta y ocho horas. Las medidas serán de aplicación inmediata; hasta que el juez ordene expresamente su levantamiento o modificación en resolución debidamente fundamentada.

Dentro de la legislación de defensa del consumidor, en Paraguay, no existe un resarcimiento en sede administrativa, para reparar el eventual daño que en forma directa sufra un consumidor, el cual solamente podrá exigir una justa compensación. El consumidor tiene derecho a la efectiva prevención de los daños patrimoniales y morales o de los intereses difusos, sean éstos individuales o colectivos. En el caso de que una relación de consumo cause daño al consumidor, el derecho a ser indemnizado usualmente lo ejerce al consumidor por la vía judicial; ésta debe ser justa y expeditiva.

Sanciones administrativas previstas para punir al proveedor

Las sanciones se encuentran previstas en el art. 51 de la Ley n° 1.334/98, que transcritas textualmente sostienen:

Art. 51. "Sin perjuicio de las atribuciones de las reparticiones públicas, de las penalidades determinadas por otras leyes y de la reparación de los daños y perjuicios normadas por la legislación común, los jueces a petición de parte:

- 1) Prohibir la exhibición, circulación, distribución, transporte o comercialización de productos, que infrinjan disposiciones de esta Ley;*
- 2) Ordenar la incautación de productos que infrinjan las disposiciones de esta Ley, cuando ellos sean peligrosos o dañinos para salud;*
- 3) Ordenar el cese de la actividad de las personas o entidades en operaciones o acciones prohibidas en esta Ley;*
- 4) Con debida audiencia previa, ordenar la clausura temporal de un establecimiento, negocio o instalación;*
- 5) Aplicar multas conminatorias tendientes al cumplimiento de lo ordenado en sentencias definitivas o en medidas cautelares. Esas multas se graduarán en proporción al caudal económico de quien deba satisfacerlas;*
- 6) Ordenar la Publicación de sentencias definitivas o partes de ella, a costa del*

condenado, en diarios, revistas, radiodifusoras o teledifusoras;

7) Intimar el cumplimiento o la adecuación a cualquier dispositivo de esta Ley y decretar el apercibimiento de aplicar otras sanciones previstas en esta ley o en otras normas jurídicas; y,

8) Dejar sin efecto, las cláusulas dispuestas en los contratos en los términos normados por el Art. 28.

En todos los casos las sanciones se aplicarán respetando el derecho de defensa de los afectados por ellas.”

También el Art. 30 del Decreto N° 21.004/03 manifiesta lo siguiente:

“Art. 30. Sanciones. Verificada la existencia de la infracción, quienes resulten responsables serán pasibles de las sanciones previstas en esta sección, las cuales se podrán aplicar conforme a las siguientes alternativas, en forma separada o conjunta y según resultare las circunstancias del caso:

a) Amonestación;

b) Multa. Los montos serán fijados según las disposiciones que rigen para el ámbito municipal y administrativo respectivamente;

c) Decomiso de las mercaderías y de los productos objeto de la infracción;

d) Clausura del establecimiento o suspensión del servicio afectado por un plazo de hasta sesenta (60) días; siempre que no se trate de un Servicio Público.

e) Inhabilitación, que podrá ser impuesta únicamente por la autoridad local de aplicación, de acuerdo a lo preceptuado en las normas municipales.”

En todos los casos, se dispondrá la publicación de la resolución condenatoria, a costa del infractor en un diario de circulación nacional.

Asimismo, la autoridad queda encargada de llevar un registro de las sanciones aplicadas, con la finalidad de informar al público, así como para detectar casos de reincidencia; sin perjuicio de lo dispuesto en el art. 7 del Decreto nº 20.572/03.

En el caso de la autoridad municipal administrativa de aplicación solo podrá ordenar estas sanciones en los procedimientos a que se refiere el art. 9º de la Ley nº 1276/98 y serán de aplicación inmediata. En los demás casos es competente el juez de faltas según lo establecido por la

citada norma legal.

En concordancia, el Art. 28 del Decreto Reglamentario expresa:

“Art. 28. Sin perjuicio de las sanciones a que hubiera lugar, en la misma resolución final, las autoridades de aplicación, actuando de oficio o a pedido de parte, podrá imponer a los proveedores que incurran en alguna de las infracciones tipificadas en el presente decreto, una o conjuntamente alguna de las siguientes medidas correctivas:

- a) Decomiso y destrucción de mercadería, envases, envolturas y/o etiquetas;*
- b) Clausura temporal del establecimiento o negocio hasta por un máximo de 60 (sesenta) días calendario;*
- c) Publicación de avisos rectificatorios o informativos en la forma que determine la autoridad, tomando en consideración los medios que resulten idóneos para revertir los efectos que el acto objeto de sanción hubiera ocasionado. La publicación se realizará por cuenta y costo del infractor;*
- d) Reposición y reparación de productos;*
- e) Devolución de la contraprestación pagada por el reclamante; y/o,*
- f) Cualquier otra medida que tenga por finalidad revertir los efectos que la conducta infractora hubiera ocasionado o evitar que ésta se produzca nuevamente en el futuro.*

Los bienes o montos que sean objeto de medidas correctivas serán entregados por el proveedor directamente al consumidor que los reclama, salvo mandato distinto contenido en la resolución. Aquellos bienes o montos materia de una medida correctiva, que por algún motivo se encuentren en posesión de la autoridad de aplicación y deban ser entregados a los reclamantes beneficiados, serán puestos a disposición de estos.

El incumplimiento por parte de los proveedores de lo ordenado en las resoluciones finales emitidas por la autoridad constituye una infracción a la ley y al presente decreto. En estos casos, la autoridad tendrá competencia para imponer las sanciones y medidas correctivas enunciadas en la presente norma, independientemente de que la parte legitimada opte por la ejecución de lo incumplido por los conductos legales correspondientes.”

En el caso de la autoridad municipal administrativa de aplicación, ésta solo podrá ordenar estas medidas en los procedimientos a que se refiere el art. 9 de la Ley n° 1276/98, los cuales serán de aplicación inmediata. En los demás casos es competente el juez de faltas, según lo establecido por la citada norma legal.

Procedimiento judicial a disposición del consumidor

En la legislación paraguaya, solamente las resoluciones dictadas por la autoridad de aplicación pueden ser recurridas en lo contencioso administrativo (dependiente del poder judicial) por el consumidor o proveedor afectado. No existe propiamente un procedimiento judicial preestablecido, que el consumidor o usuario afectado pueda utilizar para hacer valer y defender sus derechos, solamente puede recurrir en la jurisdicción administrativa dentro del ámbito de la Ley n° 1.334/98 y sus Decretos Reglamentarios.

Sanciones penales previstas para la punición del proveedor

No existe en el Código Penal Paraguayo, ilícitos tipificados que refieren a conductas de proveedores, en perjuicio de consumidores, que sean considerados delitos.

El arbitraje de consumo

Se encuentra establecido en la Sección Tercera del Procedimiento Único de Conciliación, Mediación y Arbitraje, partir del art. 11 al 19 del Decreto Reglamentario n° 21.004/03.

Art. 11. – “La autoridad de aplicación señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación en la que se procurará avenir los intereses de las partes, la cual deberá tener lugar por lo menos, cuatro días después de la fecha de notificación de la reclamación al proveedor.

La conciliación podrá celebrarse por cualquier medio idóneo, aunque siempre será necesario que se instrumente en forma escrita lo convenido.”

Art. 12. – “Cuando el proveedor no se presente a la audiencia sin justa causa, o no rinda informe relacionado en los hechos, se le citará a una segunda audiencia la que tendrá lugar en un plazo no mayor de cuatro días, bajo apercibimiento, que cualquiera sea la causa de inasistencia se tendrá por ciertos los hechos expuestos por el reclamante, siempre que se ajusten a criterios objetivos y razonables.

Cuando el reclamante no acuda a la audiencia de conciliación y no presente dentro de los cuatro días siguientes, justificación convincente de los motivos, se lo tendrá por desistido de su reclamo, quedando cerrada la discusión sobre los hechos relacionados en su reclamación originaria.”

Art. 13. – “El conciliador expondrá a las partes un resumen del reclamo, señalará los elementos comunes y las controversias y les exhortará para llegar a un arreglo. En todo momento, el conciliador podrá requerir a las partes los elementos de convicción que estime necesarios para la conciliación y ejercer atribuciones que las normas legales confieren a la autoridad de aplicación.”

Art. 14. – “En caso de suspensión debidamente justificada, el conciliador señalará día y hora para la reanudación de la audiencia a más tardar dentro de los diez días siguientes; salvo acuerdo contrario entre las partes.

Se levantará acta sucinta de todas las audiencias, y sin prejuzgar sobre el conflicto planteado, les presentará las opciones de solución.

En tal sentido, siempre que no exista un reconocimiento expreso del reclamo, lo que manifieste el proveedor en la audiencia no será considerado como un reconocimiento de culpa a los efectos de la resolución que ponga fin al procedimiento, de ser el caso.”

Art. 15. – “Los acuerdos de mero trámite que dicte el conciliador serán irrecurribles.

Los convenios celebrados por las partes serán aprobados por la autoridad de aplicación siempre que no contravenga lo que disponen las leyes. La aprobación de los mismos será irrecurrible.

Sin perjuicio de la validez o aprobación de los acuerdos o convenios celebrados o emitidos, la autoridad también podrá iniciar de oficio un procedimiento conforme a su competencia si considerase que los hechos materia del acuerdo o convenio afectan los intereses de terceros.”

Art. 16. – “El incumplimiento de los acuerdos conciliatorios constituye violación a

los derechos de los consumidores contenidos en la Ley N° 1.334/98. En tal caso, el infractor será pasible de las sanciones establecidas en la presente, sin perjuicio del cumplimiento imperativo de las obligaciones que las partes hubieren acordado.

En tal sentido, si el obligado a cumplir con un acuerdo o convenio no lo hiciera, se le impondrá sin más trámite una sanción de hasta el máximo de la multa permitida, para cuya graduación se tomarán en cuenta los criterios que emplea la autoridad al emitir resoluciones finales, sin perjuicio del cumplimiento de lo acordado. Si el obligado persiste en el incumplimiento, la autoridad podrá imponer una nueva multa duplicando sucesiva e ilimitadamente el monto de la última multa impuesta hasta que se cumpla con la medida impuesta y sin perjuicio de poder denunciar al responsable ante la autoridad competente para que ésta inicie el proceso penal que corresponda. Las multas impuestas no impiden a las autoridades de aplicación a imponer una multa o sanción distinta al final del procedimiento, de darse la circunstancia.

Cuando el caso corresponda entender a la autoridad municipal administrativa de aplicación una vez dispuestas y aplicadas estas medidas, deberán remitirse por cuaderno separado y sin interrumpir la tramitación del principal, los antecedentes al juzgado de faltas municipales y sin perjuicio de remitirlas al fuero ordinario que las haya autorizado, en un plazo perentorio de cuarenta y ocho horas. Las medidas serán de aplicación inmediata y estas sólo podrán cesar, modificarse o suspenderse cuando la autoridad judicial municipal así lo disponga por resolución fundada.”

Art. 17. – “Mediación

Las normas de la presente Sección regirán el procedimiento de mediación en todos los casos a que resulten aplicables, sin perjuicio de lo establecido en las leyes y reglamentos vigentes en la materia.”

Art. 18. – “Arbitraje

Las partes interesadas pueden recurrir al proceso arbitral, sin necesidad de reclamación o procedimiento conciliatorio previos.”

Art. 19. – “Tribunales arbitrales

La autoridad de aplicación propiciará la organización de tribunales arbitrales que actuarán como amigables componedores o árbitros de derecho según el caso, para resolver las controversias que se susciten con motivo de lo previsto en esta

Ley. Podrán invitar para que integren estos tribunales arbitrales, en las condiciones que establezca la reglamentación, a las personas que teniendo en cuenta la competencia, propongan las asociaciones de consumidores y cámaras empresarias. Regirá el procedimiento previsto en las Leyes y Reglamentaciones que regulen la materia.”

PERÚ

SISTEMA NACIONAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR PERUANO



Fundamento constitucional de la defensa del consumidor

En el Perú la defensa del consumidor posee un fundamento constitucional, que está plasmado en el art. 65 de la Constitución Política de 1993. Véase:

“Art. 65.- Protección al consumidor

El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los 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.”

La base legal de la protección del consumidor

En el país la principal legislación en materia de consumidor es el Código de Protección y Defensa del Consumidor, aprobado mediante Ley nº 29571, publicada el 02 de septiembre del 2010. Así como el Decreto Legislativo 807 en lo aplicable.

La estructura del sistema de defensa del consumidor

El Sistema de Protección del Consumidor cuenta con un ente rector, que es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, siendo este la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Dicho sistema está conformado por las normas y principios rectores en materia de consumo y por diversas entidades cuya función tiene impacto en la protección de los consumidores. En ese sentido, el sistema cuenta con un órgano de coordinación, denominado Consejo Nacional de Protección del Consumidor, del cual forman entidades como: el Ministerio de Salud, el Ministerio de Educación, Ministerio de Producción, Organismos reguladores de servicios públicos, Municipalidades, etc.

De otra parte, la función de solución de conflictos de consumo en sede administrativa es de competencia primaria del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (en adelante, INDECOPI), salvo en el caso de los sectores de servicios públicos (energía, telecomunicaciones, agua y saneamiento e infraestructura de transporte de usos público), en los que corresponde al organismo regulador dicha función.

La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos

La política nacional de protección al consumidor es desarrollada por el INDECOPI, a través de sus distintas acciones de prevención, fiscalización y solución de conflictos.

Actualmente, se encuentra en la elaboración el primer Plan Nacional de Protección de los Consumidores en el Perú, el mismo que tendría un horizonte de 4 años. Dicho documento desarrollará la política nacional de protección del consumidor, a través de las acciones a ser realizadas por el INDECOPI y los miembros del Sistema Nacional de Protección del Consumidor.

Para tal fin se ha realizado por primera vez en el país una Encuesta para determinar la Línea de Base en materia de Protección al Consumidor. A partir de los resultados que se obtengan se elaborarán los indicadores de resultado del Plan Nacional.

Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones

En el ámbito del INDECOPI hay diversas unidades orgánicas que se encargan de velar por la defensa de los consumidores, entre ellas: la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor; los Órganos Resolutivos; la Gerencia de Supervisión y Fiscalización; la Gerencia de Oficinas Regionales y el Servicio de Atención al Ciudadano.

Además, el INDECOPI preside el Consejo Nacional de Protección del Consumidor, colegiado que constituye un órgano ejecutor dentro del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.

Del mismo modo, aquellos ciudadanos que consideren vulnerados sus derechos como consumidores y deseen una indemnización por daños y perjuicios pueden acudir al Poder Judicial.

- **Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (INDECOPI):** Es una dependencia de línea dentro de la estructura del INDECOPI. Está encargada de coordinar y ejecutar las acciones que corresponden al INDECOPI en su calidad de ente rector del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas competentes en materia de protección al consumidor del INDECOPI.
- **Órganos resolucivos de conflictos de consumo del INDECOPI:** Órganos de Procedimiento Sumarísimo. Cada órgano es competente para conocer, en primera instancia administrativa, denuncias cuya cuantía, determinada por el valor del producto o servicio materia de controversia, no supere tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT)¹; así como aquellas denuncias que versen exclusivamente sobre requerimientos de información, métodos abusivos de cobranza y demora en la entrega del producto, con independencia de su cuantía. Asimismo, es competente para conocer, en primera instancia, denuncias por incumplimiento de medida correctiva, incumplimiento de acuerdo conciliatorio e incumplimiento y liquidación de costas y costos.
- **Comisión de Protección al Consumidor:** Corresponde a la Comisión velar por el cumplimiento de la Ley nº 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor y de la normatividad que en general, protege a los consumidores de la falta de idoneidad de los bienes y servicios, de la vulneración al derecho de la información y de la discriminación en el marco de las relaciones de consumo, así como de las demás afectaciones a los derechos que reconocen las normas sobre la materia, y aquellas que complementen o sustituyan las anteriores. Además, constituye la primera instancia administrativa de aquellos conflictos de consumo que no pueden ser vistos dentro de un proceso sumarísimo y la segunda instancia administrativa del procedimiento sumarísimo.

¹ 1 UIT= 1 Unidad impositiva tributaria equivale a S/. 3,800.00 nuevos soles para el año 2014(\$ 1360 dólares americanos aproximadamente). La UIT se actualiza año a año. Disponible en: http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=301&Itemid=100877&lang=es

- **Sala de Protección al Consumidor:** Es responsable por: conocer y resolver en segunda y última instancia administrativa las apelaciones interpuestas contra los actos que ponen fin a la instancia, causen indefensión o determinen la imposibilidad de continuar el procedimiento; conocer y resolver en segunda y última instancia administrativa sobre la adopción de medidas correctivas, medidas cautelares, multas, medidas coercitivas, pago de costas y costos; conocer y resolver los recursos de revisión, dentro del marco del procedimiento sumarísimo de protección al consumidor; conocer y resolver quejas por defectos de tramitación de los procedimientos de competencia de los órganos de primera instancia o de otra Sala; entre otras competencias.
- **Gerencia de Supervisión y Fiscalización del INDECOPI:** Es una unidad técnico normativa que formula y propone normas de política de alcance nacional sobre prevención a través de actividades de supervisión y la fiscalización del cumplimiento de obligaciones legales y contractuales, por parte de quienes realizan actividades sujetas a la competencia del INDECOPI. Presta el apoyo técnico - legal y de ejecución, en el ejercicio de las facultades de supervisión y fiscalización en las actividades económicas que éstos determinen.
- **Servicio de Atención al Ciudadano del INDECOPI:** Tiene como finalidad canalizar e integrar los servicios de las áreas funcionales y administrativas, brindar información de los procedimientos y requisitos para el acceso a los servicios que prestan todas las áreas del INDECOPI y solucionar controversias de consumo a través de conciliaciones, por delegación de funciones de la Comisión de Protección al Consumidor.
- **Gerencia de Oficinas Regionales del INDECOPI:** Tiene a su cargo el planeamiento, la organización, la dirección, y supervisión de los servicios que presta el INDECOPI en las distintas regiones del país, a través de las Oficinas Regionales y otras sedes desconcentradas. Comprende a las Oficinas Regionales y otras sedes desconcentradas, las cuales tienen a su cargo la realización de las acciones conducentes a la prestación de los servicios y demás funciones institucionales en su respectiva zona de adscripción territorial.

- **Consejo Nacional de Protección del Consumidor:** Entre las funciones del Consejo Nacional de Protección del Consumidor, ejecutadas en coordinación con la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, se puede destacar: a) proponer y armonizar la política nacional de protección y defensa del consumidor, así como el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, que deben ser aprobados por la Presidencia del Consejo de Ministros; b) formular recomendaciones sobre la priorización de acciones en determinados sectores de consumo y sobre la generación de normas sobre protección de los consumidores; c) emitir opinión sobre programas y proyectos en materia de protección del consumidor que se sometan a su consideración; entre otras.
- **Poder Judicial:** En caso que el consumidor busque una reparación e indemnización por daños y perjuicios sufridos por violaciones a los derechos de los consumidores, esta solo podrá ser solicitada a través del Poder Judicial. El Poder Judicial es la instancia a la cual acuden los consumidores cuando los casos presentados ante el INDECOPI no llegan a una decisión que les satisfaga. Este proceso se realiza a través de un Procedimiento Contencioso Administrativo regulado por la Ley n° 27584 y tiene como fin impugnar la decisión de la administración pública, como por ejemplo actos administrativos, silencio administrativo y actuaciones materiales administrativas.

La base legal en donde pueden encontrarse las atribuciones y responsabilidades de todos los órganos referidos es:

Decreto Supremo 106-2012-PCM Aprueban modificaciones al Reglamento de Organizaciones y Funciones del INDECOPI de fecha 25 de octubre del 2012;

Ley 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor aprobado publicado el 02 de septiembre del 2010

Las asociaciones civiles de consumidores

Son organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código Civil Peruano. Tienen como finalidad: proteger, defender, informar y

representar a los consumidores y usuarios.

Están legitimadas para interponer reclamos y denuncias ante la Comisión de Protección al Consumidor y los demás órganos funcionales competentes del INDECOPI. También pueden actuar a nombre de sus asociados y de las personas que les hayan otorgado poder para ello, ante los organismos reguladores de los servicios públicos (en materia de protección al consumidor), actuando en defensa de los intereses colectivos o difusos de los consumidores.

Véanse las asociaciones de consumidores que están debidamente inscritas en el Registro Oficial de Asociaciones de consumidores:

- Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios ASPEC;
- Asociación en Defensa de los Derechos del Consumidor - San Francisco;
- Asociación de Regional de Consumidores y Usuarios de los Servicios Públicos de Puno – ARSCUSP;
- Asociación de Consumidores ATENEA - En Defensa de los Derechos de los Consumidores;
- Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado "IDOM";
- Asociación de Consumidores y Usuarios de Seguros "ACUSE";
- "Asociación de Protección al Usuario APU";
- Asociación Civil Constructores de Paz;
- Instituto Proyecto Solidaridad Global;
- Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región ANCASH- ACUREA;
- "Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios AADEC";
- Asociación Accusa Defensor del Consumidor;
- Asociación Peruana Para la Difusión y Defensa de los Derechos de los Consumidores – ASDEC;
- "Asociación Instituto de Defensa Legal del Ambiente y el Desarrollo Sostenible PERÚIDLADS";
- CAUDAL- Instituto de Protección al Consumidor;
- Asociación en Defensa del Consumidor - Perú ADECON_PERÚ;
- Asociación Protectora del Consumidor y Desarrollo Jurídico – APROCDEJ;
- "Asociación Nacional Para La Defensa y la Educación de los Consumidores ANDECO";
- ASOCIACIÓN DE DEFENSA, EDUCACIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES-

ADEPCO;

- Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Barranca – ADECUB.

Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor.

Sobre el particular, a partir del 2010, existe el procedimiento sumarísimo de solución de conflictos a nivel administrativo para los siguientes casos, previstos en el art. 125 del Código de Protección y Defensa del Consumidor:

- a) cuando el valor de los productos o servicios reclamados no supere las 3 UIT;
- b) requerimientos de información;
- c) métodos abusivos de cobranza;
- d) demora en la entrega del producto;
- e) denuncias por incumplimiento de medida correctiva;
- f) incumplimiento de acuerdo conciliatorio;
- g) incumplimiento y liquidación de costas y costos.

Están excluidos sin importar la cuantía los reclamos que involucren productos o sustancias peligrosas, actos de discriminación, o trato diferenciado, servicios médicos, actos que afecten intereses colectivos o difusos.

El plazo para resolver es de 30 días hábiles por instancia.

La primera instancia es el Órgano de Procedimiento Sumarísimo y la segunda la Comisión de Protección del Consumidor, previéndose de manera excepcional el recurso de revisión, el mismo que sería visto por la Sala de Protección del Consumidor.

Sanciones administrativas previstas para punir el proveedor

Las sanciones administrativas están previstas en el art. 110 del Código de Protección y Defensa del Consumidor y van desde amonestación (llamada de atención) hasta la aplicación de pena de 450 UIT. Las sanciones varían de acuerdo a la gravedad de la falta cometida y pueden ser:

- a) infracciones leves, con una amonestación o con una multa de hasta cincuenta (50) UIT;
- b) infracciones graves, con una multa de hasta ciento cincuenta (150) UIT;
- c) infracciones muy graves, con una multa de hasta cuatrocientos cincuenta (450) UIT.

Procedimiento judicial a disposición del consumidor

El INDECOPI es la autoridad con competencia primaria para conocer presuntas infracciones a las normas de protección al consumidor, siendo que dicha competencia solo puede ser negada cuando ella haya sido asignada a favor de otro organismo por norma expresa con rango de ley. La protección del consumidor se realiza en sede administrativa a través de los órganos resolutive de primera y segunda instancia que posee el INDECOPI, los mismos que tienen capacidad de resolver conflictos de consumo siendo sus resoluciones de carácter vinculante con facultades para imponer medidas correctivas y multas administrativas, las cuales pueden ser exigibles incluso coactivamente.

En sede administrativa se pueden iniciar dos procesos: el procedimiento sumarísimo y el procedimiento ordinario. Respecto a este último se tiene dos instancias: la primera es la Comisión de Protección del Consumidor y, la segunda, es la Sala de Protección del Consumidor.

De otro lado, el consumidor puede acudir al procedimiento judicial caso su pretensión sea obtener una indemnización por daños y perjuicios por parte del proveedor, dado que en sede administrativa ningún órgano de solución de conflictos en nuestra legislación tiene la facultad de otorgar dicho remedio jurídico. Asimismo, en caso que el consumidor no sea amparado en su pretensión en sede administrativa ante el INDECOPI, puede impugnar la resolución a través de una demanda contenciosa administrativa ante el Poder Judicial.

Sanciones penales previstas para la punición del proveedor

No tenemos sanciones penales específicas en materia de consumidor. Las sanciones penales están reguladas de manera general en el Código Penal Peruano.

El arbitraje de consumo

El Código de Protección y Defensa del Consumidor, aprobado mediante la Ley n° 29571, dispone sobre la implementación del sistema de arbitraje de consumo en los gobiernos locales y regionales.

El Código desarrolla este sistema en los artículos 137 y siguientes.

Asimismo, existe, a nivel reglamentario, el Decreto Supremo n° 046-2011-PCM (Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo), a que hacen referencia los arts. 137 a 144 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.



URUGUAY

SISTEMA NACIONAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR URUGUAYO



Fundamento constitucional de la defensa del consumidor

La Constitución Nacional uruguaya no tiene una previsión expresa a este respecto.

No obstante ello, la doctrina coincide que la constitucionalidad de las leyes de defensa del consumidor se encuentra en el artículo 72 de la Constitución.

Se entiende que el “inventario” de derechos, deberes y garantías hecha por la Constitución no excluye los otros que son inherentes a la personalidad humana (art. 72 de la Const.), en el caso que no hubiera reglamentación no implica que no pueda aplicarse (art. 332 Const.), ello puede suplirse recurriendo a los fundamentos de leyes análogas, a los principios generales del derecho y a las doctrinas generalmente admitidas.

La base legal de la protección del consumidor

En el caso de Uruguay es la Ley nº 17.250, de Relaciones de Consumo con redacción introducida por:

- a) la Ley nº 19.149 (arts. 143 a 146);
- b) la Ley nº 18.507 (ley de procesos judiciales abreviados en materia de consumo), con modificación introducida por el art. 142 de la Ley 19.149.

Asimismo, reglamentan cuestiones específicas las siguientes legislaciones:

- a) la Ley nº 18.212 (ley financiera, en materia de usura);
- b) la Ley nº 17.598 (para servicio de energía, electricidad y agua);
- c) la Ley nº 17.296 (para servicios de telefonía, televisión para abonados, correos, encomiendas, internet);
- d) la Ley nº 18.335 (para servicios de salud pública y privada);

- e) la Ley nº 14.335 (para servicios turísticos);
- f) la Ley nº 19.210 (de inclusión financiera);
- g) la Ley nº 18.437 (educación primaria y secundaria); y
- h) la Ley nº 18.331 (datos personales).

La estructura del sistema de defensa del consumidor.

Hay una autoridad nacional genérica (la Dirección General de Comercio – Área Defensa del Consumidor) con potestades de control y sanción.

También encontramos las autoridades nacionales con competencia de defensa del consumidor en su materia específica y por último las autoridades departamentales, en ambos casos tienen potestades de control y sanción en su competencia y jurisdicción.

La política nacional de relación de consumo y sus principales instrumentos

A través de la fiscalización, de mediaciones (a distancia y en audiencias), difusión y concientización, y aplicación de sanciones a los infractores.

Órganos que actúan en la defensa del consumidor: facultades y atribuciones

El Área Defensa del Consumidor de la Dirección General de Comercio, tiene entre sus principales facultades:

- fiscalizar el cumplimiento de la normativa de protección al consumidor;
- mediar entre consumidores y proveedores;
- asesorar a los consumidores respecto a sus derechos; y
- fomentar la constitución de asociaciones de consumidores.

La Unidad Reguladora de Servicios de Energía y Agua tiene como atribuciones:

- fiscalizar el cumplimiento de la normativa de protección al consumidor de estos servicios específicos;
- el control de reglamentos técnicos de electrodomésticos;
- la realización de mediaciones entre consumidores de estos servicios y proveedores.

La Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones, a su vez, posee como principal función la fiscalización del cumplimiento de normativa de protección al consumidor de los servicios de telefonía, internet, televisión para abonados, encomiendas.

Las asociaciones civiles de consumidores

Estas asociaciones actúan principalmente en actividades de concientización y académicas. Se les invita a comisiones legislativas para brindar su opinión y sugerir textos alternativos para leyes de defensa del consumidor. Algunas de ellas asesoran a los consumidores y los representan en mediaciones en el área administrativa. Tenemos conocimiento que la Asociación Civil CUA entabló una acción colectiva en materia de consumo.

Algunos ejemplos de asociaciones civiles de consumidores en el Uruguay son:

- Liga Uruguaya de Defensa del Consumidor
- Consumidores y Usuarios Asociados Uruguay (CUA).
- Liga de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de la República Oriental del Uruguay
- REDCON - Consumidores en Red de Confianza.
- Causa Común

Procedimiento administrativo para apurar la responsabilidad del proveedor que causa daño al consumidor

El país no cuenta con este tipo de procedimiento específico.

Sanciones administrativas previstas para punir el proveedor

Son las siguientes las sanciones aplicables: apercibimiento, multas, decomiso de productos, clausura del establecimiento, suspensión del registro de proveedores del Estado, colocación de cartelera de infractor a la ley de defensa del consumidor, publicación en diarios de la sanción.

Estas sanciones están previstas en la Ley nº 17.250 sobre Defensa del Consumidor.

Procedimiento judicial a disposición del consumidor

Existe un procedimiento especial para procesos de menor cuantía en materia de consumo, instituido por la Ley nº 18.507. Se diferencia del procedimiento ordinario, pues tramita en única instancia (no admite revisión en instancia superior), está sujeto a tributación menor a la de los procesos ordinarios, no requiere obligatoriamente asistencia letrada, no requiere conciliación previa.

Sanciones penales previstas para la punición del proveedor

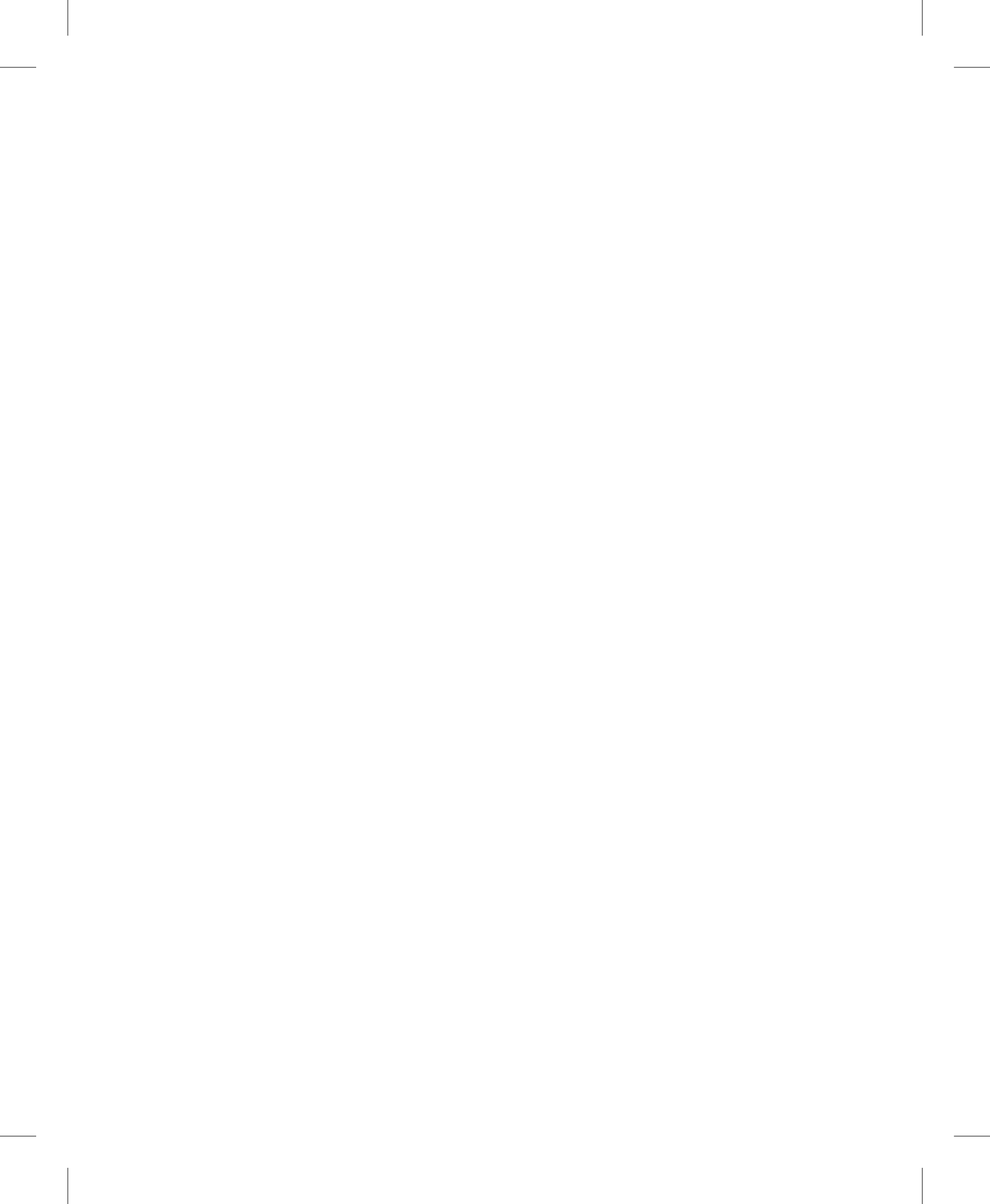
El país no cuenta con este tipo de punición.

El arbitraje de consumo

El Uruguay tampoco tiene una ley que establezca la posibilidad del consumidor recurrir al arbitraje.

CAPÍTULO 3
PRINCIPIOS, CONCEPTOS Y DERECHOS BÁSICOS
DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR





ARGENTINA

EL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN ARGENTINA



La noción de vulnerabilidad del consumidor

La legislación tuitiva en materia de protección al consumidor en la República Argentina se encuentra estructurada, como la más moderna legislación en la materia, con base en el principio de la asimetría negocial e informativa que tiñe la relación de consumo, ya que el consumidor, parte débil de la relación contractual, carece del poder de negociación y de la información pertinente sobre el producto o servicio de que se trate, para (eventualmente) negociar en términos equitativos la contratación de consumo.

Por ello, toda la legislación es tuitiva de la parte débil y de orden público para favorecer al consumidor.

Ejemplo de caso de vulnerabilidad del consumidor: Un consumidor es demorado en un supermercado por el personal de seguridad del mismo, ante la supuesta sustracción de un producto por parte del Sr. López. En este caso el consumidor recibe por parte del proveedor un trato indigno y vergonzante.

Concepto de consumidor

El concepto de consumidor está contemplado en el art. 1° de la Ley nº 24.240. Conforme el dispositivo mencionado:

“Art. 1° — Objeto. Consumidor. Equiparación. La presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Queda comprendida la adquisición de derechos en tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines.

Se considera asimismo consumidor o usuario a quien, sin ser parte de una relación de consumo, como consecuencia o en ocasión de ella adquiere o utiliza bienes o

servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de consumo.”

Ejemplo de consumidor: Un representante de la Cooperadora de la Escuela 25 de La Plata- Prov. de Buenos Aires-, llama a la Dirección de Defensa del Consumidor para reclamar, porque la Cooperadora compró por Mercado Libre un equipo de música para el colegio. Cuando recibe la caja comprueba que el equipo entregado no se corresponde con el publicado y adquirido por ella. Pide que lo asesoren respecto de cómo conducirse para resolver el problema.

Concepto de proveedor

El concepto de proveedor surge del art. 2º de la Ley nº 24.240. Véase:

“Art. 2º — PROVEEDOR.

Es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios. Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente ley.

No están comprendidos en esta ley los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento. Ante la presentación de denuncias, que no se vinculen con la publicidad de los servicios, presentadas por los usuarios y consumidores, la autoridad de aplicación de esta ley informará al denunciante sobre el ente que controle la respectiva matrícula a los efectos de su tramitación.”

Ejemplo de proveedor: Un consumidor advierte que de su saldo de crédito de la tarjeta prepaga de telefonía móvil, se le van descontado 10 pesos, ante unos mensajes que lo invitan a participar de sorteos para ganarse premios. El Sr. Pérez, nunca solicitó que le envíen ningún mensaje, pero se da cuenta que al leer y borrar estos mensajitos de texto que envían inconsultamente, se le va descontado crédito de su cuenta. Cansado de la situación, decide consultar a su empresa proveedora de telefonía celular.

Concepto de producto

La Ley n° 24.240 de Defensa del Consumidor no define expresamente el concepto de producto, haciendo referencia genérica a los bienes, del siguiente modo:

“Art. 1º — Objeto. Consumidor. Equiparación. La presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Queda comprendida la adquisición de derechos en tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines...”

Concepto de servicio

La Ley n° 24.240 tampoco define jurídica o conceptualmente al servicio, haciendo una referencia genérica en el art. 19, según el cual:

“Art. 19. — Modalidades de Prestación de Servicios. Quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos.”

Ejemplo de servicio: El consumidor llama reclamando porque el producto adquirido (una *notebook*), no presenta un funcionamiento correcto en las prestaciones del mismo. Las empresas (fabricante como vendedora), deben brindar un servicio técnico, conforme los términos de la garantía conferida, adecuado, ante la solicitud del consumidor. En el caso denunciado, el consumidor había ingresado el bien en cuestión, en dos oportunidades en el servicio técnico, sin solucionar su problema. Todo ello, durante el plazo de vigencia del período de garantía.

Concepto de servicios públicos

La Ley n° 24.240 tampoco define el concepto de servicio público, pero contempla un capítulo especial, Capítulo VI, referido a los “Usuarios de Servicios Públicos Domiciliarios” (que

aluden a los servicios de luz, gas, aguas y telefonía fija), con los siguientes alcances:

“CAPITULO VI

USUARIOS DE SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS

Art. 25. — Constancia escrita. Información al usuario. Las empresas prestadoras de servicios públicos a domicilio deben entregar al usuario constancia escrita de las condiciones de la prestación y de los derechos y obligaciones de ambas partes contratantes. Sin perjuicio de ello, deben mantener tal información a disposición de los usuarios en todas las oficinas de atención al público.

Las empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios deberán colocar en toda facturación que se extienda al usuario y en las oficinas de atención al público carteles con la leyenda: "Usted tiene derecho a reclamar una indemnización si le facturamos sumas o conceptos indebidos o reclamamos el pago de facturas ya abonadas, Ley N° 24.240".

Los servicios públicos domiciliarios con legislación específica y cuya actuación sea controlada por los organismos que ella contempla serán regidos por esas normas y por la presente ley. En caso de duda sobre la normativa aplicable, resultará la más favorable para el consumidor.

Los usuarios de los servicios podrán presentar sus reclamos ante la autoridad instituida por legislación específica o ante la autoridad de aplicación de la presente ley.”

(Artículo sustituido por art. 10 de la Ley N° 26.361 B.O. 7/4/2008.

“Art. 26. — Reciprocidad en el Trato. Las empresas indicadas en el artículo anterior deben otorgar a los usuarios reciprocidad de trato, aplicando para los reintegros o devoluciones los mismos criterios que establezcan para los cargos por mora.”

“Art. 27. — Registro de reclamos. Atención personalizada. Las empresas prestadoras deben habilitar un registro de reclamos donde quedarán asentadas las presentaciones de los usuarios. Los mismos podrán efectuarse por nota, teléfono, fax, correo o correo electrónico, o por otro medio disponible, debiendo extenderse constancia con la identificación del reclamo. Dichos reclamos deben ser satisfechos en plazos perentorios, conforme la reglamentación de la presente ley. Las empresas prestadoras de servicios públicos deberán garantizar la atención personalizada a los usuarios.”

(Artículo sustituido por art. 11 de la Ley N° 26.361 B.O. 7/4/2008.

“Art. 28. — Seguridad de las Instalaciones. Información. Los usuarios de servicios públicos que se prestan a domicilio y requieren instalaciones específicas, deben ser convenientemente informados sobre las condiciones de seguridad de las instalaciones y de los artefactos.”

“Art. 29. — Instrumentos y Unidades de Medición. La autoridad competente queda facultada para intervenir en la verificación del buen funcionamiento de los instrumentos de medición de energía, combustibles, comunicaciones, agua potable o cualquier otro similar, cuando existan dudas sobre las lecturas efectuadas por las empresas prestadoras de los respectivos servicios.

Tanto los instrumentos como las unidades de medición, deberán ser los reconocidos y legalmente autorizados. Las empresas prestatarias garantizarán a los usuarios el control individual de los consumos. Las facturas deberán ser entregadas al usuario con no menos de diez (10) días de anticipación a la fecha de su vencimiento.”

“Art. 30. — Interrupción de la Prestación del Servicio. Cuando la prestación del servicio público domiciliario se interrumpa o sufra alteraciones, se presume que es por causa imputable a la empresa prestadora. Efectuado el reclamo por el usuario, la empresa dispone de un plazo máximo de treinta (30) días para demostrar que la interrupción o alteración no le es imputable. En caso contrario, la empresa deberá reintegrar el importe total del servicio no prestado dentro del plazo establecido precedentemente. Esta disposición no es aplicable cuando el valor del servicio no prestado sea deducido de la factura correspondiente. El usuario puede interponer el reclamo desde la interrupción o alteración del servicio y hasta los quince (15) días posteriores al vencimiento de la factura.”

“Art. 30 bis. — Las constancias que las empresas prestatarias de servicios públicos, entreguen a sus usuarios para el cobro de los servicios prestados, deberán expresar si existen períodos u otras deudas pendientes, en su caso fechas, concepto e intereses si correspondiera, todo ello escrito en forma clara y con caracteres destacados. En caso que no existan deudas pendientes se expresará: "no existen deudas pendientes".

La falta de esta manifestación hace presumir que el usuario se encuentra al día con sus pagos y que no mantiene deudas con la prestataria.

En caso que existan deudas y a los efectos del pago, los conceptos reclamados deben facturarse por documento separado, con el detalle consignado en este artículo.”

“Art. 31. — Cuando una empresa de servicio público domiciliario con variaciones regulares estacionales facture en un período consumos que exceden en un SETENTA Y

CINCO POR CIENTO (75%) el promedio de los consumos correspondientes al mismo período de los DOS (2) años anteriores se presume que existe error en la facturación.

Para el caso de servicios de consumos no estacionales se tomará en cuenta el consumo promedio de los últimos DOCE (12) meses anteriores a la facturación. En ambos casos, el usuario abonará únicamente el valor de dicho consumo promedio.

En los casos en que un prestador de servicios públicos facturase sumas o conceptos indebidos o reclamare el pago de facturas ya abonadas el usuario podrá presentar reclamo, abonando únicamente los conceptos no reclamados.

El prestador dispondrá de un plazo de TREINTA (30) días a partir del reclamo del usuario para acreditar en forma fehaciente que el consumo facturado fue efectivamente realizado.

Si el usuario no considerara satisfecho su reclamo o el prestador no le contestara en los plazos indicados, podrá requerir la intervención del organismo de control correspondiente dentro de los TREINTA (30) días contados a partir de la respuesta del prestador o de la fecha de vencimiento del plazo para contestar, si éste no hubiera respondido.

En los casos en que el reclamo fuera resuelto a favor del usuario y si éste hubiera abonado un importe mayor al que finalmente se determine, el prestador deberá reintegrarle la diferencia correspondiente con más los mismos intereses que el prestador cobra por mora, calculados desde la fecha de pago hasta la efectiva devolución, e indemnizará al usuario con un crédito equivalente al VEINTICINCO POR CIENTO (25%) del importe cobrado o reclamado indebidamente. La devolución y/o indemnización se hará efectiva en la factura inmediata siguiente.

Si el reclamo fuera resuelto a favor del prestador éste tendrá derecho a reclamar el pago de la diferencia adeudada con más los intereses que cobra por mora, calculados desde la fecha de vencimiento de la factura reclamada hasta la fecha de efectivo pago.

La tasa de interés por mora en facturas de servicios públicos no podrá exceder en más del CINCUENTA POR CIENTO (50%) la tasa pasiva para depósitos a TREINTA (30) días del Banco de la Nación Argentina, correspondiente al último día del mes anterior a la efectivización del pago.

La relación entre el prestador de servicios públicos y el usuario tendrá como base la integración normativa dispuesta en los artículos 3º y 25 de la presente ley.

Las facultades conferidas al usuario en este artículo se conceden sin perjuicio de las previsiones del artículo 50 del presente cuerpo legal.”

Concepto de relación de consumo

Recién a partir de la reforma de la Ley n° 24.240, operada en el año 2008, se introdujo la definición de “relación de consumo” en el art. 3°, que la ley en su versión anterior no preveía:

“Art. 3° — Relación de consumo. Integración normativa. Preeminencia.

Relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario.

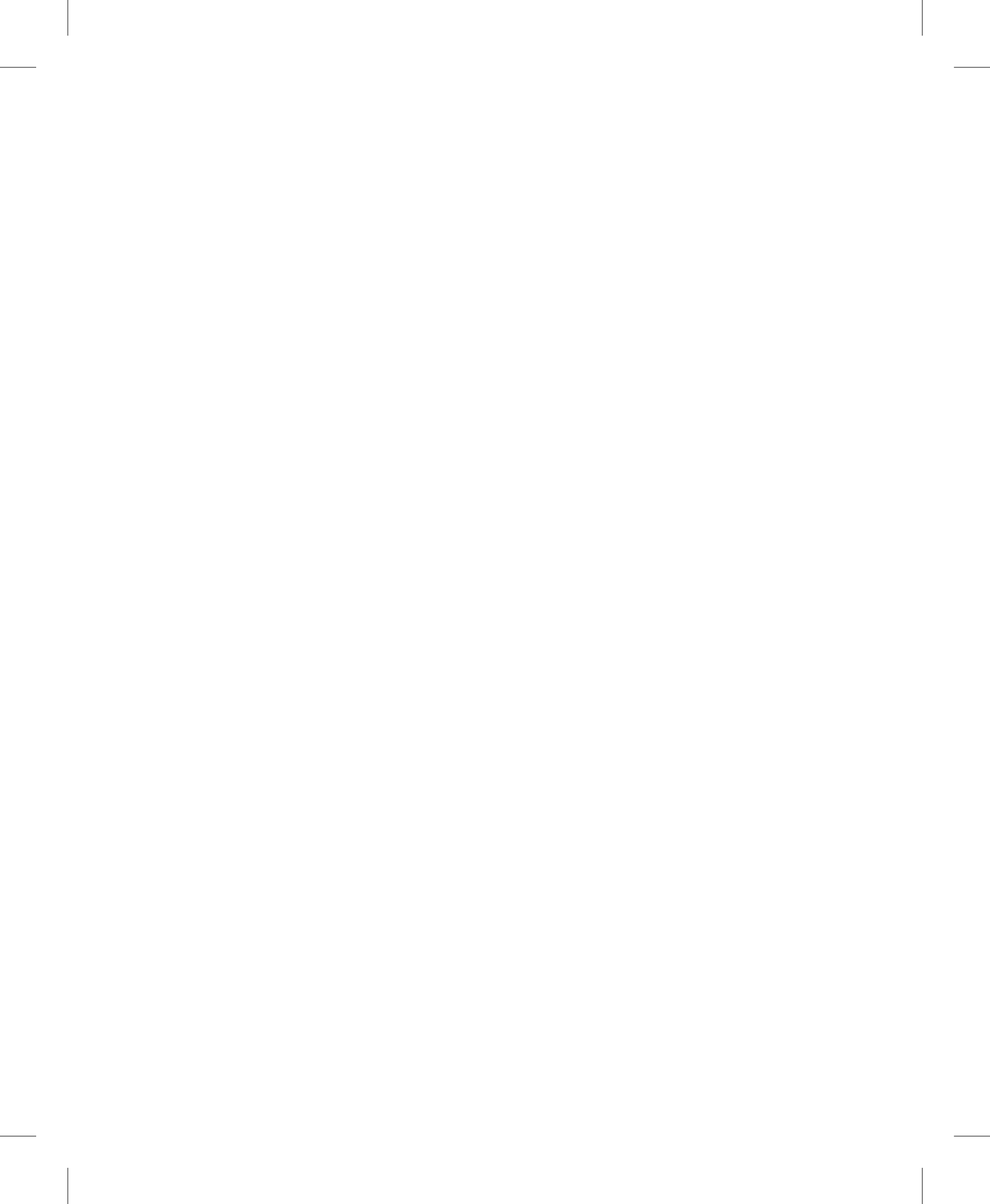
Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo, en particular la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia y la Ley N° 22.802 de Lealtad Comercial o las que en el futuro las reemplacen. En caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable al consumidor...”

Derechos básicos del consumidor

Podemos enunciar a los derechos básicos del consumidor con base en la previsión constitucional del art. 42 de la Constitución Nacional Argentina:

“Art. 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...”

A estos derechos deben adicionarse el acceso a la justicia (y su consecuencia obvia de reparación integral de daños), previsto genéricamente en el art. 43 de la Constitución.



BRASIL

EL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN BRASIL



La noción de vulnerabilidad del consumidor

El Código de Defensa del Consumidor parte de la suposición de que el consumidor es un sujeto vulnerable al adquirir productos y servicios o simplemente al exponerse a las prácticas del mercado.

La vulnerabilidad es el punto fundamental del CDC y, en la práctica, se traduce en la insuficiencia, en la fragilidad del consumidor para mantenerse inmune a las prácticas lesivas sin la intervención auxiliadora de los órganos o instrumentos para su protección.

Por tratarse de un concepto tan relevante, la vulnerabilidad permea, directa o indirectamente, todos los aspectos de la protección al consumidor.

Según la doctrina, la vulnerabilidad puede ser comprendida de varias formas: técnica para identificar que el consumidor no tiene conocimiento específico sobre el producto o servicio adquirido, sea él sofisticado o no, estando más propenso a ser engañado en cuanto a las promesas hechas por el proveedor; y jurídica, demostrada en cuanto el proveedor trabaja frecuentemente en su ramo económico, contando con asesoramiento jurídico especializado, habitualmente defendiendo causas semejantes, el consumidor que precisa pleitear con él (defenderse o demandar) tendrá en contraste, pocos recursos. Tal es el caso del consumidor con relación a la prestación del servicio de la operadora de telefonía móvil.

Conviene destacar que los criterios de visualización de la vulnerabilidad son apenas criterios didácticos que auxilian en la identificación del punto de fragilidad del consumidor. En la práctica, la demostración de la vulnerabilidad es presumida por la propia ley, bastando una especie de vulnerabilidad para que consumidor sea reconocido.

Ejemplo de vulnerabilidad del consumidor: la vulnerabilidad del consumidor es la incapacidad de comprender por completo todas las características de los productos o servicios que consume, de modo a estar expuesto a eventuales abusos o fraudes, tal como ocurre cuando una persona común compra una computadora o contrata un viaje de turismo, sin conocer en detalles lo que está adquiriendo.

Concepto de consumidor

El consumidor es la parte vulnerable de la relación de consumo.

El Código de Defensa del Consumidor (CDC) define consumidor como “toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final” (art. 2°, *caput*, CDC). Siendo así, la ley no deja dudas de que el ciudadano individualmente considerado (persona física o natural) es consumidor, conforme a la legislación.

No obstante, en lo referente a las empresas (y personas físicas que ejercen actividades profesionales) existe alguna duda, tanto en doctrina como en jurisprudencia, cuando se trata de definir cuál es el sentido y alcance de la expresión destinatario final. Algunos interpretan esa expresión permitiendo que el simple acto de retirar el producto o servicio del mercado (destinatario fáctico) ya caracteriza una protección de la ley de consumo, poco importando el destino que será dado al mismo (llamados maximalistas).

Por otro lado, hay parte de la doctrina que no entiende correcta la aplicación de la ley de consumo cuando haya adquisición de productos o servicios por parte de persona física o jurídica que emplea los mismos para darles nueva finalidad económica (llamados finalistas). Brasil adoptó la teoría finalista.

Además del concepto padrón de consumidor contenido en el artículo 2°, *caput*, del CDC, pueden también ser consumidores “una colectividad de personas que, aún indeterminadas, hayan intervenido en las relaciones de consumo” (parágrafo único del art. 2°, do CDC); “las víctimas del evento” de las que cuida el art. 17, del CDC; además de “todas las personas, determinables o no, expuestas a prácticas abusivas” (art. 29, CDC). Se debe comprender que el sentido del parágrafo único del art. 2° del CDC es de expresar que la defensa del consumidor no se ejerce apenas individualmente, también en carácter colectivo cuando la lesión o actividad potencialmente lesiva del proveedor coloca en riesgo un número indeterminado de consumidores. Finalmente, también están equiparadas con consumidores todas las personas, determinables o no, expuestas a llamadas abusivas de los proveedores (art. 29, CDC).

Ejemplo de consumidor: toda persona natural que compra un producto o contrata un servicio para su uso propio o familiar, como la persona que compra una televisión o contrata un servicio de locación de un auto. La persona jurídica también puede ser considerada consumidora si el producto comprado no fuere objeto de reventa.

Concepto de proveedor

El Código de Defensa del Consumidor establece en su art. 3°, de modo bastante genérico e intencionalmente amplio, que proveedor es “toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera, bien como entes despersonalizados, que desempeñan actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, distribución o comercialización de productos o prestación de servicios”.

Inicialmente, esta lista de actividades mencionadas en la ley es, según la doctrina, meramente un ejemplo de lo que puede hacer el proveedor para “colocar el producto o servicio en circulación en el mercado”. Si un comerciante ejerce una actividad que no encuentra conexión directa con cualquiera de las hipótesis del art. 3°, encima destacado, pero se resume en disponibilizar productos o servicios a los consumidores, con onerosidad y habitualidad, no hay duda de que se trata de un proveedor.

Ejemplo de proveedor: toda persona física o jurídica que coloca, directa o indirectamente, productos o servicios en el mercado de consumo, tales como el productor de verduras, una empresa de comercio por mayor o una institución financiera.

Concepto de producto

El Código de Defensa del Consumidor trata los bienes de la vida como productos (cualquier bien, mueble o inmueble, material o inmaterial), poseyendo previsión en el art. 3°, párrafo 1°, del CDC.

Los productos son bienes que se transfieren del patrimonio del proveedor para el del consumidor, sean ellos materiales (ej.: aparato telefónico) o hasta inmateriales (ej.: un programa de computación).

Los productos muebles son aquellos que, como el propio nombre lo indica, son pasibles de dislocamiento, sujetos a entrega (ej.: un vehículo, una televisión, alimento), en cuanto que son inmuebles los bienes incorporados natural o artificialmente al suelo (ej.: lote de tierra urbana o rural, residencial o comercial, un departamento).

Ejemplo de producto: cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, como un teléfono móvil, un departamento o un aplicativo para el *smartphone*.

Concepto de servicio

Los servicios son actividades humanas proveídas en el mercado de consumo ejecutadas por los proveedores, de interés de los consumidores que de ellas necesitan (ej.: el servicio de transporte de pasajeros y el servicio de telefonía).

El CDC esclarece que también son servicios las actividades de naturaleza “bancaria, financiera, de crédito y de seguros” (art. 3º, parágrafo 2º, CDC). De este modo, las relaciones trabadas entre el consumidor y una institución financiera, casa bancaria o de crédito, así como una aseguradora, deberán respetar las leyes de consumo aquí tratadas.

Ejemplo de servicio: cualquier actividad contratada por el consumidor, por medio del pago de una cuantía en dinero, como un seguro o el lavado de ropas, en una lavandería.

Concepto de servicios públicos

El concepto de servicio público es amplio. Servicio público es todo aquel prestado por la administración o por sus delegados, bajo normas y controles estatales, para satisfacer a las necesidades esenciales o secundarias de la colectividad, o simple convivencia del Estado.

Entre las especies de servicios existen aquellos prestados directamente por la Administración Pública, conocidos como servicios propios, y aquellos prestados por intermedio de permisionarios o concesionarios, que son impropios.

Los servicios propios de regla son gratuitos o financiados por medio de tributos, por lo tanto no admiten delegación, no siendo objeto de relación de consumo. De este modo, son servicios propios la educación y la salud pública. Serán sometidos al régimen jurídico del CDC los servicios públicos impropios, por satisfacer los intereses de los miembros de la colectividad. Son onerosos y remunerados con tasas o tarifas específicas y proporcionales a la prestación recibida. De este modo son considerados servicios públicos bajo la visión del CDC: agua, luz, telefonía y peajes.

Concepto de relación de consumo

La relación de consumo es la ligación jurídica existente entre un proveedor y el consumidor. El consumidor busca satisfacer sus necesidades como destinatario final, a través de la

adquisición de bienes o servicios ofrecidos por el proveedor que ejerce actividad empresarial.

En este sentido, se constata que la relación de consumo es compuesta por dos elementos principales, los cuales son, el subjetivo y el objetivo. El subjetivo son los sujetos envueltos en la relación de consumo: el consumidor (art. 2°) y el proveedor (art. 3°). El objetivo está compuesto por la existencia del producto (art. 3°, § 2°) envuelto en la relación de consumo.

Derechos básicos del consumidor

Los derechos básicos son valores y preceptos fundamentales que integran un rol básico o mínimo de condiciones para que el consumidor conviva con dignidad en el mercado de consumo. Los derechos básicos del consumidor están contenidos en el art. 6° del CDC y son:

- (I)- Derecho a la vida, salud y seguridad;
- (II) Derecho a educación, libertad de elección e información adecuada;
- (III) Derecho a la protección contra publicidad engañosa y abusiva;
- (IV) Derecho a la protección contractual;
- (V) Derecho a la prevención y reparación de daños;
- (VI) Derecho a la facilitación de acceso a la justicia;
- (VII) Derecho a servicio público eficaz.



PARAGUAY

DERECHO DEL CONSUMIDOR EN PARAGUAY



La noción de vulnerabilidad del consumidor

La Ley n° 1.334/98 de Defensa del Consumidor y el Usuario establece las normas de protección y de defensa de los consumidores y usuarios, en su dignidad, salud, seguridad e intereses económicos.

Los derechos reconocidos por la presente Ley a los consumidores no podrán ser objetos de renuncia, transacción o limitación convencional y prevalecerán sobre cualquier norma legal, uso, costumbre, práctica o estipulación en contrario.

Es eminentemente tuitiva. Tiene por objeto la defensa de los derechos de los consumidores, y es de orden público. Quedarán sujetos a las disposiciones de la presente Ley todos los actos celebrados entre proveedores y consumidores relativos a la distribución, venta, compra o cualquier otra forma de transacción comercial de bienes y servicios.

Concepto de consumidor

El concepto de consumidor es encontrado en el art. 4º de la Ley de Defensa del Consumidor. Véase:

Art. 4º.- “A los efectos de la presente ley, se entenderán por:

CONSUMIDOR Y USUARIO: a toda persona física o jurídica, nacional o extranjera que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final de bienes o servicios de cualquier naturaleza.”

Concepto de proveedor

El concepto de proveedor esgrimido en la Ley n° 1.334/98, en su art. 4º inc. ‘b’) expresa lo siguiente:

“PROVEEDOR: a toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, pública o privada que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización, venta o arrendamiento de bienes o de prestación de servicios a consumidores o usuarios, respectivamente, por los que cobre un precio o tarifa.”

Concepto de producto

El concepto de productos contenido en la Ley n° 1.334/98, en su art. 4° inc. 'c'), expresa lo siguiente:

“PRODUCTOS: a todas las cosas que se consumen con su empleo o uso y las cosas o artefactos de uso personal o familiar que no se extinguen por su uso.”

Concepto de servicio

El concepto de servicio establecido en la Ley n° 1.334/98, en su art. 4° inc. 'd'), determina que:

“d) SERVICIOS: a cualquier actividad onerosa suministrada en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito o de seguro, con excepción de las que resultan de las relaciones laborales.”

Concepto de servicios públicos

La Ley n° 1.334/98, no define el concepto de servicios públicos, pero contempla en el Capítulo IV, arts. 17 hasta el 23, textualmente lo siguiente:

Art. 17.- “Las empresas prestadoras de servicios públicos a domicilio, sean ellas reparticiones del Estado, gobiernos departamentales o municipales, entes autónomos autárquicos o empresas privadas, mixtas o estatales, deberán

entregar al usuario o consumidor, constancia escrita de las condiciones de la prestación y de los derechos y obligaciones de ambas partes. Sin perjuicio de ello, deberán mantener tal información a disposición de los usuarios en todas las oficinas de atención al público.

La presente ley se aplicará en las cuestiones no previstas en las leyes especiales que regulen la prestación de servicios públicos.”

Art. 18.- “Los entes indicados en el artículo anterior deberán otorgar a los usuarios reciprocidad de trato, con relación a los reintegros o devoluciones, aplicando los mismos criterios que establezcan para cargos por mora.”

Art. 19.- “Los entes que presten servicios públicos deberán habilitar un registro de reclamos, donde quedarán asentadas las presentaciones de los usuarios. Dichos reclamos deberán ser satisfechos en los plazos que establezca la reglamentación de la presente ley.”

Art. 20.- “Los usuarios o consumidores de servicios públicos que se prestan a domicilio y requieren instalaciones específicas, serán informados sobre las condiciones de seguridad de las instalaciones y de los artefactos que las componen.”

Art. 21.- “La autoridad competente queda facultada a intervenir en la verificación del buen funcionamiento de los instrumentos de medición de energía, combustibles, comunicaciones, agua potable o cualquier otro servicio, cuando existan dudas sobre las lecturas efectuadas por los entes proveedores de los respectivos servicios.

Tanto los instrumentos como las unidades de medición deberán ser los legalmente autorizados. Los entes proveedores garantizarán a los usuarios o consumidores el control individual de los consumos. Las facturas serán entregadas en el domicilio del consumidor o usuario con no menos de diez días de anticipación a la fecha de su vencimiento. En las facturas de los servicios de esta naturaleza deberán consignarse en forma expresa y clara los detalles de consumo, medición y precio de las unidades consumidas.

Art. 22.- “Cuando la prestación del servicio público domiciliario se interrumpa o sufra alteraciones, se presumirá que es por causa imputable a la entidad proveedora. Efectuado el reclamo por el usuario, el ente dispondrá de un plazo

máximo de treinta días para demostrar que la interrupción o alteración no le es imputable. En caso contrario, el ente deberá reintegrar el importe total del servicio no prestado dentro de los diez días de vencido el plazo establecido precedentemente.

Esta disposición no será aplicable cuando el valor del servicio no prestado sea deducido de la factura correspondiente. El usuario podrá formular el reclamo desde la interrupción o alteración del servicio y hasta los quince días posteriores a la fecha de la factura.

En todo caso el consumidor o usuario tendrá derecho al suministro correcto e ininterrumpido del servicio, y a demandar por los daños y perjuicios que le irroge la mala calidad, los defectos o las interrupciones del servicio.”

Art. 23.- “Cuando el monto de una factura, tasa o precio del consumo sea notoriamente superior al promedio de cuatro facturaciones anteriores, el consumidor o usuario podrá evitar la interrupción de los servicios públicos o la pérdida de su titularidad, mientras efectúe las reclamaciones administrativas o judiciales, pagando a la entidad proveedora del servicio o depositando a la orden del juzgado interviniente, el monto promedio de las cuatro últimas facturaciones anteriores, en forma regular.

La autoridad de aplicación intervendrá en los casos en que los recargos por mora en facturas de servicios públicos pagadas fuera de término fuesen excesivamente elevados con relación a las tasas activas vigentes en el mercado.

El proveedor podrá retirar en todo momento los montos depositados judicialmente por el consumidor o usuario, sin que ello implique consentir el reclamo ni reconocer hechos ni derechos.”

Concepto de relación de consumo

El art. 4° inc. ‘f’ y ‘g’ trae el concepto de relación de consumo, en los siguientes términos:

“f) ACTOS DE CONSUMO: es todo tipo de acto, propio de las relaciones de consumo, celebrado entre proveedores y consumidores o usuarios, referidos a la producción, distribución, depósito, comercialización, venta o arrendamiento de bienes, muebles o inmuebles o a la contratación de servicios;

g) CONSUMO SUSTENTABLE: es todo acto de consumo, destinado a satisfacer necesidades humanas, realizado sin socavar, dañar o afectar significativamente la calidad del medio ambiente y su capacidad para dar satisfacción a las necesidades de las generaciones presentes y futuras.”

Derechos básicos del consumidor

En el Capítulo II, el art. 6° de la Ley n° 1.334/98, contempla los derechos básicos del consumidor, los cuales son complementados por el art. 7°. Véase:

Art. 6°. “Constituyen derechos básicos del consumidor:

- a) la libre elección del bien que se va a adquirir o del servicio que se va a contratar;*
- b) la protección de la vida, la salud y la seguridad contra los riesgos provocados por la provisión de productos y la prestación de servicios considerados nocivos o peligrosos;*
- c) la adecuada educación y divulgación sobre las características de los productos y servicios ofertados en el mercado, asegurando a los consumidores la libertad de decidir y la equidad en las contrataciones;*
- d) la información clara sobre los diferentes productos y servicios con las correspondientes especificaciones sobre la composición, calidad, precio y riesgos que eventualmente presenten;*
- e) la adecuada protección contra la publicidad engañosa, los métodos comerciales coercitivos o desleales, y las cláusulas contractuales abusivas en la provisión de productos y la prestación de servicios;*
- f) la efectiva prevención y reparación de los daños patrimoniales y morales o de los intereses difusos ocasionados a los consumidores, ya sean individuales o colectivos;*
- g) la constitución de asociaciones de consumidores con el objeto de la defensa y representación de los mismos;*
- h) la adecuada y eficaz prestación de los servicios públicos por sus proveedores, sean éstos públicos o privados; e,*
- i) recibir el producto o servicio publicitado en el tiempo, cantidad, calidad y precio prometidos.”*

Art. 7º.- “Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que la República del Paraguay sea signataria, de la legislación interna ordinaria, de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes, así como los que deriven de los principios generales del derecho.

Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales contenidas en el Código Civil, el Título IV de la Ley del Comerciante y otras normas tanto jurídicas como técnicas que se refieran a la prestación de servicios y suministros de cosas que hayan sido objeto de normalización. En caso de duda se estará a la interpretación más favorable al consumidor.”

PERÚ

EL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN PERÚ



La noción de vulnerabilidad del consumidor

De acuerdo a lo señalado en el art. VI, numeral 4 del Código referido, entre las políticas públicas establecidas, el Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos, por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.

Concepto de consumidor

El concepto de consumidor está contemplado en el art. IV, numeral 1, del Código de Protección y Defensa del Consumidor. Conforme el dispositivo referido:

“1. Consumidores o usuarios

1.1 Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.

1.2 Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.

1.3 En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.”

Concepto de proveedor

De acuerdo al art. IV, numeral 2, del Código mencionado, la definición de proveedor, es la siguiente:

“2. Proveedores.- Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

2. Productores o fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3. Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.

4. Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.”

Concepto de producto

La definición de producto está referida en el art. IV, numeral 3, del Código. Véase:

“3. Producto.- Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no.”

Concepto de servicio

De acuerdo al art. IV, numeral 4, del Código referido, la definición de servicio, es la siguiente:

“4. Servicio.- Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.”

Concepto de servicios públicos

En la legislación peruana no existe un concepto o definición de servicio público expreso, que acote lo que debe entenderse por servicio público. Sin embargo, la Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en servicios Públicos, Ley nº 27332, señala que son cuatro los organismos reguladores. Dichas entidades tienen como función regular las telecomunicaciones, la energía, el servicio de saneamiento (agua potable y alcantarillado) y el transporte de uso público. En ese sentido, se puede sostener que la legislación considera expresamente a los cuatro sectores mencionados como servicio público.

No obstante lo manifestado, existe una Sentencia del Tribunal Constitucional del 15 de febrero de 2005, recaída en el Expediente N° 00034-2004-PI/TC, que señala lo siguiente en relación a la definición de servicios públicos:

“De esta manera, es importante tomar en cuenta que existen una serie de elementos que en conjunto permiten caracterizar, en grandes rasgos, a un servicio como público y en atención a los cuales, resulta razonable su protección como bien constitucional de primer orden y actividades económicas de especial promoción para el desarrollo del país. Estos son:

- a) su naturaleza esencial para la comunidad;*
- b) la necesaria continuidad de su prestación en el tiempo;*
- c) su naturaleza regular, es decir, que debe mantener un standar mínimo de calidad;*
- d) la necesidad de que su acceso se dé en condiciones de igualdad”.*

Concepto de relación de consumo

De acuerdo al art. IV, numeral 5, del Código de Protección y Defensa del Consumidor,

la definición de relación de consumo, es la siguiente:

“5. Relación de consumo.- Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en el artículo III.”

Derechos básicos del consumidor

El art. 1º del Código establece los derechos de los consumidores:

“a. Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física.

b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.

d. Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.

e. Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.

f. Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.

g. A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.

h. Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.

i. Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.

j. Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.

k. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

1.2 La enumeración de los derechos establecidos no excluye los demás que este Código garantiza ni los reconocidos en leyes especiales.

1.3 Es nula la renuncia a los derechos reconocidos por la presente norma, siendo nulo todo pacto en contrario.”



URUGUAY

EL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN URUGUAY



La noción de vulnerabilidad del consumidor

Se refiere a la inferioridad relativa de información y económica del consumidor respecto al proveedor.

No hay previsiones en la normativa nacional en relación a la edad (niños o ancianos) o a la capacidad intelectual del consumidor.

Ejemplo de vulnerabilidad: el consumidor que por ser de elevada edad se encuentra en una situación de especial desprotección en la contratación de un servicio.

Concepto de consumidor

Conforme determina el art. 2º de la Ley 17.250, consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella.

No se considera consumidor o usuario a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación o comercialización.

Concepto de proveedor

Conforme determina el art. 3º de la Ley 17.250, proveedor es toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, privada o pública, y en este último caso estatal o no estatal, que desarrolle de manera profesional actividades de producción, creación, construcción, transformación, montaje, importación, distribución y comercialización de productos o servicios en una relación de consumo.

Ejemplo de proveedor: el Estado brindando servicios de suministro de agua potable,

de energía eléctrica, de telefonía celular. También es proveedor quien importa electrodomésticos, transporta encomiendas, fabrica sillas o comercializa alimentos.

Concepto de producto

Según determinación constante del art. 5° de la Ley 17.250, producto es cualquier bien corporal o incorporal, mueble o inmueble.

Ejemplo: un libro, una vivienda, un televisor.

Concepto de servicio

El art. 5° de la Ley 17.250 igualmente determina que servicio es cualquier actividad remunerada, suministrada en el mercado de consumo, con excepción de las que resultan de las relaciones laborales.

Ejemplo: asistencia médica, suministro de agua potable por parte del Estado, suministro de energía eléctrica, de telefonía celular.

Concepto de servicios públicos

La ley de defensa del consumidor no distingue entre servicios públicos o privados, sujetando ambos al mismo régimen.

Concepto de relación de consumo

Según dispone el art. 4° de la Ley 17.250, la relación de consumo es el vínculo que se establece entre el proveedor que, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final.

La provisión de productos y la prestación de servicios que se efectúan a título gratuito, cuando ellas se realizan en función de una eventual relación de consumo, se equiparan a las

relaciones de consumo.

Derechos básicos del consumidor

Son derechos del consumidor, conforme el art. 6º de la Ley 17.250:

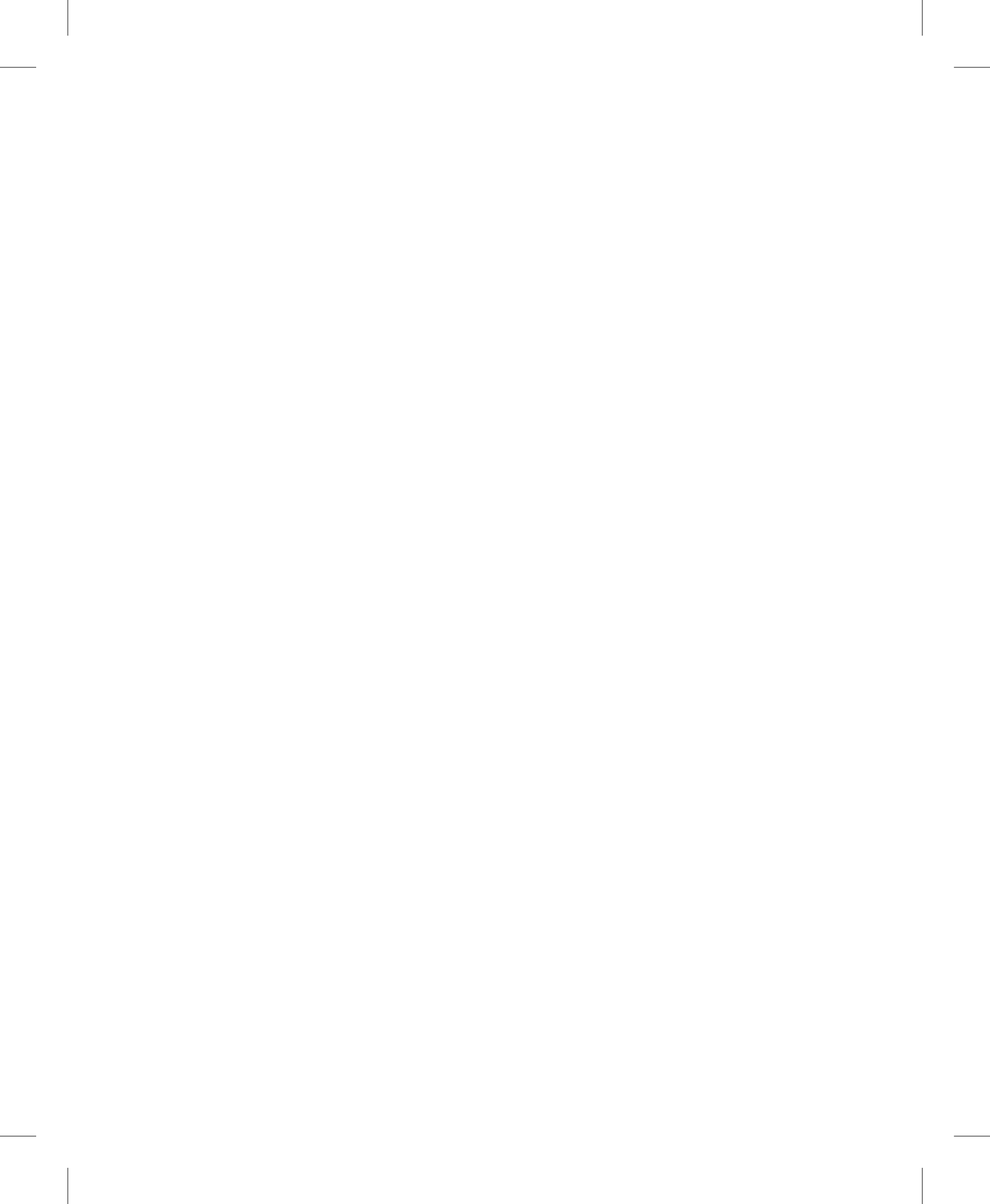
- a) La protección de la vida, la salud y la seguridad contra los riesgos causados por las prácticas en el suministro de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;
- b) La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, la libertad de elegir y el tratamiento igualitario cuando contrate;
- c) La información suficiente, clara, veraz, en idioma español sin perjuicio que puedan emplearse además otros idiomas;
- d) La protección contra la publicidad engañosa, los métodos coercitivos o desleales en el suministro de productos y servicios y las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, cada uno de ellos dentro de los términos dispuestos en la presente ley;
- e) La asociación en organizaciones cuyo objeto específico sea la defensa del consumidor y ser representado por ellas;
- f) La efectiva prevención y resarcimiento de los daños patrimoniales y extra patrimoniales;
- g) El acceso a organismos judiciales y administrativos para la prevención y resarcimiento de daños mediante procedimientos ágiles y eficaces, en los términos previstos en los capítulos respectivos de la presente ley.



CAPÍTULO 4

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD





ARGENTINA

PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD EN ARGENTINA



Protección de la salud y de la seguridad del consumidor

La Ley n° 24.240 de Defensa del Consumidor prevé expresamente en sus arts. 5º y 6º las reglas referentes a la protección de la salud y de la seguridad del consumidor, en los siguientes términos:

“Art. 5º — Protección al Consumidor. Las cosas y servicios deben ser suministrados o prestados en forma tal que, utilizados en condiciones previsibles o normales de uso, no presenten peligro alguno para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios.”

“Art. 6º — Cosas y Servicios Riesgosos. Las cosas y servicios, incluidos los servicios públicos domiciliarios, cuya utilización pueda suponer un riesgo para la salud o la integridad física de los consumidores o usuarios, deben comercializarse observando los mecanismos, instrucciones y normas establecidas o razonables para garantizar la seguridad de los mismos.

En tales casos debe entregarse un manual en idioma nacional sobre el uso, la instalación y mantenimiento de la cosa o servicio de que se trate y brindarle adecuado asesoramiento. Igual obligación regirá en todos los casos en que se trate de artículos importados, siendo los sujetos anunciados en el artículo 4 responsables del contenido de la traducción.”

A lo expuesto debe adicionarse las previsiones que, sobre la materia, se establecen en la Ley n° 22.802 sobre Lealtad Comercial (potestad para regular sobre seguridad de productos no alcanzados por normas especiales) y las normas específicas en materia de alimentos y medicamentos, entre otros bienes relevantes.

Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor.

No existe una individualización específica de productos o servicios nocivos en la Ley de Defensa del Consumidor.

Sí, como hemos referido, existe una previsión genérica en el art. 6° referida a los productos que puedan suponer riesgo en su utilización, en cuyo caso deben entregarse manuales con advertencias y procedimientos a observar, así como debe estarse atento también al rotulado o brindar información al consumidor sobre su peligrosidad.

Además, existen normas o reglamentos especiales, como por ejemplo la Ley 22.802, que instituye procedimientos con base en la previsión establecida en el artículo 12, *inc. 'b'* de dicho texto legal (seguridad en materia eléctrica, elementos de construcción, etc.).

Ejemplo de producto nocivo y peligroso: Una firma automotriz detecta que la unidad X (utilitario modelo Flash, cinco puertas), posee un desperfecto en el tablero electrónico, es decir, el dispositivo no indica la temperatura del motor. La empresa no informa esta situación a la Dirección de Defensa del Consumidor, por consiguiente incumple con la obligación establecida en el Decreto Reglamentario N° 1798/94 el cual prescribe: *“Los proveedores de cosas o servicios que, posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado de consumo, tengan conocimiento de su peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores mediante anuncios publicitarios suficientes.”*

Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado

El Decreto n° 1798/94, reglamentario de la Ley n° 24.240 de Defensa del Consumidor establece puntualmente, en su art. 4°, lo siguiente a respecto del denominado “recall de productos”:

“Art. 4º — Los proveedores de cosas o servicios que, posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado de consumo, tengan conocimiento de su peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores mediante anuncios publicitarios suficientes.”

De lo expuesto se verifica que importa tanto el aviso a las autoridades de aplicación de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, así como la disposición para la remoción o reparación de los productos defectuosos por parte del proveedor.

También es dable consignar que para los alimentos y medicamentos, por su especificidad, existen otras agencias gubernamentales con competencia en la materia, tanto para la detección como para la remoción del mercado de productos en mal estado o que puedan generar peligro para los consumidores.

Red de consumo seguro y salud (RCSS)

La República Argentina integra la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) por mecanismo de adhesión voluntaria a dicho ámbito, participando del intercambio y aporte de información sobre la materia. Es decir, no hay una previsión legal formal respecto de la participación, pero se intercambian informaciones y resulta ser un foro de mucha utilidad para las cuestiones atinentes a la salud y seguridad de los consumidores.





BRASIL

PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD EN BRASIL



Protección a la salud y seguridad del consumidor

La protección a la salud y a la seguridad está prevista, primeramente en la propia Constitución Federal de 1988, en sus arts. 5° y 6°, que tratan, respectivamente, de los derechos fundamentales y de los derechos sociales.

La Ley n° 8.078/1990 (Código de Defensa del Consumidor) prevé expresamente la protección a la vida, la salud y la seguridad de los consumidores, también en lo relativo a los derechos básicos del consumidor (art. 6°, I) y, de forma más específica, en los art. 8° a 10 del Código, que dicen respecto a la Sección intitulada “De la Protección a la Salud y la Seguridad”.

Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor

Productos nocivos o peligrosos son aquellos que proporcionan riesgos a la salud o a la seguridad del consumidor. La comercialización de tales productos, entretanto, no es prohibida, desde que tal nocividad o peligrosidad sea inherente al producto, y, consecuentemente, su riesgo sea normal y previsible (como un cuchillo, o materiales corrosivos o inflamables, por ejemplo). En estos casos, el deber del proveedor es informar sobre la nocividad o peligrosidad de forma clara y ostensible de modo de no causar riesgo adicional al consumidor, decurrente de eventual ausencia de información. Es lo que prevén los arts. 8° y 9° del Código de Defensa del Consumidor.

Si, entretanto, la nocividad o peligrosidad no fuese inherente al producto, el riesgo decurrente pasa a ser anormal o imprevisible. Se trata, por acaso, de un producto defectuoso, que deberá ser inmediatamente retirado del mercado por parte del proveedor, en los términos del art. 10 y párrafos del Código de Defensa del Consumidor, por medio de procedimientos globalmente conocido como “*recall*” (en Brasil, proceso de llamamiento”).

La ausencia de información clara y ostensible en cuanto a determinados productos o servicios también es considerada defecto y, por lo tanto, genera igual obligación de realización de *recall*.

Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligros ya ingresados al mercado

Según lo explicado, después de tomar conocimiento de la peligrosidad de un producto ya ingresado al mercado de consumo, el proveedor debe proceder a su recolección, por medio de la realización del *recall*. El proceso envuelve la inclusión de avisos de riesgo, por el proveedor, en periódicos, radio y TV, con la finalidad de alertar a la colectividad de consumidores acerca de la peligrosidad e instruirlos en cuanto a los procedimientos a ser tomados para el cambio, reparación o restitución del producto envuelto en el llamamiento.

Por otro lado, el proveedor debe comunicar, formalmente, a las autoridades competentes sobre los procedimientos adoptados, especificaciones de defecto, del riesgo, entre otras informaciones previstas en la “Portaria” del Ministerio de Justicia n° 487/2012, que reglamenta los procesos de llamamiento en Brasil. Destáquese que la Secretaría Nacional del Consumidor es el órgano competente para recibir el comunicado de *recall* de todos los productos de consumo ingresados al mercado, independientemente de su reglamentación técnica específica.

Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS)

Brasil es miembro fundador de la Red y actualmente integra la Red de Consumo Seguro y Salud de las Américas por medio del Grupo Brasil Consumo Seguro y Salud (GT Brasil), compuesto por la Secretaría Nacional del Consumidor (SENACON), la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA), el Instituto Nacional de Metrología, Calidad y Tecnología (INMETRO) y más recientemente, el Ministerio de Salud de Brasil, por medio de la Secretaría de Vigilancia en Salud.

El Grupo es institucionalizado por medio de “Portaría inteministerial”, y participa activamente de la Red de Consumo Seguro y Salud. Además de eso, Brasil es miembro del Comité Gestor de la RCSS, juntamente con Perú, Estados Unidos, Chile y Surinam, además de presidir el Grupo de Trabajo responsable por el desarrollo del SIAR (Sistema Interamericano de Alertas Rápidos). Finalmente, Brasil asumió en septiembre de 2014, la presidencia del Comité de Gestión de la Red de Consumo Seguro y Salud para el período 2014-2015.

PARAGUAY

PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD EN PARAGUAY



Protección de la salud y de la seguridad del consumidor

La Ley n° 1.334/98 de Defensa del Consumidor prevé en sus arts. 31, 32, 33 y 34 cuestiones referentes a la protección de la salud y seguridad del consumidor. Véase:

CAPITULO VII

PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD

Art. 31.- “Todos los bienes y servicios cuya utilización, por su naturaleza, pueda suponer un riesgo normal y previsible para la vida, seguridad y salud de los consumidores, deberán comercializarse observando los mecanismos, instrucciones y normas necesarios para garantizar la fiabilidad de los mismos.”

Art. 32.- “Los proveedores de bienes y servicios riesgosos para la vida, salud y seguridad deberán informar, en forma ostensible y adecuada, sobre su peligrosidad o nocividad, sin perjuicio de la adopción de otras medidas que pueda tomarse en cada caso concreto.”

Art. 33.- “Para los casos señalados en los artículos 31 y 32 de la presente ley, el proveedor deberá entregar las instrucciones en un manual en idioma oficial, sobre el uso, la instalación y el mantenimiento de dichos bienes y servicios.”

Art. 34.- “Los proveedores de bienes o servicios, que posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado, tengan conocimiento de su peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores, mediante anuncios publicitarios, so pena de ser sancionados de conformidad a lo establecido en la ley.

Si se descubre que un producto adolece de un defecto grave o constituye un peligro considerable, aun cuando se utilice en forma adecuada, la autoridad de aplicación de la presente ley obligará a los fabricantes o proveedores a retirarlo y reemplazarlo o a modificarlo o sustituirlo por otro producto. Si no fuere posible hacerlo en un plazo prudencial, deberán otorgar al consumidor una compensación adecuada.”

Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor.

No existe un listado de productos o servicios considerados nocivos en la Ley n° 1.334/98 de Defensa del Consumidor y el Usuario, ni en sus Decretos Reglamentarios. Pero los arts. 33 y 34 de la ley referida establecen el procedimiento que la autoridad de aplicación puede hacer valer en contra de los proveedores, que introduzcan en el país bienes o servicios considerados nocivos y peligrosos al consumidor o usuario.

Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado

El art. 34 de la Ley 1.334/98 de Defensa del Consumidor y el Usuario dispone lo siguiente:

“Los proveedores de bienes o servicios, que posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado, tengan conocimiento de su peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores, mediante anuncios publicitarios, so pena de ser sancionados de conformidad a lo establecido en la ley.

Si se descubre que un producto adolece de un defecto grave o constituye un peligro considerable, aun cuando se utilice en forma adecuada, la autoridad de aplicación de la presente ley obligará a los fabricantes o proveedores a retirarlo y reemplazarlo o a modificarlo o substituirlo por otro producto. Si no fuere posible hacerlo en un plazo prudencial, deberán otorgar al consumidor una compensación adecuada.”

Es importante resaltar que para los alimentos y medicamentos, por su especificidad, existen otras agencias como el Instituto Nacional de Nutrición y Alimentación y la Dirección Nacional de Vigilancia Sanitaria, dependiente del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, que son los encargados de velar para la detección temprana de los alertas y la remoción del mercado de los productos, en mal estado o que puedan generar peligro para los consumidores.

Red de consumo seguro y salud (RCSS)

La República del Paraguay integra la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) por mecanismo de adhesión voluntaria a dicho ámbito, participando del intercambio y aporte de información efectiva, eficiente y eficaz sobre la materia. No existe una previsión legal expresa en la normativa paraguaya.



PERÚ

PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD EN PERÚ



Protección de la salud y de la seguridad del consumidor

La legislación en materia de protección al consumidor, plasmada en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, contiene un sub-capítulo destinado a la protección de la salud y seguridad de los consumidores. Se trata del *“Capítulo IV - Salud y seguridad de los consumidores. Subcapítulo I Protección a la salud y seguridad de los consumidores”*. Acá los arts. 25 y siguientes del Código abordan la temática

Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor

Si bien no existe en la legislación peruana de protección al consumidor una definición de producto peligroso, la norma nos indica que existe un deber de seguridad general de los productos que están en el mercado, productos que en condiciones de uso normal o previsible no debe llevar un riesgo injustificado o no advertido para la salud o seguridad de los consumidores o sus bienes.

Respecto a la advertencia de la peligrosidad de un producto el Código, en su art. 29, establece algunos criterios aplicables a la información y advertencia sobre el riesgo y la peligrosidad.

Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado

Respecto a este punto, se trabaja desde la perspectiva de la salud a través del Ministerio de Salud, y desde la perspectiva del consumidor a través del INDECOPI. En lo concerniente al primer ámbito, el Ministerio de Salud se encarga de monitorear los alimentos envasados, productos cosméticos, juguetes, útiles de escritorio, productos de limpieza que pueden ser peligrosos para los consumidores, teniendo dicha entidad un sistema de alertas en referencia a los citados producto.

Por su parte, el INDECOPI viene promoviendo la adopción de diversas medidas por parte de las empresas en los casos de productos que son considerados inseguros, entre ellas notificar a las autoridades competentes, retirar los productos o servicios, disponer sobre su sustitución o reparación, e informar a los consumidores a la brevedad de las advertencias del caso. Las pruebas de las medidas adoptadas corresponderán al proveedor.

Para tales efectos el INDECOPI replica la información sobre productos peligrosos que difunde el Ministerio de Salud y además, a través del monitoreo nacional e internacional, detecta posibles llamados a revisión de productos peligrosos en el país. Actualmente, estamos instalando una mesa de trabajo multisectorial sobre seguridad de productos así como elaborando un Reglamento para la comunicación de alertas.

Red de consumo seguro y salud (RCSS)

El Perú integra a la Red de Consumo Seguro y Salud RCSS. Sin embargo, no existe una previsión legal expresa al respecto.

URUGUAY

PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD EN URUGUAY



Protección de la salud y de la seguridad del consumidor

La Ley de Defensa del Consumidor, en el Capítulo III de “Protección de la Salud y la Seguridad”, arts. 7 a 11, contempla normas en la materia. Véase:

"Art.7 - Todos los productos y servicios cuya utilización pueda suponer un riesgo de aquellos considerados normales y previsibles por su naturaleza, utilización o finalidad, para la salud o seguridad de los consumidores o usuarios, deberán comercializarse observando las normas o las formas establecidas o razonables.

Art.8 - Los proveedores de productos y servicios peligrosos o nocivos para la salud o seguridad deberán informar en forma clara y visible sobre su peligrosidad o nocividad, sin perjuicio de otras medidas que puedan tomarse en cada caso concreto.

Art.9 - La autoridad administrativa competente podrá prohibir la colocación de productos en el mercado, excepcionalmente y en forma fundada, cuando éstos presenten un grave riesgo para la salud o seguridad del consumidor por su alto grado de nocividad o peligrosidad.

Art.10 - Tratándose de productos industriales, el fabricante deberá proporcionar la información a que refieren los artículos precedentes, y ésta deberá acompañar siempre al producto, incluso en su comercialización final.

Art.11 - Los proveedores de productos y servicios que, posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado, tomen conocimiento de su nocividad o peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores. En este último caso, la comunicación se cumplirá mediante anuncios publicitarios".

Productos y servicios considerados nocivos y peligrosos. El alerta al consumidor

Aquellos productos y servicios cuya utilización pueda suponer un riesgo mayor a los considerados normales y previsibles por su naturaleza, utilización o finalidad, para la salud o seguridad de los consumidores o usuarios, deberán comercializarse observando las normas o las formas establecidas o razonables. Están disciplinados en el art. 7º de la Ley 17.250.

El alerta al consumidor es hecho mediante información que acompaña al producto en el rotulado e instrucciones de uso y conservación.

Ejemplo: producto peligroso es la sierra eléctrica manual que adquiere el consumidor para realizar pequeñas reparaciones en su casa. Peligroso es el calentador de agua eléctrico que el consumidor instala en el baño de su casa. Producto nocivo es el veneno para matar roedores que el consumidor compra para aplicarlo dentro de su casa.

Conducta con relación a los productos y servicios considerados nocivos y peligrosos ya insertados en el mercado

Conforme determina el art. 11 de la Ley nº 17.250, se exige a los proveedores de estos productos y servicios nocivos y peligrosos que comuniquen inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores. En este último caso, la comunicación se cumplirá mediante anuncios publicitarios

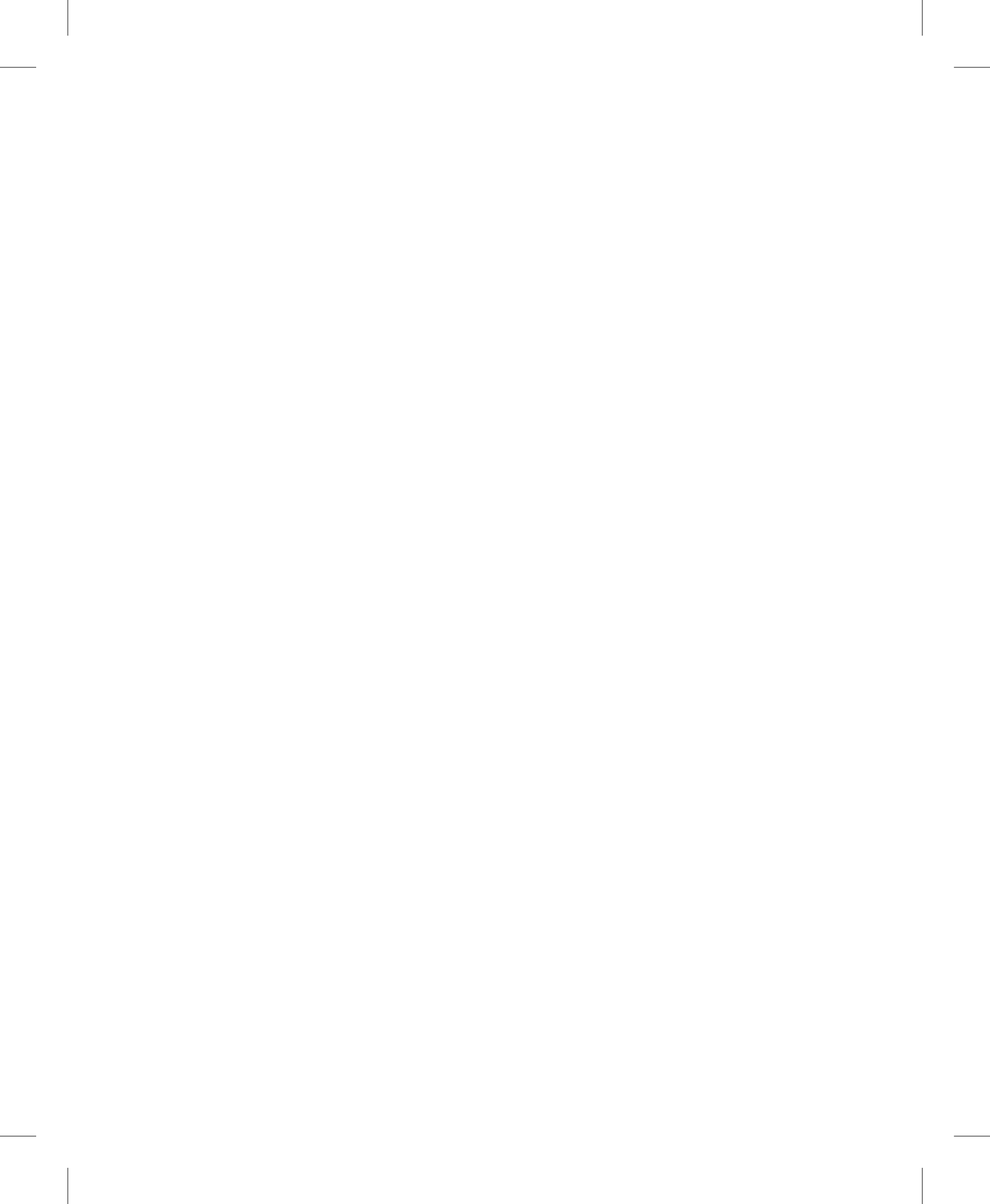
Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS)

Uruguay integra la Red de Consumo Seguro y Salud, pero no hay una previsión legal específica para esto.

CAPÍTULO 5

RESPONSABILIDAD CIVIL





ARGENTINA

RESPONSABILIDAD CIVIL EN ARGENTINA



Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo

En consonancia con los principios generales de la legislación civil general en la materia, la Ley nº 24.240 prevé la reparación de los daños y perjuicios que pueda sufrir el consumidor en ocasión de una relación de consumo.

Así y con carácter general, el art. 10 *bis* de la Ley referida prevé:

“Art. 10 bis. — Incumplimiento de la obligación. El incumplimiento de la oferta o del contrato por el proveedor, salvo caso fortuito o fuerza mayor, faculta al consumidor, a su libre elección a:

- a) Exigir el cumplimiento forzado de la obligación, siempre que ello fuera posible;*
- b) Aceptar otro producto o prestación de servicio equivalente;*
- c) Rescindir el contrato con derecho a la restitución de lo pagado, sin perjuicio de los efectos producidos, considerando la integridad del contrato.*

Todo ello sin perjuicio de las acciones de daños y perjuicios que correspondan.”

En el orden de ideas que se expone, la ley -en cada situación de incumplimiento que prevé- va replicando el criterio, de la siguiente forma:

“GARANTÍAS: Art. 17. — Reparación no Satisfactoria. En los supuestos en que la reparación efectuada no resulte satisfactoria por no reunir la cosa reparada, las condiciones óptimas para cumplir con el uso al que está destinada, el consumidor puede:

- a) Pedir la sustitución de la cosa adquirida por otra de idénticas características. En tal caso el plazo de la garantía legal se computa a partir de la fecha de la entrega de la nueva cosa;*
- b) Devolver la cosa en el estado en que se encuentre a cambio de recibir el importe*

equivalente a las sumas pagadas, conforme el precio actual en plaza de la cosa, al momento de abonarse dicha suma o parte proporcional, si hubiere efectuado pagos parciales;

c) Obtener una quita proporcional del precio.

En todos los casos, la opción por parte del consumidor no impide la reclamación de los eventuales daños y perjuicios que pudieren corresponder.”

Como ya hemos referido, existe la posibilidad de resarcir el daño directo sufrido por el consumidor, derivado de una infracción de consumo, en sede administrativa, con un tope legal que fija el propio art. 40 bis, que prevé el resarcimiento.

El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos

Sin perjuicio de lo expuesto en el numeral precedente, en cuanto a este punto corresponde consignar que el art. 40 de la Ley n° 24.240 prevé literalmente al respecto. Véase:

“Art. 40. — Si el daño al consumidor resulta del vicio o riesgo de la cosa o de la prestación del servicio, responderán el productor, el fabricante, el importador, el distribuidor, el proveedor, el vendedor y quien haya puesto su marca en la cosa o servicio. El transportista responderá por los daños ocasionados a la cosa con motivo o en ocasión del servicio.

La responsabilidad es solidaria, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan. Sólo se liberará total o parcialmente quien demuestre que la causa del daño le ha sido ajena.”

En cuanto a la calidad, lo que prevé la propia norma es un régimen de garantía legal sobre cosas muebles no consumibles (productos) de tres o seis meses –mínimo- en la cual el fabricante, importador, distribuidor o comercializador deben responder en forma solidaria por el defecto o vicio del producto de cualquier índole, aunque haya sido ostensible o manifiesto al tiempo del contrato, cuando afecten la identidad entre lo ofrecido y lo entregado (al consumidor), o su correcto funcionamiento. Lo expuesto, sin perjuicio de la garantía legal o contractual que adicionalmente pueda conceder el proveedor. Este extremo se encuentra previsto en el art. 11 de la Ley n° 24.240.

Ejemplo de vicio del producto: El denunciante viene en queja a la Dirección de Defensa del Consumidor, reclamando la falta de cumplimiento de la garantía por parte de la firma proveedora de colchones, ya que los resortes del mismo no funcionaban correctamente y la tela se estaba deshilachando. Cabe destacar que la garantía se encontraba vigente (5 años).



BRASIL

EL SISTEMA DE LA RESPONSABILIDAD CIVIL EN BRASIL



Derecho a efectiva reparación de los daños advenidos de la relación de consumo

La reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo sigue la sistemática de la responsabilidad objetiva, por la teoría del riesgo. Se adoptó la responsabilidad objetiva en las relaciones de consumo en respeto a la vulnerabilidad del consumidor, que es exactamente la razón de toda protección conferida al consumidor.

El consumidor que sufre un daño tiene apenas que probar el daño, la utilización del producto y el nexo de causalidad (arts. 12 a 14 del CDC).

El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y adecuación de los productos

La responsabilidad civil por vicio del producto en el Código de Defensa del Consumidor es objetiva. El CDC se preocupa con la adecuada funcionalidad de los productos. Como, por ejemplo, el caso de la licuadora que no prende o de la plancha que no calienta.

En este sentido, independientemente de la garantía provista por el proveedor, los productos deben ser adecuados a los fines que se destinan, deben funcionar bien, atender a las justas expectativas del consumidor. La garantía estipulada directamente por ley (art. 18 a 21) no puede ser apartada ni disminuida por el proveedor (arts. 24, 25, 51, I).



PARAGUAY

RESPONSABILIDAD CIVIL EN PARAGUAY



Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo

En la legislación paraguaya, la reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo está prevista en el art. 28 del Decreto n° 21.004/03, que expresa lo siguiente:

Art. 28. – “Sin perjuicio de las sanciones a que hubiera lugar, en la misma resolución final, las autoridades de aplicación, actuando de oficio o a pedido de parte, podrá imponer a los proveedores que incurran en alguna de las infracciones tipificadas en el presente decreto, una o conjuntamente alguna de las siguientes medidas correctivas:

- a) Decomiso y destrucción de mercadería, envases, envolturas y/o etiquetas;*
- b) Clausura temporal del establecimiento o negocio hasta por un máximo de 60 (sesenta) días calendario;*
- c) Publicación de avisos rectificatorios o informativos en la forma que determine la autoridad, tomando en consideración los medios que resulten idóneos para revertir los efectos que el acto objeto de sanción hubiera ocasionado. La publicación se realizará por cuenta y costo del infractor;*
- d) Reposición y reparación de productos;*
- e) Devolución de la contraprestación pagada por el reclamante; y/o,*
- f) Cualquier otra medida que tenga por finalidad revertir los efectos que la conducta infractora hubiera ocasionado o evitar que ésta se produzca nuevamente en el futuro.*

Los bienes o montos que sean objeto de medidas correctivas serán entregados por el proveedor directamente al consumidor que los reclama, salvo mandato distinto contenido en la resolución. Aquellos bienes o montos materia de una medida correctiva, que por algún motivo se encuentren en posesión de la autoridad de aplicación y debn ser entregados a los reclamantes beneficiados, serán puestos a

disposición de estos.

El incumplimiento por parte de los proveedores de lo ordenado en las resoluciones finales emitidas por la autoridad constituye una infracción a la Ley y al presente decreto. En estos casos, la autoridad tendrá competencia para imponer las sanciones y medidas correctivas enunciadas en la presente norma, independientemente de que la parte legitimada opte por la ejecución de lo incumplido por los conductos legales correspondientes.

En el caso de la autoridad municipal administrativa de aplicación solo podrá ordenar estas medidas en los procedimientos a que se refiere el artículo 9 de la Ley N° 1276/98 y serán de aplicación inmediata. En los demás casos es competente el juez de faltas según lo establecido por la citada norma legal.”

El consumidor tiene derecho a la efectiva prevención de los daños patrimoniales y morales o de los intereses difusos, sean éstos individuales o colectivos. En el caso de que una relación de consumo cause daño al consumidor, el derecho a ser indemnizado usualmente lo ejerce el consumidor por la vía judicial; ésta debe ser justa y expeditiva.

El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos

El Capítulo III - Información de Oferta de Bienes y Servicios - de la Ley n° 1.334/98 dispone, en sus arts. 8, 12 y 13, lo siguiente:

Art. 8º.- “Quienes produzcan, importen, distribuyan o comercialicen bienes o presten servicios, suministrarán a los consumidores o usuarios, en forma cierta y objetiva, información veraz, eficaz y suficiente sobre las características esenciales de los mismos.

La oferta y presentación de los productos o servicios asegurará informaciones correctas, claras, precisas y visibles, escritas en idioma oficial, sobre sus características, cualidades, cantidad, composición, precio, garantía, plazo de validez, origen, dirección del local de reclamo y los riesgos que presenten para la seguridad de los consumidores, en su caso.”

Art. 12.- “Cuando se provea al público productos con algún defecto, usados o reconstruidos, se deberá indicar de manera precisa y clara tales circunstancias.”

Art. 13.- “Los fabricantes o importadores de bienes asegurarán el regular suministro de componentes, repuestos y servicios técnicos, durante el lapso en que los mismos se fabriquen, armen, importen o distribuyan, y posteriormente durante un período razonable, en función de la durabilidad de los bienes en cuestión, salvo que en la oferta se aclare que el vendedor no se obliga al suministro de aquéllos.”



PERÚ

RESPONSABILIDAD CIVIL EN PERÚ



Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo

El Código establece como uno de los derechos de los consumidores el acceder a una reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del Código y a la normativa civil sobre la materia. Es decir, si un consumidor desea obtener una indemnización por daños y perjuicios deberá recurrir al Poder Judicial.

No obstante, los órganos resolutivos de conflictos de consumo del INDECOPI pueden dictar medidas correctivas reparadoras o complementarias. Estas medidas están destinadas a que se restablezca la situación anterior a la aparición del conflicto de consumo o a revertir la conducta infractora, pero sin llegar a una cuantificación de los daños ocasionados determinados por el lucro cesante y daño emergente.

El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos

Las normas de protección al consumidor prevén una responsabilidad civil por producto defectuoso en el art. 101 del Código referido. Véase:

“Art. 101.- Responsabilidad civil por productos defectuosos

El proveedor es responsable de los daños y perjuicios causados a la integridad física de los consumidores o a sus bienes por los defectos de sus productos.

La responsabilidad civil por productos defectuosos es objetiva, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 1970 del Código Civil. La responsabilidad de los diversos proveedores de un producto conforme a este artículo es solidaria. Sin perjuicio de ello, cada proveedor tiene derecho a repetir contra el que le suministró el producto defectuoso u originó el defecto.”

No existe una garantía de calidad dentro de las normas de protección al consumidor. Sin embargo, se establece como política pública del Estado la promoción de la calidad en la producción de bienes y en la prestación de servicios, a fin de que éstos sean idóneos y competitivos. Con esta finalidad, impulsa y apoya el desarrollo de la normalización, a efectos de obtener los mejores estándares en beneficio y bienestar del consumidor (ver art. VI, numeral 10, del Código).

URUGUAY

RESPONSABILIDAD CIVIL EN URUGUAY



Derecho a una efectiva reparación de los daños decurrentes de la relación de consumo

Este derecho está establecido en el art. 34 de la Ley nº 17.250, que establece un régimen de responsabilidad objetiva, cuyo factor de atribución es el riesgo.

En este sentido, determina el art. 34:

“Si el vicio o resigo de la cosa o de la prestación del servicio resulta un daño al consumidor, será responsable el proveedor de conformidad con el régimen dispuesto en el Código Civil”.

Esta última remisión al Código Civil ha sido un elemento de debate en la doctrina, siendo que la posición mayoritaria es que la responsabilidad es objetiva pero la redacción no es la más adecuada.

El sistema de responsabilidad civil por vicio del producto y la garantía de calidad y de adecuación de los productos

Este es un tema también polémico en el país.

En este caso el legislador nacional se apartó de las fuentes de inspiración (previsiones del Código de Defensa del Consumidor de Brasil y la ley argentina de defensa del consumidor) y solo recogió los plazos para accionar por los vicios aparentes o manifiestos y los ocultos.

La doctrina más recibida reconoce en esta disposición a la garantía legal por vicios, pero no está establecido ni el alcance de los vicios (más allá de establecer que pueden ser tanto aparentes u ocultos) ni las acciones para remediarlos.

Respecto al tema, el art. 37 de la Ley nº 17.250 establece:

“1) El derecho a reclamar por vicios aparentes, o de fácil constatación, salvo aceptación expresa de los mismos, caducan en:

a) Treinta días a partir de la provisión del servicio o del producto no duradero.

b) Noventa días cuando se trata de prestaciones de productos o servicios duraderos.

El plazo comienza a computarse a partir de la entrega efectiva del producto o de la finalización de la prestación del servicio. Dicho plazo se interrumpe si el consumidor efectúa una reclamación debidamente comprobada ante el proveedor y hasta tanto éste deniegue la misma en forma inequívoca.

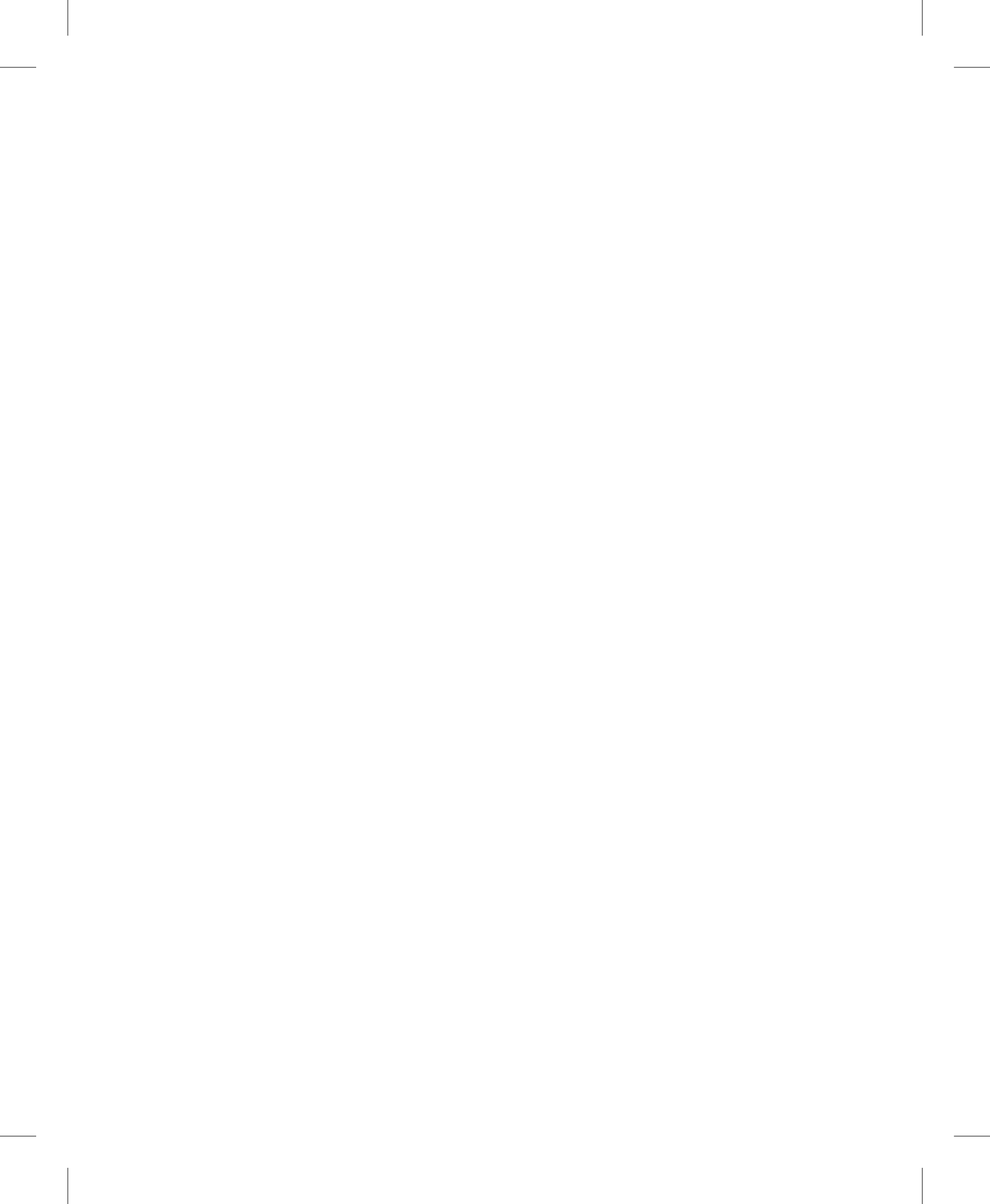
2) En caso de vicios ocultos, éstos deberán evidenciarse en un plazo de seis meses y caducarán a los tres meses del momento en que se pongan de manifiesto. Ello sin perjuicio de las previsiones legales específicas para ciertos bienes y servicios”.

Ejemplo de vicio del producto: Vicio es el defecto de un piso flotante instalado en el dormitorio del consumidor que hace que se levante con la calefacción.

CAPÍTULO 6

OFERTA Y PUBLICIDAD





ARGENTINA

OFERTA Y PUBLICIDAD EN ARGENTINA



La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país

La oferta de productos y servicios está disciplinada en la Ley n° 24.240. Básicamente, los dispositivos que tratan del tema son los arts. 7° y 8°. Véase:

CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA

“Art. 7° — Oferta. La oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados, obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones.

La revocación de la oferta hecha pública es eficaz una vez que haya sido difundida por medios similares a los empleados para hacerla conocer.

La no efectivización de la oferta será considerada negativa o restricción injustificada de venta, pasible de las sanciones previstas en el artículo 47 de esta ley.”

“Art. 8° — Efectos de la Publicidad. Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor.

En los casos en que las ofertas de bienes y servicios se realicen mediante el sistema de compras telefónicas, por catálogos o por correos, publicados por cualquier medio de comunicación, deberá figurar el nombre, domicilio y número de CUIT del oferente.”

Ejemplo de oferta y publicidad: Una consumidora leyó el domingo en el diario que el supermercado DIA DE HOY haría una oferta de fideos FIDEOLIN a partir del lunes próximo; el martes por la tarde se dirige al supermercado y pretende comprar 4 paquetes pero, al arribar al supermercado, le informan que la publicación del diario es errónea y que no existe tal promoción. Le ofrecen otros de la misma calidad pero a \$10 pesos más cada paquete. La consumidora no adquirió el producto porque considera que la firma no ha dado cumplimiento a la oferta publicitada y quiere presentar una denuncia en defensa del consumidor.

La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa

Por su parte, la publicidad engañosa se encuentra prevista y regulada en la Ley nº 22.802 sobre Lealtad Comercial. Conforme esta Ley:

“Art. 9º — Queda prohibida la realización de cualquier clase de presentación, de publicidad o propaganda que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción de bienes muebles, inmuebles o servicios.”

Corresponde consignar también que existen resoluciones reglamentarias dictadas por la autoridad de aplicación en el marco de la Ley nº 22.802, normalizando el tamaño de la letra de las publicidades, modos de exhibir los precios de los productos en las publicidades, entre otras regulaciones.

BRASIL

OFERTA Y PUBLICIDAD EN BRASIL



La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país

La oferta es la etapa que antecede a la fase contractual. Se trata de un conjunto de esfuerzos, informaciones y prácticas adoptadas por el proveedor para que el consumidor opte por la contratación.

La oferta deviene del derecho básico del consumidor de obtener “información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, característica, composición, calidad y precio, así como sobre riesgos que el mismo presente” (art. 6°, inc. III, del CDC).

De igual modo, es que existió preocupación del legislador por establecer en Sección específica el tratamiento de la oferta, en los arts. 30 al 35. Es establecido por el art. 30 que la oferta debe

“asegurar informaciones correctas, claras, precisas, ostensibles y en lengua portuguesa sobre sus características, calidad, cantidad, composición, precio, garantía, plazo de validez y origen, entre otros datos, bien como sobre los riesgos que presentan a la salud y seguridad de los consumidores”.

La operadora de telefonía que cobra del consumidor por productos o servicios que él no contrató incumple el deber de información de ofertar de forma adecuada y clara sus productos y servicios.

La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial referencia a la publicidad engañosa

Inicialmente es importante aclarar que la propaganda y la publicidad en el derecho brasileño constituyen institutos distintos.

En efecto, la propaganda es toda forma de comunicación que tenga por finalidad divulgar informaciones con naturaleza informativa. A su vez, la publicidad es el acto de comunicación desarrollado en el medio económico que tenga por objetivo promover, directa o indirectamente, el consumo de productos o servicios. La publicidad para el CDC es toda información o comunicación propagada con la finalidad directa o indirecta de promover hacia los consumidores la adquisición de un producto o la utilización de un servicio, cualquiera que sea el local o el medio de comunicación utilizado.

La publicidad se encuentra íntimamente ligada al deber de información y se encuentra prevista entre los arts. 36 a 38 del CDC. Hay previsión específica en el CDC acerca de la publicidad engañosa, en el art. 37, párrafo 1°, que prevé:

“es engañosa cualquier modalidad de información o comunicación de carácter publicitario, entera o parcialmente falsa, o, por cualquier otro modo, mismo por omisión, capaz de inducir a error el consumidor con respecto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio y cualquier otro dato sobre productos y servicios”.

La empresa que divulga mensajes de campaña publicitaria como instrumento de auxilio a la navegación y colecta de datos digitalizados por el consumidor, a fin de repasarlos a otras empresas, realiza la llamada publicidad engañosa.

Además, el CDC también trata sobre publicidad abusiva en el art. 37, párrafo 2°, considerando que:

“es abusiva, entre otras, la publicidad discriminatoria de cualquier naturaleza, la que incite la violencia, explote el miedo o la superstición, se aproveche de la deficiencia en el juzgamiento o inexperiencia del menor, la que no respete valores ambientales o que sea capaz de inducir al consumidor a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para la salud o seguridad”.

PARAGUAY

OFERTA Y PUBLICIDAD EN PARAGUAY



La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país

La oferta de productos y servicios está regulada en la Ley n° 1.334/98 de Defensa del Consumidor y el Usuario, en los siguientes artículos:

Art. 8º.- “Quienes produzcan, importen, distribuyan o comercialicen bienes o presten servicios, suministrarán a los consumidores o usuarios, en forma cierta y objetiva, información veraz, eficaz y suficiente sobre las características esenciales de los mismos.

La oferta y presentación de los productos o servicios asegurará informaciones correctas, claras, precisas y visibles, escritas en idioma oficial, sobre sus características, cualidades, cantidad, composición, precio, garantía, plazo de validez, origen, dirección del local de reclamo y los riesgos que presenten para la seguridad de los consumidores, en su caso.”

Art. 9º.- “La oferta obliga al proveedor que la emite por todo el plazo de su vigencia. Si ella no indicase plazo para el efecto, se entenderá que es de carácter permanente. Cuando la oferta se realice en día inhábil se interpretará que se prolonga hasta el primer día hábil siguiente. El proveedor podrá revocar anticipadamente la oferta, siempre que lo difunda por medios similares a los empleados para hacerla conocer.”

Art. 10.- “Los precios de productos o servicios, incluidos los impuestos, deberán estar indicados con precisión en la oferta, en la moneda de curso legal en el país.”

Art. 11.- “Cuando el proveedor de productos o servicios ofrezca garantía, deberá hacerlo por escrito y para todos los productos idénticos, en idioma oficial y de fácil comprensión, con letra clara y legible, conteniendo como mínimo las siguientes informaciones:

- a) identificación de quién ofrece la garantía;*
- b) identificación del fabricante o importador del producto o prestador de servicio respectivo;*
- c) identificación precisa del producto o servicio, con sus especificaciones técnicas;*
- d) condiciones de validez de la garantía, su plazo y cobertura, especificando las partes del producto o servicio que serán cubiertas por la garantía;*

- e) domicilio de quienes estén obligados contractualmente a prestar la garantía;
- f) condiciones de preparación de producto o servicio, con especificación del lugar donde se efectivizará la garantía;
- g) costos a cargo del consumidor, si los hubiese; y,
- h) lugar y fecha de provisión del producto de servicio al consumidor.”

La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa

La publicidad engañosa está regulada en la Ley n° 1.334/98, en sus artículos:

Art. 35.- “Está prohibida cualquier publicidad considerada engañosa. Se entenderá por tal, cualquier modalidad de información, difusión o comunicación de carácter publicitario que sea entera o parcialmente falsa, o que de cualquier otro modo, incluso por omisión, sea capaz de inducir a error al consumidor, cuando se proporcionen datos respecto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio, condiciones de comercialización, técnicas de producción o cualquier otro dato que sea necesario para definir la relación de consumo.”

Art. 36.- “No será permitida la publicidad comparativa cuando, a través de acciones dolosas o de declaraciones generales e indiscriminadas, se induzca al consumidor a establecer la superioridad de un producto o servicio sobre otro.”

PERU

OFERTA Y PUBLICIDAD EN PERÚ



La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país

En los temas de protección al consumidor frente a las ofertas el Código señala lo siguiente:

“Protección del consumidor frente a la publicidad

Art. 14.- Publicidad de promociones

14.1 La publicidad de promociones de ventas debe consignar, en cada uno de los anuncios que la conforman, la indicación clara de su duración y la cantidad mínima de unidades disponibles de productos ofrecidos. En caso contrario, el proveedor está obligado a proporcionar a los consumidores que lo soliciten los productos o servicios ofertados, en las condiciones señaladas. Corresponde al proveedor probar ante las autoridades el cumplimiento del número y calidad de los productos ofrecidos y vendidos en la promoción.

14.2 Cuando existan condiciones y restricciones de acceso a las promociones de ventas, éstas deben ser informadas en forma clara, destacada y de manera que sea fácilmente advertible por el consumidor en cada uno de los anuncios que las publiciten o en una fuente de información distinta, siempre que en cada uno de los anuncios se informe clara y expresamente sobre la existencia de dichas restricciones, así como de las referencias de localización de dicha fuente de información.

14.3 La fuente de información indicada en el párrafo anterior debe ser un servicio gratuito de fácil acceso para los consumidores e idóneo en relación con el producto o servicio y el público al que van dirigidos los anuncios, que les permita informarse, de manera pronta y suficiente sobre las condiciones y restricciones aplicables a la promoción anunciada. Dicho servicio de información puede ser prestado a través de páginas web o servicios de llamada de parte del consumidor sin costo, entre otros medios.

14.4 La información complementaria no consignada en los anuncios y puesta a disposición a través de una fuente de información distinta debe ser consistente y

no contradictoria con el mensaje publicitario. La carga de la prueba de la idoneidad de dicho servicio y de la información proporcionada por éste recae sobre el anunciante.”

La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa

Sobre el particular, el Código trabaja con la temática en los arts. 12 a 17, estableciendo que la publicidad comercial de productos y servicios se rige por las normas contenidas en el Decreto Legislativo nº 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal o por las normas que las sustituyan o modifiquen, además de aquellas determinadas en este Código. Tiene como principal finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa y de la publicidad engañosa o falsa.

La competencia para conocer en primera instancia sobre la verificación del cumplimiento de las normas que regulan la publicidad es de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del INDECOPI.

Respecto a la publicidad de promociones, el art. 14 establece que los anuncios deben consignar la indicación clara de la duración de la promoción y de la cantidad mínima de unidades disponibles de productos ofrecidos. Cuando existan restricciones y condiciones de acceso a las promociones de ventas, éstas deben ser informadas en forma clara, destacada y de manera que sea fácilmente advertible por el consumidor.

La norma igualmente se preocupa con la publicidad dirigida a menores de edad, cuando, en el art. 16, determina que ésta no debe inducirlos a conclusiones equívocas sobre las características reales de los productos anunciados, debiendo respetar la ingenuidad, la credulidad, la inexperiencia y el sentimiento de lealtad de los menores. Asimismo, no debe generar sentimientos de inferioridad en el menor que no consume el producto anunciado.

URUGUAY

OFERTA Y PUBLICIDAD EN URUGUAY



La disciplina de la oferta de productos y servicios en el país

En la Ley nº 17250, de relaciones de consumo, encontramos varios capítulos destinados a la regulación de la oferta. Véase:

CAPITULO IV - DE LA OFERTA EN GENERAL

“Art. 12.- La oferta dirigida a consumidores determinados o indeterminados, transmitida por cualquier medio de comunicación y que contenga información suficientemente precisa con relación a los productos o servicios ofrecidos, vincula a quien la emite y a aquel que la utiliza de manera expresa por el tiempo que se realice. Este plazo se extenderá en los siguientes casos:

- 1) Cuando dicha oferta se difunda únicamente en día inhábil, en cuyo caso la misma vincula a los sujetos referidos en esta cláusula hasta el primer día hábil posterior al de su realización.*
- 2) Cuando el oferente establezca un plazo mayor.*

En todos los casos, la oferta podrá especificar sus modalidades, condiciones o limitaciones.

Durante el plazo de vigencia de la oferta, incluso si éste es más extenso que el previsto en la presente ley, la oferta será revocable. La revocación será eficaz una vez que haya sido difundida por medios similares a los empleados para hacerla conocer, y siempre que esto ocurra antes que la aceptación haya llegado al oferente. En los casos en los que el oferente asuma el compromiso de no revocar la oferta, la misma no será revocable.

La aceptación de la oferta debe ser tempestiva. La aceptación tardía es ineficaz, salvo la facultad del proponente de otorgarle eficacia.”

“Art. 13. Toda información referente a una relación de consumo deberá expresarse en idioma español sin perjuicio que además puedan usarse otros idiomas.

Cuando en la oferta se dieran dos o más informaciones contradictorias, prevalecerá la más favorable al consumidor.”

“Art. 14. Toda información, aun la proporcionada en avisos publicitarios, difundida por cualquier forma o medio de comunicación, obliga al oferente que ordenó su difusión y a todo aquel que la utilice, e integra el contrato que se celebre con el consumidor.”

“Art. 15. El proveedor deberá informar, en todas las ofertas, y previamente a la formalización del contrato respectivo:

a) El precio, incluidos los impuestos.

b) En las ofertas de crédito o de financiación de productos o servicios, el precio de contado efectivo según corresponda, el monto del crédito otorgado o el total financiado en su caso, y la cantidad de pagos y su periodicidad. Las empresas de intermediación financiera, administradoras de créditos o similares, también deberán informar la tasa de interés efectiva anual.

c) las formas de actualización de la prestación, los intereses y todo otro adicional por mora, los gastos extras adicionales, si los hubiere, y el lugar de pago.

El precio difundido en los mensajes publicitarios deberá indicarse según lo establecido en el presente artículo. La información consignada se brindará conforme a lo que establezca la reglamentación.”

“Art. 16. La oferta de productos o servicios que se realice fuera del local empresarial, por medio postal, telefónico, televisivo, informático o similar da derecho al consumidor que la aceptó a rescindir o resolver, "ipso-jure" el contrato. El consumidor podrá ejercer tal derecho dentro de los cinco días hábiles contados desde la formalización del contrato o de la entrega del producto, a su sola opción, sin responsabilidad alguna de su parte. La opción por la rescisión o resolución deberá ser comunicada al proveedor por cualquier medio fehaciente.

Cuando la oferta de servicios se realice en locales acondicionados con la finalidad de ofertar, el consumidor podrá rescindir o resolver el contrato en los términos dispuestos en el inciso primero del presente artículo.

Si el consumidor ejerciere el derecho a resolver o rescindir el contrato deberá proceder a la devolución del producto al proveedor, sin uso, en el mismo estado en que fue recibido, salvo lo concerniente a la comprobación del mismo. Por su parte, el

proveedor deberá restituir inmediatamente al consumidor todo lo que éste hubiere pagado. La demora en la restitución de los importes pagados por el consumidor, dará lugar a que éste exija la actualización de las sumas a restituir. Cada parte deberá hacerse cargo de los costos de la restitución de la prestación recibida. En los casos en los que el consumidor rescinda o resuelva el contrato de conformidad a las previsiones precedentes, quedarán sin efecto las formas de pago diferido de las prestaciones emergentes de dicho contrato que éste hubiera instrumentado a través de tarjetas de crédito o similares. Bastará a tal efecto que el consumidor comunique a las emisoras de las referidas tarjetas su ejercicio de la opción de resolución o rescisión del contrato.

En el caso de servicios parcialmente prestados, el consumidor pagará solamente aquella parte que haya sido ejecutada y si el servicio fue pagado anticipadamente, el proveedor devolverá inmediatamente el monto correspondiente a la parte no ejecutada. La demora en la restitución de los importes pagados por el consumidor, dará lugar a que éste exija la actualización de las sumas a restituir. Se aplicará en lo pertinente lo dispuesto en el párrafo final del inciso anterior del presente artículo.

En todos los casos el proveedor deberá informar el domicilio de su establecimiento o el suyo propio siendo insuficiente indicar solamente el casillero postal o similar.”

CAPITULO V - DE LA OFERTA DE LOS PRODUCTOS

“Art. 17. La oferta de productos debe brindar información clara y fácilmente legible sobre sus características, naturaleza, cantidad, calidad -en los términos y oportunidades que correspondan-, composición, garantía, origen del producto, el precio de acuerdo a lo establecido en el artículo 15, los datos necesarios para la correcta conservación y utilización del producto y, según corresponda, el plazo de validez y los riesgos que presente para la salud y seguridad de los consumidores.

La información consignada en este artículo se brindará conforme lo establezca la reglamentación respectiva. En lo que respecta al etiquetado-rotulado de productos, así como en relación a la necesidad de acompañar manuales de los productos y el contenido de éstos, se estará a lo que disponga la reglamentación.”

“Art. 18. Los fabricantes e importadores deberán asegurar la oferta de componentes y repuestos mientras subsista la fabricación o importación del producto.”

“Art. 19. La oferta de productos defectuosos, usados o reconstituidos deberá indicar tal circunstancia en forma clara y visible.”

CAPITULO VI - DE LA OFERTA DE SERVICIOS

“Art. 20.- En la oferta de servicios el proveedor deberá informar los rubros que se indican en el presente artículo, salvo que por la naturaleza del servicio no corresponda la referencia a alguno de ellos. La información deberá ser clara y veraz y, cuando se brinde por escrito, será proporcionada con caracteres fácilmente legibles.

- a) Nombre y domicilio del proveedor del servicio.*
- b) La descripción del servicio a prestar.*
- c) Una descripción de los materiales, implementos, tecnología a emplear y el plazo o plazos del cumplimiento de la prestación.*
- d) El precio, incluidos los impuestos, su composición cuando corresponda, y la forma de pago. Será aplicable en lo pertinente lo dispuesto en el artículo 15 de la presente ley.*
- e) Los riesgos que el servicio pueda ocasionar para la salud o seguridad, cuando se diera esta circunstancia.*
- f) El alcance y duración de la garantía, cuando ésta se otorgue.*
- g) Solamente podrá informarse la calidad de conformidad a lo previsto en el artículo 17 de la presente ley.*

La reglamentación podrá prever situaciones en que, junto con la oferta deba brindarse un presupuesto al consumidor, estableciendo su contenido y eficacia.”

“Art. 21. La oferta de servicios financieros deberá contener las especificaciones que, según los servicios que se trate, pueda disponer la reglamentación, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 20 precedente.”

Ejemplo de publicidad: el mensaje difundido en la televisión para dar a conocer las características de un nuevo modelo de automóvil.

La regulación de la publicidad de productos y servicios, con especial hincapié en la publicidad engañosa

En el inciso 1 del art. 24 de la Ley nº 17.250 se establece que: “toda publicidad debe ser transmitida y divulgada de forma tal que el consumidor la identifique como tal”.

En los incisos 2 y 3 del citado art. 24 encontramos que:

“Queda prohibida cualquier publicidad engañosa. Se entenderá por publicidad engañosa cualquier modalidad de información o comunicación contenida en mensajes publicitarios que sea entera o parcialmente falsa, o de cualquier otro modo, incluso por omisión de datos esenciales, sea capaz de inducir a error al consumidor respecto a la naturaleza, cantidad, origen, precio, respecto de los productos y servicios”.

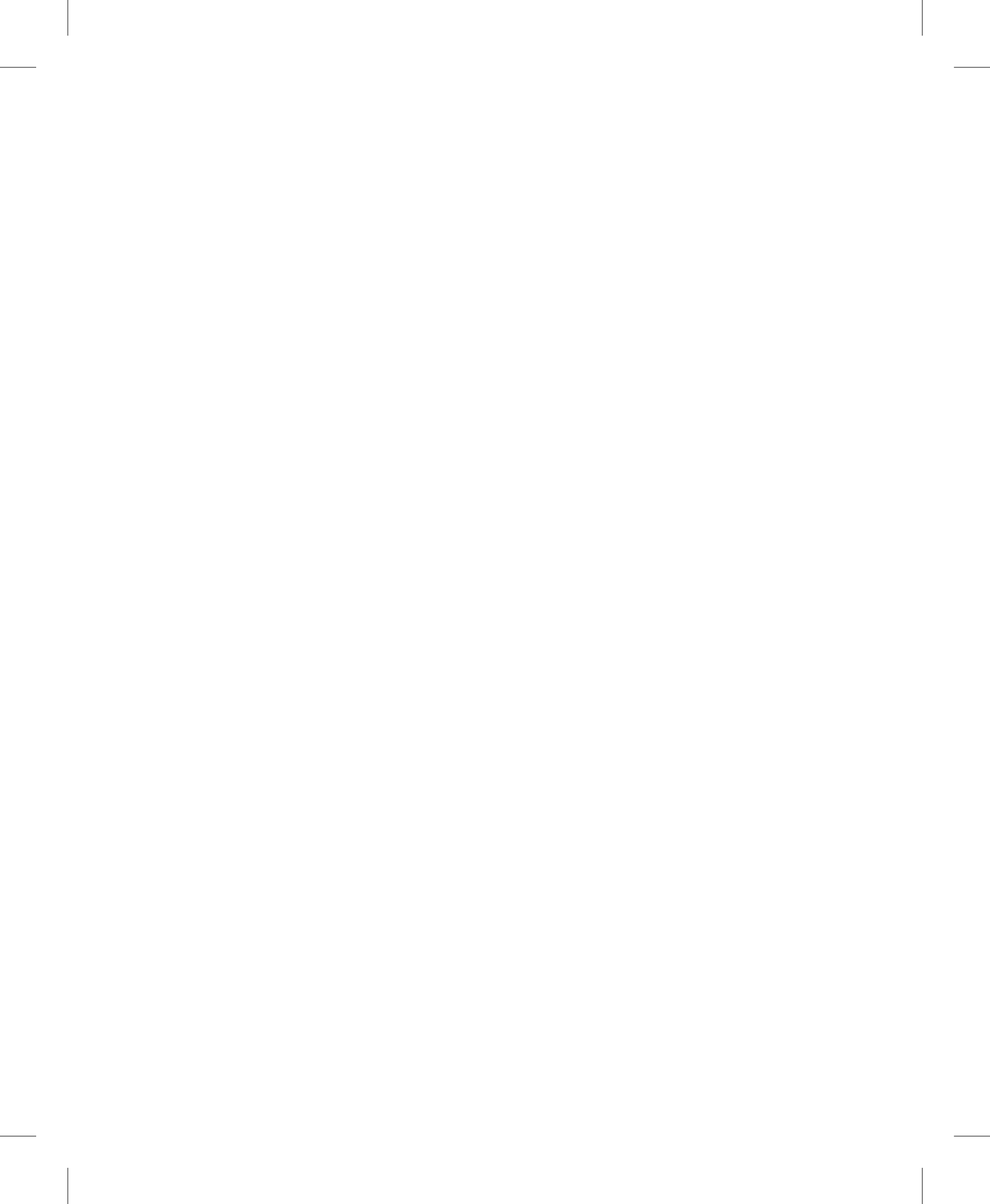
Por su parte, el art. 6, *literal 'd'* establece que es un derecho básico del consumidor la protección contra la publicidad engañosa.



CAPÍTULO 7

PRÁCTICAS ABUSIVAS





ARGENTINA

PRÁCTICAS ABUSIVAS EN ARGENTINA



La prohibición de la realización de prácticas abusivas

Respecto a la prohibición de la realización de prácticas abusivas la legislación ha previsto el art. 8 bis, introducido en la última reforma de la Ley n° 24.240, llevada a cabo en el año 2008, que establece literalmente:

“Art. 8º bis: Trato digno. Prácticas abusivas. Los proveedores deberán garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores y usuarios. Deberán abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. No podrán ejercer sobre los consumidores extranjeros diferenciación alguna sobre precios, calidades técnicas o comerciales o cualquier otro aspecto relevante sobre los bienes y servicios que comercialice. Cualquier excepción a lo señalado deberá ser autorizada por la autoridad de aplicación en razones de interés general debidamente fundadas.

En los reclamos extrajudiciales de deudas, deberán abstenerse de utilizar cualquier medio que le otorgue la apariencia de reclamo judicial.

Tales conductas, además de las sanciones previstas en la presente ley, podrán ser pasibles de la multa civil establecida en el artículo 52 bis de la presente norma, sin perjuicio de otros resarcimientos que correspondieren al consumidor, siendo ambas penalidades extensivas solidariamente a quien actuare en nombre del proveedor.”

Distinto es el supuesto del control o fiscalización sobre “cláusulas abusivas” que la Ley n° 24.240 contempla en los arts. 37 a 39 y normas complementarias de la autoridad de aplicación (Resoluciones 53/2003 y 9/2004).

Ejemplos de prácticas abusivas:

- a) Un consumidor es maltratado pues cuando sale del supermercado, piensan que se lleva oculto debajo de la campera un paquete de fideos. Delante de todo el público que se encuentra en el salón, le gritan ladrón! sinvergüenza!, entre otros

epítetos. Lo ponen de espalda contra la pared, y cuando lo revisan, el hombre no tiene nada debajo de su campera. El hombre, muy enojado, realiza una presentación en defensa del consumidor para que le apliquen la máxima sanción al supermercado por la práctica abusiva del mismo;

- b) En un establecimiento comercial se observa al ingresar, un cartel que expresa “coloque sus pertenencias en los *lockers*” y a renglón seguido determina “la empresa no se responsabiliza por lo que pudiera suceder a sus pertenencias”.

El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor

Si bien no existe como tal en la Ley n° 24.240, el instituto de la desconsideración de la persona jurídica es utilizado como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor, en determinadas situaciones: “responsabilidad por daños” y “régimen de garantía legal sobre productos”.

Se encuentra previsto en la Ley un régimen de responsabilidad de tipo objetiva y solidaria, frente al consumidor, de toda la cadena de comercialización que ha tenido intervención en la relación de consumo: fabricante, importador, distribuidor, mayorista, minorista y quien ha puesto su marca en el bien con lo que, de algún modo, el hecho de responsabilizar a toda la cadena comercial, marca la existencia de un sistema robusto de responsabilidad frente al consumidor.

BRASIL

PRÁCTICAS ABUSIVAS EN BRASIL



La prohibición de realización de prácticas abusivas

Las prácticas abusivas son conductas que, una vez existentes, son caracterizadas como ilícitas. El Código de Defensa del Consumidor, en la Sección IV, trató específicamente de regular la materia en tres artículos: 39, 40 y 41. Sin embargo, fue de hecho el art. 39 el que se preocupó en enumerar ejemplificativamente cuales serían las prácticas abusivas.

I – condicionar la provisión del producto o del servicio a la provisión de otro producto o servicio, así como también, sin justa causa a límites cuantitativos;

II – recusar atención a las demandas de los consumidores, en la exacta medida de sus disponibilidades de stock, y, además, de conformidad con los usos y costumbres;

III – enviar o entregar al consumidor, sin solicitud previa, cualquier producto, o proveer cualquier servicio;

IV – prevalecerse de la franqueza o ignorancia del consumidor, debido a su edad, salud, conocimiento o condición social, para imponerle sus productos o servicios;

V – exigir del consumidor ventaja manifiestamente excesiva;

VI – ejecutar servicios sin la previa elaboración de presupuestos y autorización expresa del consumidor, a excepción de las decurrentes de prácticas anteriores entre las partes;

VII – retransmitir información despectiva, referente a actos practicados por el consumidor en ejercicio de sus derechos;

VIII – colocar, en el mercado de consumo, cualquier producto o servicio en desacuerdo con las normas expedidas por los órganos oficiales competentes, o, si no existiesen normas específicas, por la Asociación Brasileña de Normas Técnicas u otra entidad acreditada por el Consejo Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial (CONMETRO);

IX – recusar la venta de bienes o la prestación de servicios, directamente a quien se disponga a adquirirlos mediante pronto pago, a excepción de los casos de intermediación regulados en leyes especiales;

X – elevar sin justa causa el precio de los productos o servicios;

XI – Dispositivo incluido por la MPV n° 1.890-67, del 22.10.1999;

XII – dejar de estipular plazo para el cumplimiento de su obligación o dejar la fijación de su término inicial a su exclusivo criterio (incluido por la Ley n° 9.008, de 21.3.1995);

XIII – aplicar fórmula o índice de reajuste divergente del legal o contractualmente establecido”.

Existen otras prácticas abusivas dentro del CDC, como: cobranza intimidante (arts. 42 c/c 71), inclusión del nombre en los servicios de restricción al crédito (art. 43) y el anuncio abusivo o engañoso (art. 37).

El proveedor que promueve la reducción en cantidad del producto en su embalaje, sin la debida información al consumidor, comete infracción a las relaciones de consumo.

El instituto de la desconsideración de persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor

La desconsideración de la persona jurídica está prevista en el art. 28 del CDC, según el cual

“el juez podrá desconsiderar la personalidad jurídica de la sociedad cuando en detrimento del consumidor, hubiese abuso de derecho, exceso de poder, infracción de la ley, hecho o acto ilícito o violación de los estatutos o contrato social. La desconsideración también será efectiva cuando hubiese falencia, estado de insolvencia, encerramiento o inactividad de la persona jurídica provocado por mala administración”.

La desconsideración vertida en el artículo citado es amplia, no limitándose a hipótesis que envuelvan fraudes, sino a todos los casos que obstruyen el resarcimiento de los daños sufridos por el consumidor y que representen un obstáculo al saneamiento del perjuicio.

PARAGUAY

PRÁCTICAS ABUSIVAS EN PARAGUAY



La prohibición de la realización de prácticas abusivas

El derecho paraguayo prevé la prohibición de realización de prácticas abusivas, en los arts. 37, 38 y 39 de la ley ya referida, en los siguientes términos:

Art. 37: “Queda prohibida la publicidad abusiva, entendida como aquella de carácter discriminatorio de cualquier naturaleza, o que incite a la violencia, explote el miedo, se aproveche de la falta de madurez de los niños, infrinja valores medioambientales o sea capaz de inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.”

Art. 38.- “La promoción que tenga por objeto el consumo de tabaco, bebidas alcohólicas, medicamentos y bebidas estimulantes, estará sujeta a las limitaciones que impongan las leyes especiales que regulen su producción, venta y publicidad comercial.”

Art. 39.- “En las controversias que pudieran 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 como anunciante al proveedor de bienes o servicios que ha encargado la difusión del mensaje publicitario.”

El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor

En la legislación paraguaya no está previsto este instituto.



PERÚ
PRÁCTICAS ABUSIVAS EN PERÚ



La prohibición de la realización de prácticas abusivas

El Código contempla dentro de la gran categoría de métodos comerciales abusivos, lo siguiente:

- a) métodos comerciales coercitivos;
- b) prácticas abusivas;
- c) métodos comerciales agresivos o engañosos; y,
- d) métodos abusivos en el cobro.

Respecto a los métodos comerciales coercitivos, el art. 56 del Código contiene una lista meramente enunciativa de aquellos derechos que tienen los consumidores al respecto. Véase:

“a. En los contratos de duración continuada o de tracto sucesivo, condicionar la venta de un producto o la prestación de un servicio a la adquisición de otro, salvo que, por su naturaleza o con arreglo al uso comercial, sean complementarios. La oferta de productos o servicios no complementarios debe garantizar que puedan ofrecerse por separado.

b. Obligar al consumidor a asumir prestaciones que no ha pactado o a efectuar pagos por productos o servicios que no han sido requeridos previamente. En ningún caso puede interpretarse el silencio del consumidor como aceptación de dichas prestaciones o pagos, salvo que lo haya autorizado previamente de manera expresa.

c. Modificar, sin el consentimiento expreso del consumidor, las condiciones y términos en los que adquirió un producto o contrató un servicio, inclusive si el proveedor considera que la modificación podría ser beneficiosa para el consumidor. No se puede presumir el silencio del consumidor como aceptación, salvo que él así lo haya autorizado expresamente y con anterioridad.

d. Completar formularios, formatos, títulos valores y otros documentos emitidos incompletos por el consumidor, de manera distinta a la que fue expresamente acordada al momento de su suscripción.

- e. Establecer limitaciones injustificadas o no razonables al derecho del consumidor a poner fin a un contrato cuando legal o contractualmente se le haya reconocido ese derecho, o a emplear los mismos mecanismos de forma, lugar y medios utilizados en la celebración de los contratos para desvincularse de estos.*
- f. Tomar ventaja indebida en las relaciones contractuales de duración continuada o de tracto sucesivo, en aquellas situaciones en las que el cambio de un proveedor resulta significativamente costoso para el consumidor.*
- g. Exigir al consumidor la presentación de documentación innecesaria para la prestación del servicio que contrate o la entrega del producto adquirido, pudiendo, en todo caso, exigirse solo la documentación necesaria, razonable y pertinente de acuerdo con la etapa en la que se encuentre la prestación del producto o ejecución del servicio.”*

Adicionalmente, serán consideradas prácticas abusivas aquellas situaciones previstas en el art. 57 del Código, en la que aprovechándose de la situación de desventaja del consumidor, le impongan condiciones excesivamente onerosas o que no resulten previsibles al momento de contratar.

En lo que respecta a métodos comerciales agresivos o engañosos, el Código, en su art. 58, establece que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.

Finalmente, en lo referido a los métodos abusivos en el cobro, el Código, en sus arts. 61 y 62, establece que los proveedores deben utilizar los procedimientos de cobranza previstos en las leyes, prohibiéndose aquellos métodos que afecten la reputación del consumidor, que atenten contra la privacidad de su hogar, que afecten sus actividades laborales o su imagen ante terceros; tales como:

- “a. Enviar al deudor, o a su garante, documentos que aparenten ser notificaciones o escritos judiciales.*
- b. Realizar visitas o llamadas telefónicas entre las 20.00 horas y las 07.00 horas o los días sábados, domingos y feriados.*
- c. Colocar o exhibir a vista del público carteles o escritos en el domicilio del deudor o del garante, o en locales diferentes de éstos, requiriéndole el pago de sus obligaciones.*
- d. Ubicar a personas con carteles alusivos a la deuda, con vestimenta inusual o medios similares, en las inmediaciones del domicilio o del centro de trabajo del*

deudor, requiriéndole el pago de una obligación.

e. Difundir a través de los medios de comunicación nóminas de deudores y requerimientos de pago sin mediar orden judicial. Lo anterior no comprende a la información que se proporcione a las centrales privadas de información de riesgos reguladas por ley especial, la información brindada a la Central de Riesgos de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones ni la información que por norma legal proporcione el Estado.

f. Enviar comunicaciones o realizar llamadas a terceros ajenos a la obligación informando sobre la morosidad del consumidor.

g. Enviar estados de cuenta, facturas por pagar y notificaciones de cobranza, sea cual fuera la naturaleza de estas últimas, al domicilio de un tercero ajeno a la relación de consumo, salvo que se trate de un domicilio contractualmente acordado o que el deudor haya señalado un nuevo domicilio válido.

h. Cualquier otra modalidad análoga a lo señalado anteriormente.”

El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor

En el Perú no hay normativa respecto a este instituto y tampoco se contempla la aplicación del mismo.



URUGUAY

PRÁCTICAS ABUSIVAS EN URUGUAY



La prohibición de la realización de prácticas abusivas

El art. 22 de la ley de defensa del consumidor establece en carácter enunciativo (no taxativo) un listado de prácticas que son consideradas abusivas. Véase:

"Son consideradas prácticas abusivas, entre otras:

- a) Negar la provisión de productos o servicios al consumidor, mientras exista disponibilidad de lo ofrecido según los usos y costumbres y la posibilidad de cumplir el servicio, excepto cuando se haya limitado la oferta y lo haya informado previamente al consumidor, sin perjuicio de la revocación que deberá ser difundida por los mismos medios empleados para hacerla conocer;*
- b) Hacer circular información que desprestigie al consumidor, a causa de las acciones realizadas por éste, en ejercicio de sus derechos;*
- c) Fijar el plazo, o los plazos para el cumplimiento de las obligaciones de manera manifiestamente desproporcionada en perjuicio del consumidor;*
- d) Enviar o entregar al consumidor, cualquier producto o proveer cualquier servicio, que no haya sido previamente solicitado. Los servicios prestados o los productos remitidos o entregados al consumidor, en esta hipótesis, no conllevan obligación de pago ni de devolución, equiparándose por lo tanto a las muestras gratis. Se aplicará, en lo que corresponda, lo dispuesto en el inciso tercero del artículo 16 de la presente ley;*
- e) Hacer aparecer al consumidor como proponente de la adquisición de bienes o servicios, cuando ello no corresponda;*
- f) Condicionar el suministro de productos o servicios al suministro de otro producto o servicio, así como a límites cuantitativos, sin justa causa".²*

² El literal 'f' fue incorporado por el art. 144 de la Ley 19.149, del 24/10/2013.

Ejemplo de práctica abusiva: cuando el proveedor establece un extenso y entramado sistema para que el consumidor se desafilie de un servicio de duración continuada.

El instituto de la desconsideración de la persona jurídica, como mecanismo destinado a cohibir abusos y fraudes cometidos por el proveedor

No está previsto en la norma, si bien es aplicado por la jurisprudencia en materia comercial.

CAPÍTULO 8

BANCOS DE DATOS DE CONSUMO





ARGENTINA

BANCOS DE DATOS EN ARGENTINA



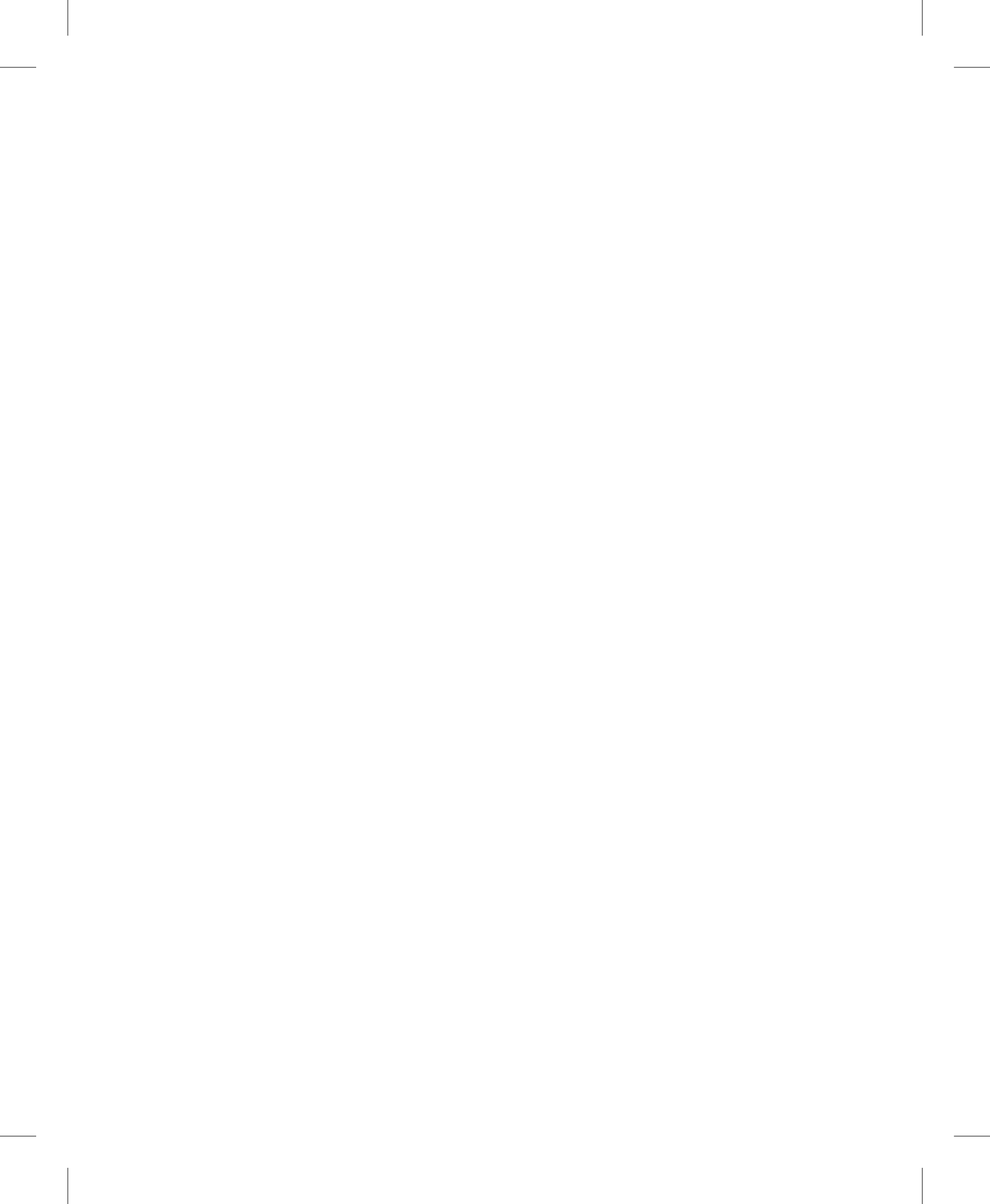
Banco de datos de consumo

En la República Argentina no existe en la actualidad ninguna previsión normativa respecto a la creación de un banco de datos de consumo.

Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos

Existe un Registro Público de Infractores a las previsiones de la Ley n° 24.240, donde pueden consultarse las denuncias y, eventualmente, sanciones impuestas a los proveedores por infracciones a la normativa vigente.

Además, la autoridad de aplicación elabora estadísticas mensuales y anuales sobre la cantidad de denuncias por rubros de actividad, los motivos que dieron lugar a las denuncias, etc., que pueden ser consultadas por los consumidores.



BRASIL

BANCOS DE DATOS EN BRASIL



Banco de datos de consumo

Caso se entienda por “bancos de datos de consumo” los bancos de datos de protección al crédito, no hay previsión legal respecto a su creación, sino solamente normas que pautan tales bancos de datos cuando fuesen creados y explotados por el sector privado.

Entre tales normas están el art. 43 del Código de Defensa del Consumidor y la Ley nº 12.414/2011. El art. 43 del Código de Defensa del Consumidor establece un plazo de 5 años para la inclusión de informaciones del consumidor, no pudiendo, por lo tanto, haber informaciones negativas superiores a ese período.

Hay previsión de algunos derechos como:

- a) información previa;
- b) acceso;
- c) rectificación.

La Ley nº 12.414, a su vez, instituye parámetros para la creación de bancos de datos con informaciones de cumplimiento del consumidor, reafirmando reglas ya existentes en el Código de Defensa del Consumidor, tales como:

- a) información previa;
- b) derecho de acceso;
- c) derecho de rectificación y cancelación;
- d) información al respecto de los principales elementos y criterios considerados para el análisis del riesgo;
- e) derecho de revisión de decisión realizada exclusivamente por medios autorizados;
- f) finalidad de colecta.

Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos

Los órganos de defensa del consumidor (PROCON, Comisaría, Fiscalía del Consumidor) pueden ser consultados respecto a las informaciones referentes al proveedor. Además, el consumidor puede buscar esclarecimientos por medio del SINDEC (Sistema Nacional de Informaciones de Defensa del Consumidor) y del registro de reclamaciones fundamentadas.

El Registro de Reclamaciones Fundamentadas es un registro formado a partir de procesos administrativos finalizados en el ámbito de los PROCONs, en un período de 12 meses. La creación de este registro está basada en las directrices del art. 44 del CDC, conforme el cual “los órganos públicos de defensa del consumidor mantendrán registros actualizados de reclamaciones fundamentadas contra proveedores de productos y servicios, debiendo divulgarlo de forma pública y anual. La divulgación indicará si el reclamo fue atendido o no por el proveedor.”

PARAGUAY

BANCOS DE DATOS EN PARAGUAY



Banco de datos de consumo

No existe, en la actualidad tal previsión normativa.

Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos

No existe en la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario un Registro Público de Infractores, pero se está trabajando arduamente a fin de implementar uno, en muy poco tiempo, a fin de que los consumidores y usuarios obtengan informaciones sobre las empresas que fueron sancionadas por infringir la Ley n° 1.334/98 y su Decreto Reglamentario.

La Autoridad de Aplicación elabora estadísticas mensuales y anuales sobre cantidad de denuncias por rubros de actividad, motivos de denuncias, etc., que pueden ser consultadas por los consumidores y usuarios.



PERÚ BANCOS DE DATOS EN PERÚ



Banco de datos de consumo

En el Perú, lo que existe es un registro de infracciones y sanciones (art. 119 del Código), que es el mismo que se difunde en la página web del INDECOPI, a través de la herramienta web “Mira a quién le compras”. (Disponible en: <http://www.indecopi.gob.pe/miraaquienlecompras/>)

La finalidad del Registro es la de contribuir a la transparencia de las transacciones entre proveedores y consumidores y orientar a estos en la toma de sus decisiones de consumo. Los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro (4) años contados a partir de la fecha de dicha resolución.

Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos

El Código, en su art. 1.1, *literal 'b'*, reconoce el derecho de los consumidores a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

Asimismo, respecto a la información relevante, el Código señala que los proveedores tienen la obligación de ofrecer al consumidor toda la información para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios. Por ello, la información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano, conforme determina el art. 2º del Código.

En ese sentido, y sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos

substancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor.

Finalmente, debe tomarse en cuenta los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado.

URUGUAY
BANCOS DE DATOS EN URUGUAY



Banco de datos de consumo

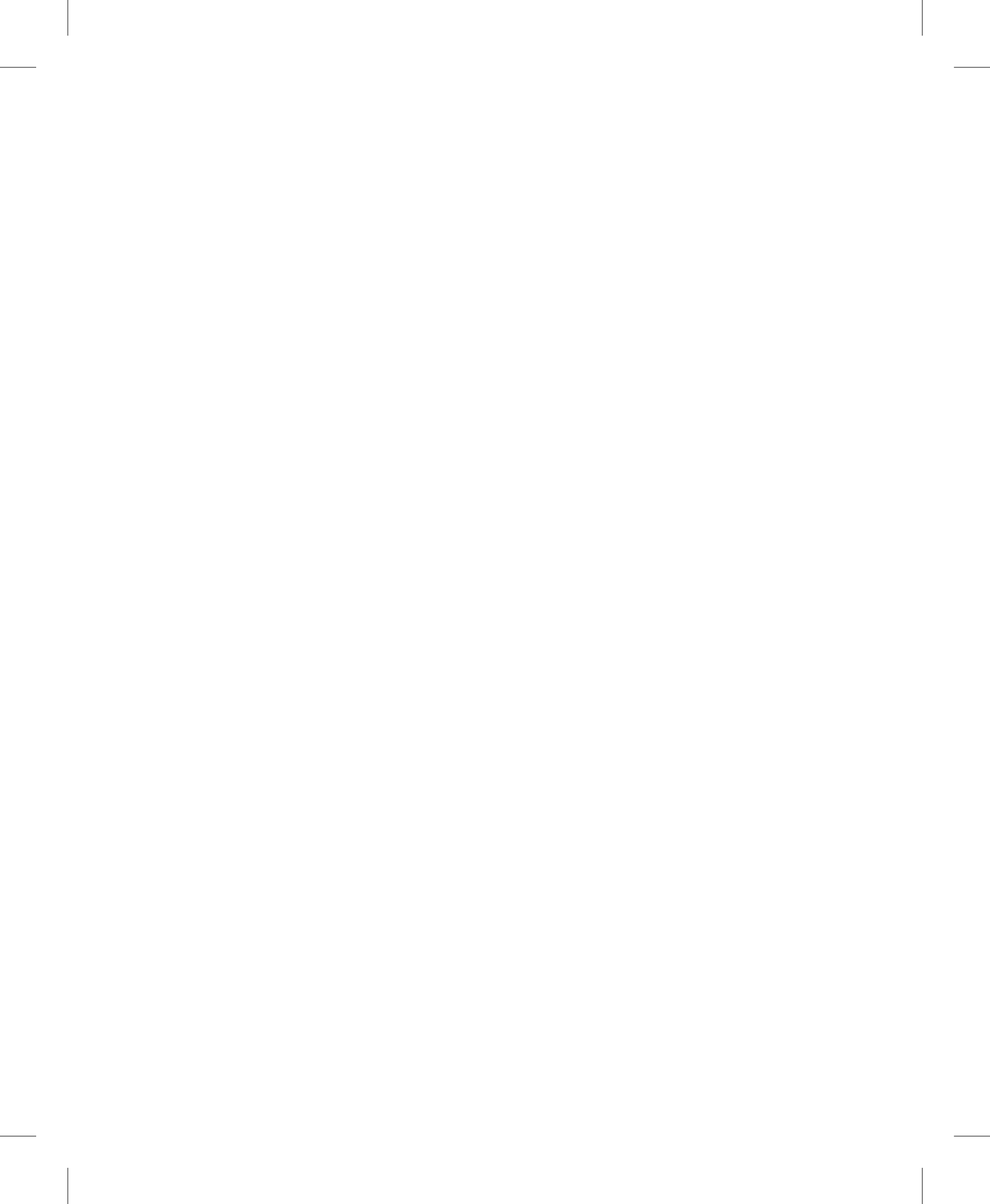
No existe previsión respecto al tema, en el Uruguay.

Informaciones respecto al proveedor y a las características de los productos y servicios ofrecidos

Si la información no surge de la oferta, publicidad e informaciones brindadas en la etapa precontractual, es probable que el consumidor difícilmente conozca quien es el proveedor hasta el momento en que se perfecciona el contrato de consumo.

De la misma forma, el consumidor deberá pesquisar informaciones sobre la reputación del proveedor.

En lo que refiere a las características de los productos y servicios ofrecidos esta debe ser informada en la oferta (así lo exigen los arts. 12, 17 y 20 de la Ley nº 17.250).



CAPÍTULO 9
PROTECCIÓN CONTRACTUAL
DE LOS CONSUMIDORES





ARGENTINA

PROTECCIÓN CONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES EN ARGENTINA



La evolución del concepto de contrato de consumo en el país

El tratamiento de las relaciones de consumo como un objeto específico de estudio y regulación normativa especial, empezó a desarrollarse en nuestro país en la década del 60.

Podríamos decir que hasta aquel momento imperaban en nuestro país las nociones decimonónicas establecidas en nuestro Código Civil, sobre el consentimiento y la teoría del contrato en general: el individualismo y el principio de no-intervención regían el rol del Estado en las relaciones de consumo, en las que -por hipótesis- consumidor y empresario se encontraban en igualdad de condiciones al celebrar un contrato de orden privado.

Como consecuencia de la evolución de los principios e institutos del derecho (Reforma de la Ley n° 17.711 en nuestro ordenamiento jurídico civil en el año 1968) y de la masividad en la producción y en los estándares y patrones de consumo por parte del consumidor, se comenzaron a evidenciar situaciones en las que el consumidor era víctima de abusos o de la imposición de cláusulas abusivas, a raíz de su posición de inferioridad en el contrato, en un mercado que se tornaba complejo y altamente diversificado. Garantías tradicionales como la de los vicios ocultos o el abuso del derecho resultaban insuficientes a fin de brindarle protección para el consumo moderno.

Por otra parte, la circulación masiva de bienes y servicios trajeron aparejadas modificaciones en las modalidades de formulación de la oferta y contratación de los mismos.

La mayor rapidez en las transacciones promovieron que la oferta fuera lanzada a un número indeterminado de posibles contratantes. A su vez las formas tradicionales de contratación fueron siendo sustituidas, en materia de contratos de consumo, por formas contractuales por adhesión en las que las conversaciones previas entre las partes contratantes y las cláusulas negociadas dieron lugar a cláusulas predispuestas por el empresario o proveedor que resultaba ser la parte más fuerte en la contratación.

En ese sentido ya en la década del 60, y al igual que en diferentes lugares del mundo, se comenzó a identificar al consumidor como un grupo social definido al que debía brindarse una protección especial.

En Argentina, la protección del consumidor se desarrolló, además de los modernos criterios jurisprudenciales de nuestros tribunales, a través de disposiciones desperdigadas incluidas en el Código Civil, el Código Penal, la Ley de Defensa de la Competencia, la Ley de Lealtad Comercial, el Código Alimentario Argentino y otras normas especiales de protección. Como se puede observar, la protección en estos instrumentos se hacía de forma indirecta.

Finalmente, la concreción de un sistema orgánico de defensa del consumidor ocurrió el 22 de septiembre de 1993, con la sanción de la Ley nº 24.240 de Defensa del Consumidor.

Ejemplo de incumplimiento contractual: El Consumidor compra un vehículo en un concesionario oficial de una empresa automotriz. En el documento de venta se pacta que sería entregado entre los 20 y 30 días hábiles de la fecha de compra, cuando el consumidor cancelara totalmente el precio del vehículo. El mismo, 10 días después, concurre a la concesionaria y abona el saldo restante del precio. Le informan que esperara al plazo preciso para la entrega. Finalmente, trascurridos tres meses desde la fecha de compra, el auto no es entregado pese a los innumerables reclamos, tanto personales como telefónicos, del consumidor que, finalmente, decide hacer la denuncia.

Los contratos de adhesión

Los contratos por adhesión carecen de una regulación específica en la República Argentina. Sin perjuicio de ello, se encuentra prevista su revisión en relación con las posibles cláusulas abusivas que pudiesen contener, que se transcribe en el ítem siguiente.

Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión

Las cláusulas abusivas son reguladas por la Ley nº 24.240 en sus arts. 37, 38 y 39:

“Art. 37- Interpretación. Sin perjuicio de la validez del contrato, se tendrán por no convenidas:

a) Las cláusulas que desnaturalicen las obligaciones o limiten la responsabilidad por daños;

b) Las cláusulas que importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte;

c) Las cláusulas que contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor.

La interpretación del contrato se hará en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se estará a la que sea menos gravosa.

En caso en que el oferente viole el deber de buena fe en la etapa previa a la conclusión del contrato o en su celebración o transgreda el deber de información o la legislación de defensa de la competencia o de lealtad comercial, el consumidor tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato o la de una o más cláusulas. Cuando el juez declare la nulidad parcial, simultáneamente integrará el contrato, si ello fuera necesario.”

“Art. 38- Contrato de Adhesión. Contratos en Formularios. La autoridad de aplicación vigilará que los contratos de adhesión o similares, no contengan cláusulas de las previstas en el artículo anterior. La misma atribución se ejercerá respecto de las cláusulas uniformes, generales o estandarizadas de los contratos hechos en formularios, reproducidos en serie y en general, cuando dichas cláusulas hayan sido redactadas unilateralmente por el proveedor de la cosa o servicio, sin que la contraparte tuviere posibilidades de discutir su contenido.”

“Art. 39- Modificación Contratos Tipo. Cuando los contratos a los que se refiere el artículo anterior requieran la aprobación de otra autoridad nacional o provincial, ésta tomará las medidas necesarias para la modificación del contrato tipo a pedido de la autoridad de aplicación.)”

A su vez, la autoridad de aplicación dictó normas reglamentarias, referidas al control de cláusulas abusivas, tales como:

- a) la Resolución n° 53/2003, la cual establece que los contratos de consumo, en los términos de los arts. 1° y 2° de la Ley n° 24.240, cualquiera fuere su instrumentación, no pueden incluir cláusulas de las que, con carácter enunciativo, se consignan en el listado anexo que detalla la propia norma;

b) la Resolución n° 9/04, que prevé un anexo con cláusulas abusivas correspondientes a la telefonía móvil, servicios financieros y bancarios y medicina prepaga.

La autoridad de aplicación, con base en la normativa referida, sistemáticamente y de oficio, controla que los contratos por adhesión que utilizan las empresas en el mercado, según los diferentes sectores de actividad (bancos, tarjetas de crédito, celulares, prepagas, etc.), no contengan cláusulas consideradas abusivas según la normativa citada.

En tal caso, formula un reproche jurídico con los criterios de abusividad advertidos; la empresa presenta un descargo y, con posterioridad, la autoridad conmina un plazo determinado al proveedor, a través del dictado de un acto administrativo, para que remueva las cláusulas consideradas, finalmente, abusivas.

Interpretación del contrato a favor del consumidor

El principio básico de la legislación consumeril respecto de la interpretación más favorable al consumidor se encuentra plasmado en el art. 3° de la Ley n° 24.240, que prescribe literalmente:

“Art. 3° — Relación de consumo. Integración normativa. Preeminencia.

(...)

Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo, en particular la Ley n° 25.156 de Defensa de la Competencia y la Ley n° 22.802 de Lealtad Comercial o las que en el futuro las reemplacen. En caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable al consumidor.

Las relaciones de consumo se rigen por el régimen establecido en esta ley y sus reglamentaciones sin perjuicio de que el proveedor, por la actividad que desarrolle, esté alcanzado asimismo por otra normativa específica.”

El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor

El plazo de arrepentimiento se encuentra contemplado en la Ley n° 24.240 para la



contratación de tipo domiciliaria, es decir, fuera del establecimiento del proveedor. A este tipo de contratación se asimilan las contrataciones efectuadas en forma electrónica, telefónica o similar por el consumidor.

En este sentido, los arts. 32 a 34 prevén específicamente:

DE LA VENTA DOMICILIARIA, POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS

“Art. 32. — Venta domiciliaria. Es la oferta o propuesta de venta de un bien o prestación de un servicio efectuada al consumidor fuera del establecimiento del proveedor. También se entenderá comprendida dentro de la venta domiciliaria o directa aquella contratación que resulte de una convocatoria al consumidor o usuario al establecimiento del proveedor o a otro sitio, cuando el objetivo de dicha convocatoria sea total o parcialmente distinto al de la contratación, o se trate de un premio u obsequio.

El contrato debe ser instrumentado por escrito y con las precisiones establecidas en los artículos 10 y 34 de la presente ley.

Lo dispuesto precedentemente no es aplicable a la compraventa de bienes perecederos recibidos por el consumidor y abonados al contado.”

“ARTICULO 33. — Venta por Correspondencia y Otras. Es aquella en que la propuesta se efectúa por medio postal, telecomunicaciones, electrónico o similar y la respuesta a la misma se realiza por iguales medios.

No se permitirá la publicación del número postal como domicilio.”

“Art. 34. — Revocación de aceptación. En los casos previstos en los artículos 32 y 33 de la presente ley, el consumidor tiene derecho a revocar la aceptación durante el plazo de DIEZ (10) días corridos contados a partir de la fecha en que se entregue el bien o se celebre el contrato, lo último que ocurra, sin responsabilidad alguna. Esta facultad no puede ser dispensada ni renunciada.

El vendedor debe informar por escrito al consumidor de esta facultad de revocación en todo documento que con motivo de venta le sea presentado al consumidor.

Tal información debe ser incluida en forma clara y notoria.

El consumidor debe poner el bien a disposición del vendedor y los gastos de devolución son por cuenta de este último.”

Ejemplo de utilización del derecho de arrepentimiento: El consumidor contrata con la firma TUTIEMPO, la adquisición de un tiempo compartido (*time sharing*) ubicado en la provincia argentina de Chubut. Al séptimo día, el consumidor consulta en Internet a fin de observar los comentarios acerca del servicio brindado por la firma. Para su sorpresa, todos eran desfavorables, por consiguiente, ejerciendo su derecho de arrepentimiento sin cargo alguno –que prevé la Ley de Defensa del Consumidor en su art. 34- se comunica con la firma, con el fin de cancelar el contrato. La firma informa al consumidor que, deberá abonar el 40% del precio final, en concepto de cláusula penal por arrepentimiento, desconociendo el derecho del consumidor.

Ejemplo de compra realizada fuera del establecimiento comercial del proveedor, por medio del comercio electrónico: Una consumidora decide adquirir una mesa de madera con 2 bancos, con motivo del cumpleaños de su sobrino que se celebrará en una semana; para ello recurre a Internet, encuentra el modelo de su agrado en el sitio de Mercado Libre. El precio ofertado era de 665 pesos (para todos los modelos) y se anunciaba: “entrega a convenir”. Para realizar la compra y siguiendo las instrucciones, la consumidora tuvo que presionar el botón “comprar”. Acto seguido, escogió como medio de pago, Tarjeta de Crédito, abonando la compra en dos pagos sin interés. Una vez aceptado el pago, le enviaron los datos del vendedor: Singer S.A. En el momento que la consumidora quiso acordar la entrega, la vendedora de la empresa, le comenta que la mesa y los dos bancos estarían terminados en quince días. Cabe aclarar, que esta situación no se encontraba publicada, es decir que lo ofertado indujo a error o engaño. La consumidora solicitó la devolución de lo abonado ya que, la firma ha incumplido con su deber de información y con los requisitos que establece la ley para la oferta de bienes y servicios..

BRASIL

PROTECCIÓN CONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES EN BRASIL



La evolución del concepto de contrato de consumo en el país

A la par de la teoría tradicional de interpretación de los contratos que previa como principal guía el *pacta sunt servanda* (el contrato crea ley entre las partes), el Código de Defensa del Consumidor inauguró un nuevo concepto de contrato de consumo, con el surgimiento de una nueva teoría contractual establecida para las relaciones de consumo, adaptada a nuevos criterios.

Esa nueva teoría dispone que los contratos que regulan las relaciones de consumo no obligarán a los consumidores caso éstos no hayan tenido la oportunidad de tomar conocimiento previo de su contenido o si los respectivos instrumentos fuesen redirigidos de modo que dificultasen la comprensión de su sentido o alcance, conforme dispuesto en el art. 46.

Además, de acuerdo con el art. 47, en la interpretación de los contratos debe prevalecer la regla más favorable al sujeto vulnerable, así dispuesta: “Las cláusulas contractuales serán interpretadas de manera más favorable al consumidor” e integrada al concepto de buena fe objetiva (art. 4º, I). Otros principios establecidos son: principio de conservación de los contratos (arts. 6º, V y 51, párrafo 2º) en el que delante de cláusulas contractuales que establezcan prestaciones desproporcionales, debe existir el derecho del consumidor a la revisión y el principio de la equivalencia que cuida del equilibrio contractual entre las partes.

Los contratos de adhesión

El CDC estatuye en el art. 54 ser un contrato de adhesión

“aquel cuyas cláusulas hayan sido aprobadas por la autoridad competente o establecidas unilateralmente por el proveedor de productos o servicios, sin que el consumidor pueda discutir o modificar substancialmente su contenido”.

Además, el art. 46 prevé de forma general que los contratos que regulan las relaciones de consumo no obligarán a los consumidores, si no les da la oportunidad de tomar conocimiento previo de su contenido. Es el caso del contrato firmado entre el consumidor y la operadora de la obra social.

Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión

El art. 51 del CDC dispone que sean nulas de pleno derecho, entre otras, las cláusulas contractuales relativas a la provisión de productos y servicios que:

I – imposibiliten, exoneren o atenúen la responsabilidad del proveedor por vicios de cualquier naturaleza de los productos y servicios que impliquen renuncia o disposición de derechos. En las relaciones de consumo entre el proveedor y el consumidor persona jurídica, la indemnización podrá ser limitada, en situaciones justificables;

II – sustraían al consumidor la opción de reembolso de cantidad ya pagada, en los casos previstos en este Código;

III – transfieran responsabilidades a terceros;

IV – establezcan obligaciones consideradas inicuas, abusivas, que coloquen al consumidor en desventaja exagerada, o sean incompatibles con la buena fe o la equidad;

V – (Vetado);

VI – establezcan inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;

VII – determinen la utilización compulsiva del arbitraje;

VIII – impongan representante para concluir o realizar otro negocio jurídico por el consumidor;

IX – dejen al proveedor la opción de concluir o no el contrato, aunque obligando al consumidor;

X – permitan al proveedor, directa o indirectamente, variación del precio de manera unilateral;

XI – autoricen al proveedor a cancelar el contrato unilateralmente, sin que igual derecho sea conferido al consumidor;

XII – obliguen al consumidor a resarcir los costos de cobranza de sus obligaciones, sin que igual derecho le sea conferido contra el proveedor;

XIII – autoricen al proveedor a modificar unilateralmente el contenido o la calidad del contrato, después de su celebración;

XIV – infrinjan o posibiliten la violación de normas ambientales;

XV – estén en desacuerdo con el sistema de protección al consumidor;

XVI – posibiliten la renuncia del derecho de indemnización por mejoras necesarias”.

El control administrativo es realizado por los órganos de defensa del consumidor mediante análisis del instrumento contractual, oportunidad en que constatada la presencia de cláusula abusiva ella será declarada nula y lo que queda del instrumento contractual será preservado. Como ejemplo, puede ser citada la modificación, operada por el proveedor, en el contrato de adhesión, de la cláusula de elección de foro del domicilio del consumidor.

Interpretación de los contratos a favor del consumidor

El art. 47 del CDC, Capítulo VI, es responsable por tratar sobre la protección contractual y establece que: “Las cláusulas contractuales serán interpretadas de manera más favorable al consumidor”. Se puede citar como ejemplo el caso de la entrega del producto en 30 (treinta) días corridos y no en 30 (treinta) días hábiles, por ser el entendimiento más favorable al consumidor.

El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor.

El derecho de arrepentimiento del contrato de compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor se encuentra previsto en el art. 49, pudiendo ser ejercido en el plazo de 7 días, en los siguientes términos:

“El consumidor puede desistir del contrato, en el plazo de 7 días a contar desde su firma o acto de recepción del producto o servicio, siempre que la contratación de la provisión de productos y servicios ocurriese fuera del establecimiento comercial, especialmente por teléfono o a domicilio”.

Ejemplo de utilización del derecho de arrepentimiento: es el período de 7 (siete) días que tiene el consumidor para desistir de la compra o contratación realizada fuera del establecimiento comercial, a partir del contacto físico con el producto o servicio, pues no tuvo na oportunidad de evaluar previamente lo que contrató, tal como ocurre en las compras realizadas por internet o por teléfono. Lo mismo ocurre cuando el consumidor compra un determinado producto por el catálogo de ventas, y el producto adquirido no atiende a las expectativas del consumidor, cuando finalmente es entregado.

Ejemplo de compra realizada fuera del establecimiento comercial: toda relación de consumo formalizada por internet, como en los sitios de compras o aplicativos de teléfonos móviles.

PARAGUAY

PROTECCIÓN CONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES EN PARAGUAY



La evolución del concepto de contrato de consumo en el país

En el sistema legislativo paraguayo, antes de la promulgación de la Ley n° 1.334/98 de Defensa del Consumidor y el Usuario, todas las relaciones de consumo y contractuales eran dirimidas en ámbito civil, hasta la implementación efectiva de la normativa mencionada más arriba, previéndose algunos principios fundamentales de protección al consumidor, en los arts. 27 y 28 de la Ley n° 1.334/98.

Los contratos de adhesión

Dentro de la normativa de Defensa del Consumidor y el Usuario en la República del Paraguay, los contratos de adhesión carecen de una regulación específica en puridad. Sin embargo, se encuentra prevista su revisión en relación con las posibles cláusulas abusivas que pudiesen contener, que se transcribe a continuación.

Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión

La protección referida está regulada en los arts. 24 al 28 de la ley. Véase:

PROTECCIÓN CONTRACTUAL

Art. 24.- "Se entenderá por contrato de adhesión, aquél 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 substancialmente su contenido al momento de contratar."

Art. 25.- “Todo contrato de adhesión, presentado en formularios, en serie o mediante cualquier otro procedimiento similar, deberá ser redactado con caracteres legibles a simple vista y en términos claros y comprensibles para el consumidor.”

Art. 26.- “El consumidor tendrá derecho a retractarse dentro de un plazo de siete días contados 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 o en el domicilio del consumidor.

En el caso que ejercite oportunamente este derecho, le serán restituidos los valores cancelados, debidamente actualizados, siempre que el servicio o producto no hubiese sido utilizado o sufrido deterioro.”

Art. 27.- “Las cláusulas contractuales serán interpretadas de la manera más favorable al consumidor.”

Art. 28.- “Se considerarán abusivas y conllevan la nulidad de pleno derecho y, por lo tanto, sin que se puedan oponer al consumidor las cláusulas o estipulaciones que:

- a) desnaturalicen las obligaciones o que eliminen o restrinjan la responsabilidad por daños;*
- b) importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte;*
- c) contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;*
- d) impongan la utilización obligatoria del arbitraje;*
- e) permitan al proveedor la variación unilateral del precio o de otras condiciones de contrato;*
- f) violen o infrinjan normas medioambientales;*
- g) impliquen renuncia del consumidor al derecho a ser resarcido o reembolsado de cualquier erogación que sea legalmente a cargo del proveedor; y,*
- h) impongan condiciones injustas de contratación, exageradamente gravosas para el consumidor, o causen su indefensión.”*

Interpretación del contrato a favor del consumidor

Esta orientación se encuentra prevista en el art. 27 de la Ley n° 1.334/98 de Defensa del Consumidor y el Usuario. Véase:

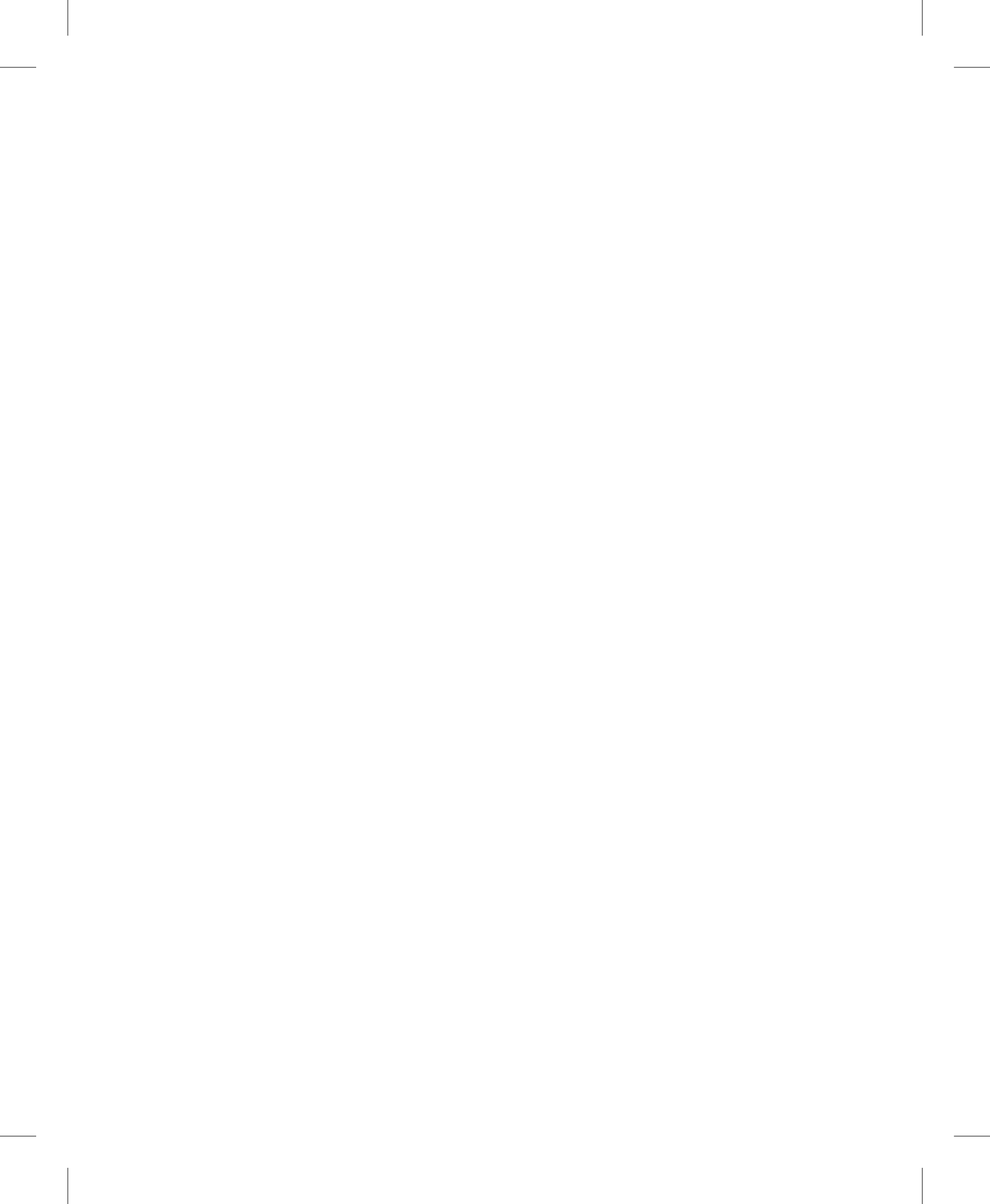
Art. 27.- “Las cláusulas contractuales serán interpretadas de la manera más favorable al consumidor.”

El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor

El plazo de arrepentimiento se encuentra contemplado en la Ley n° 1.334/98, en el art. 26, que se transcribe a continuación.

Art. 26.- “El consumidor tendrá derecho a retractarse dentro de un plazo de siete días contados 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 o en el domicilio del consumidor.

En el caso que ejercite oportunamente este derecho, le serán restituidos los valores cancelados, debidamente actualizados, siempre que el servicio o producto no hubiese sido utilizado o sufrido deterioro.”



PERÚ

PROTECCIÓN CONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES EN PERÚ



La evolución del concepto de contrato de consumo en el país

El Código define por primera vez el concepto de contrato de consumo, como aquel que tiene como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica (ver art. 45 del Código).

Asimismo se especifica, en el mismo dispositivo legal, que el contenido de la oferta, promoción o publicidad, las características y funciones propias del producto o servicio y las condiciones y garantías ofrecidas obligan a los proveedores y son exigibles por los consumidores, aun cuando no figuren en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.

Los contratos de adhesión

Al respecto, el Código, en su art. 48, precisa que en los contratos de consumo celebrados por adhesión o con cláusulas generales de contratación, se deberán observar los siguientes requisitos:

“a. Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, debe hacerse referencia expresa en el documento contractual.

b. Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo del contenido del contrato antes de su suscripción.

c. Buena fe y equilibrio necesario en los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.”

Adicionalmente, en los contratos por adhesión serán consideradas cláusulas abusivas (inexigibles) todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente que, en contra de

las exigencias de la buena fe, coloquen al consumidor, en su perjuicio, en una situación de desventaja o desigualdad o anulen sus derechos (ver art. 49 del Código).

Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión

Conforme ha sido señalado previamente, en los contratos por adhesión y en las cláusulas generales de contratación no aprobadas administrativamente, serán consideradas cláusulas abusivas y, por tanto, inexigibles todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente que, en contra de las exigencias de la buena fe, coloquen al consumidor, en su perjuicio, en una situación de desventaja o desigualdad o anulen sus derechos. Cabe precisar que el hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una cláusula aislada se haya negociado individualmente no excluye la aplicación de las normas sobre cláusulas abusivas al resto del contrato. En ese sentido, el proveedor que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada individualmente asume la carga de la prueba, conforme dispone el art. 49 del Código mencionado.

Finalmente, el Código, en su art. 52, señala que las cláusulas abusivas ineficaces son inaplicadas por la autoridad administrativa.

Interpretación del contrato a favor del consumidor

El Código reconoce una serie de principios a los cuales se sujeta. Uno de ellos es el Principio Pro Consumidor, según el cual en caso de duda insalvable en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido más favorable al consumidor (ver art. V de la norma referida).

El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor

Únicamente en aquellas oportunidades en las que el proveedor haya incurrido en métodos comerciales agresivos o engañosos- independientemente del lugar en el cual se realizó la

compra -el Código, en su art. 59, reconoce el derecho a la restitución. Siendo así, en estos casos, el consumidor tiene derecho a la restitución inmediata de las prestaciones materia del contrato de consumo.

Con la finalidad de ejercer dicho derecho, el consumidor cuenta con un plazo de siete (7) días calendario para comunicar fehacientemente al proveedor sobre su decisión, lo cual generará en el proveedor la obligación de proceder a la devolución de los productos recibidos o la interrupción del servicio contratado.

El plazo para ejercer el derecho de restitución será contado a partir del día en que se produjo la contratación del producto o servicio, o desde el día de su recepción o inicio de su ejecución, lo que ocurra con posterioridad. Corresponde al consumidor probar la causal que sustenta su derecho a la restitución.

El ejercicio del referido derecho, conforme dispone el art. 60 del Código, no implica para el consumidor la reducción del monto a ser devuelto en caso de que haya efectuado un uso normal del producto o disfrute del servicio, salvo que se haya generado un manifiesto deterioro o pérdida de su valor.

Finalmente, es nula la renuncia anticipada al derecho a la restitución.



URUGUAY

PROTECCIÓN CONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES EN URUGUAY



La evolución del concepto de contrato de consumo en el país

No hay una percepción al respecto. Salvo en lo que refiere a las características especiales del contrato de consumo, en relación a la relativización del principio *Pacta Sunt Servanda* y la consideración de la oferta como parte integrante del contrato.

La publicidad integra la oferta y forma parte del contrato (arts. 12 y 14 de la Ley nº 17.250) que se celebra entre proveedor y consumidor con efecto vinculante. De esta forma se incorpora la regulación a la fase precontractual o de tratativas que no eran objeto de obligaciones contractuales en el Derecho Civil.

Ejemplo de contrato: el acuerdo entre consumidor y proveedor en el cual se pactan condiciones de un servicio de televisión que el proveedor brindará al consumidor contra el pago de una tarifa mensual.

Los contratos de adhesión

Estos contratos están reglamentados en los arts. 28 y 29 de la ley de defensa del consumidor. Véase:

“Art. 28. Contrato de adhesión es aquél cuyas cláusulas o condiciones han sido establecidas unilateralmente por el proveedor de productos o servicios sin que el consumidor haya podido discutir, negociar o modificar sustancialmente su contenido.

En los contratos escritos, la inclusión de cláusulas adicionales a las preestablecidas no cambia por sí misma la naturaleza del contrato de adhesión.”

“Art. 29. Los contratos de adhesión serán redactados en idioma español, en términos claros y con caracteres fácilmente legibles, de modo tal que faciliten la comprensión del consumidor”.

Protección contra cláusulas abusivas y el control administrativo de los contratos de adhesión

El art. 30 de la ley de defensa del consumidor establece la noción de cláusula abusiva y el art. 31 establece en carácter enunciativo (no taxativo) un listado de cláusulas que se consideran abusivas. Véase:

“Art. 30. Es abusiva por su contenido o por su forma toda cláusula que determine claros e injustificados desequilibrios entre los derechos y obligaciones de los contratantes en perjuicio de los consumidores, así como toda aquella que viole la obligación de actuar de buena fe. La apreciación del carácter abusivo de las cláusulas no referirá al producto o servicio ni al precio o contraprestación del contrato, siempre que dichas cláusulas se redacten de manera clara y comprensible.”

“Art. 31. Son consideradas cláusulas abusivas sin perjuicio de otras, las siguientes:

- a) Las cláusulas que exoneren o limiten la responsabilidad del proveedor por vicios de cualquier naturaleza de los productos o servicios, salvo que una norma de derecho lo habilite o por cualquier otra causa justificada.*
- b) Las cláusulas que impliquen renuncia de los derechos del consumidor.*
- c) Las cláusulas que autoricen al proveedor a modificar los términos del contrato.*
- d) La cláusula resolutoria pactada exclusivamente en favor del proveedor. La inclusión de la misma deja a salvo la opción por el cumplimiento del contrato.*
- e) Las cláusulas que contengan cualquier precepto que imponga la carga de la prueba en perjuicio del consumidor cuando legalmente no corresponda.*
- f) Las cláusulas que impongan representantes al consumidor.*
- g) Las cláusulas que impliquen renuncia del consumidor al derecho a ser resarcido o reembolsado de cualquier erogación que sea legalmente de cargo del proveedor.*
- h) Las cláusulas que establezcan que el silencio del consumidor se tendrá por aceptación de cualquier modificación, restricción o ampliación de lo pactado en el contrato.*

La inclusión de cláusulas abusivas da derecho al consumidor a exigir la nulidad de las mismas y en tal caso el Juez integrará el contrato. Si, hecho esto, el Juez apreciara que con el contenido integrado del contrato éste carecería de causa, podrá declarar la nulidad del mismo”.

Se controlan especialmente los contratos de tarjetas de créditos, porque hay una previsión establecida en el Decreto 78/2002³ al respecto. Se hace este control en forma conjunta con el Banco Central del Uruguay, porque tiene la competencia primaria de control sobre estas instituciones de intermediación financiera. Respecto a los demás contratos no se realiza un control administrativo.

Interpretación del contrato a favor del consumidor

Del inciso segundo del art. 13 de la Ley nº 17.250, que regula la oferta, se extrae un principio de interpretación a favor del consumidor, aplicable también a los contratos y no solo a la oferta. Este inciso establece

“Cuando en la oferta se dieran dos o más informaciones contradictorias, prevalecerá la más favorable al consumidor”.

El derecho de arrepentimiento (plazo de reflexión), con relación a las compras realizadas fuera del establecimiento comercial del proveedor

El derecho de arrepentimiento está previsto en el art. 16 de la Ley nº 17.250 y en el art. 6º del Decreto nº 244/2000, del 23/8/2000, reglamentario de la ley referida. Sus disposiciones contemplan lo siguiente:

Ley nº 17.250

“Art. 16. La oferta de productos o servicios que se realice fuera del local empresarial, por medio postal, telefónico, televisivo, informático o similar da derecho al consumidor que la aceptó a rescindir o resolver, "ipso-jure" el contrato. El consumidor podrá ejercer tal derecho dentro de los cinco días hábiles contados desde la formalización del contrato o de la entrega del producto, a su sola opción, sin

³ Este Decreto, del 6/3/2002 tuvo su redacción alterada por el Decreto 452/2002, del 20/11/2002

responsabilidad alguna de su parte. La opción por la rescisión o resolución deberá ser comunicada al proveedor por cualquier medio fehaciente.

Cuando la oferta de servicios se realice en locales acondicionados con la finalidad de ofertar, el consumidor podrá rescindir o resolver el contrato en los términos dispuestos en el inciso primero del presente artículo.

Si el consumidor ejerciere el derecho a resolver o rescindir el contrato deberá proceder a la devolución del producto al proveedor, sin uso, en el mismo estado en que fue recibido, salvo lo concerniente a la comprobación del mismo. Por su parte, el proveedor deberá restituir inmediatamente al consumidor todo lo que éste hubiere pagado. La demora en la restitución de los importes pagados por el consumidor, dará lugar a que éste exija la actualización de las sumas a restituir. Cada parte deberá hacerse cargo de los costos de la restitución de la prestación recibida. En los casos en los que el consumidor rescinda o resuelva el contrato de conformidad a las previsiones precedentes, quedarán sin efecto las formas de pago diferido de las prestaciones emergentes de dicho contrato que éste hubiera instrumentado a través de tarjetas de crédito o similares. Bastará a tal efecto que el consumidor comunique a las emisoras de las referidas tarjetas su ejercicio de la opción de resolución o rescisión del contrato.

En el caso de servicios parcialmente prestados, el consumidor pagará solamente aquella parte que haya sido ejecutada y si el servicio fue pagado anticipadamente, el proveedor devolverá inmediatamente el monto correspondiente a la parte no ejecutada. La demora en la restitución de los importes pagados por el consumidor, dará lugar a que éste exija la actualización de las sumas a restituir. Se aplicará en lo pertinente lo dispuesto en el párrafo final del inciso anterior del presente artículo.

En todos los casos el proveedor deberá informar el domicilio de su establecimiento o el suyo propio siendo insuficiente indicar solamente el casillero postal o similar”.

Decreto 244/000

“Art. 6º. “La oferta de servicios realizada en locales acondicionados con la finalidad ofertar a que refiere el artículo 16 inciso 2) de la Ley que se reglamenta es aquella que resulta de una convocatoria realizada al consumidor por el proveedor, cuando el objeto de dicha convocatoria sea distinto al de la contratación que se celebre o cuando la contratación se realice como resultado de la utilización de prácticas de comercialización compulsivas o coercitivas. A los efectos del citado artículo, la devolución del producto, sin uso y en el mismo estado en que fue recibido, deberá realizarse en forma simultánea con la restitución de lo pagado. Si el precio hubiere sido pagado mediante tarjeta de crédito o similar, la comunicación establecida en el inciso 3) in fine del citado artículo deberá realizarse por medio fehaciente y

acreditarse ante la emisora de la tarjeta. En el caso de servicios parcialmente prestados, la cancelación de la forma de pago diferido de las prestaciones emergentes del contrato que el consumidor hubiera instrumentado a través de tarjetas de crédito o similares procederá una vez que el consumidor haya pagado la porción del servicio utilizado”.

Ejemplo del uso del derecho de arrepentimiento: el consumidor tiene el plazo de 5 días hábiles contados desde la entrega de una faja para reducción de grasa abdominal y que adquirió telefónicamente al ver su oferta en la televisión, para dejar sin efecto la compra y obtener el reembolso de lo abonado por el mismo.

Ejemplo de una compra realizada fuera del establecimiento comercial del proveedor, por medio del comercio electrónico: adquisición, por internet, de un alojamiento en un hotel.





REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA





REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

BERSTEIN, Horacio, Derecho Procesal del Consumidor, La ley, Bs., 2003.

FARINA, Juan M., Contratos Comerciales Modernos, Ira. reimpresión, Bs. As., Astrea, Setiembre, 1994.

FARINA, Juan M., Defensa del Consumidor y del Usuario, Bs. As., Astrea, Mayo, 1995.

GHERSI, Carlos A., Contratos Civiles y Comerciales, tomo I, 3ra. ed., Bs. As., Astrea, Agosto, 1994.

GHERSI, Carlos A., Contratos Civiles y Comerciales, tomo II, 3ra. ed., Bs. As., Astrea, Agosto, 1994.

GHERSI, Carlos A. (Director), Contratos 3, Problemática Moderna, Nulidades Contractuales y Cláusulas Abusivas, Ediciones Jurídicas Cuyo, Junio, 1998.

LORENZETI, Ricardo, Consumidores, Rubinzal - Culzoni, Santa Fe, 2009.

MOSSET Iturraspe, Jorge, Defensa del Consumidor, Bs. As., Rubinzal - Culzoni, Octubre, 1998.

RUSCONI, Dante, Manual de Derecho de Consumidor, Abeledo Perrot, Bs. As., 2009.

STIGLITZ, Gabriel A. y Rubén S., Derechos y Defensa de los Consumidores, Bs. As., La Rocca, Febrero, 1994.

————— Suplemento Especial Defensa del Consumidor, La Ley, Be. As., 2008

VÁZQUEZ Ferreira, Roberto, Protección y Defensa del Consumidor, Bs. As., Depalma, Octubre, 1994.

VÁZQUEZ Ferreira, Roberto, Picasso, Sebastián, Ley de Defensa del Consumidor. Comentada. Anotada. Be. As., La Ley, 2011.

WAJNTRAUB, Javier H., La Justicia del Consumidor - Nuevo Régimen em la Ley nº26.993, Edición 1º, 2014. Editores, Rubinzal - Culzoni.

_____ Información Legislativa y Documental - www.infoleg.gov.ar

_____ Sistema Argentino de Información Jurídica - www.infojus.gov.ar

_____ Centro de Información Judicial - www.cij.gov.ar





Secretaria Nacional do Consumidor
SENACON

Ministério da Justiça

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA