

UNIVERSIDAD MAYOR
DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE
DERECHO Y CIENCIAS
POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO



MONOGRAFÍA DE TRABAJO DIRIGIDO

*“PARA OPTAR AL TÍTULO ACADÉMICO DE
LICENCIATURA EN DERECHO”*

**“FUNDAMENTOS JURÍDICOS PARA LA REGLAMENTACIÓN
DE LOS DERECHOS DE USUARIOS Y CONSUMIDORES POR MEDIOS
INFORMÁTICOS EN BOLIVIA”**

INSTITUCIÓN : Ministerio de Justicia, Viceministerio
de Defensa de los Derechos del
Usuario y del Consumidor.

POSTULANTE : Gutiérrez León Hugo Saúl.
TUTOR ACADEMICO : Dr. Juan Ramos M.
TUTOR INSTITUCIONAL: Dra. Cecilia Palacios Jiménez.

LA PAZ – BOLIVIA

2011

DEDICATORIA:

A mis padres Hugo Gutiérrez Colque
y Esther América León Gareca,
quienes con paciencia forjaron en
mí el espíritu más noble de trabajo,
bondad y justicia.

A la Dra. Jhovana Aranda Avircata
quien fue un apoyo en el transcurso
de mi trabajo dirigido.

AGRADECIMIENTO:

A la Carrera de Derecho de la Universidad
Mayor de San Andrés, en cuyas aulas me
formé en la ciencia del Derecho.

Al Viceministerio de Defensa de los
Derechos del Usuario y el Consumidor del
Ministerio de Justicia, donde aprendí que la
Justicia debe anteponerse a la ley.

A mi Tutor Dr. Rodolfo Illanes Alvarado,
quien me enseñó que sin perseverancia
no hay triunfo.

PRÓLOGO

El presente aporte de investigación, se encuentra circunscrito dentro del ámbito del Derecho Administrativo y la Defensa del Usuario y Consumidor por medios Informáticos, en la lógica de normar un fenómeno social de la informática, a través que lineamientos y referencias que comprendan al comercio informático, que reviste trascendencia global, en el sentido literal de la palabra, pues este es un fenómeno que se desarrolla en la aldea global; por la experiencia obtenida de la Junta Arbitral de Consumo de Cantabria en España y de la vivencia en la aplicación de justicia en Bolivia, manifiesto que el judicializar la defensa de usuarios y consumidores no es el camino propicio para resolver las eventuales controversias del comercio tradicional y el comercio informático.

El proyecto propone implementar procedimientos para la resolución de controversias dentro el comercio informático de acuerdo a las particularidades y especificidades inherentes a un comercio que no requiere indispensablemente la presencia física de proveedor y/o consumidor.

Esperando que este trabajo sea considerado y tomado en cuenta para poder ser implementado por el legislador dentro de las fronteras de nuestra patria.

ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
PRÓLOGO	4
ÍNDICE	5
INTRODUCCIÓN	10
1. ENUNCIADO DEL TEMA	11
2. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA	11
3. DELIMITACIÓN	12
3.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA	12
3.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL	13
3.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL	13
4. MARCO TEÓRICO O DE REFERENCIA	14
4.1. MARCO TEÓRICO	14

4.2.	MARCO HISTÓRICO	16
4.3.	MARCO CONCEPTUAL	17
4.4.	MARCO JURÍDICO	19
5.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
6.	OBJETIVOS	21
6.1.	OBJETIVO GENERAL	21
6.2.	OBJETIVO ESPECÍFICO	21
7.	ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	22
7.1.	METODOLOGÍA	22
7.1.1	MÉTODO DEDUCTIVO	22
7.1.2	MÉTODO DOGMÁTICO JURÍDICO	22
7.1.3	MÉTODO COMPARATIVO	23
7.2.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	23
7.2.1.	TÉCNICA BIBLIOGRÁFICA	23
7.2.2.	TÉCNICA DE OBSERVACIÓN	23
7.2.3.	FICHAS RESUMEN	24
8.-	FACTOR DE VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	24
8.1.	FACTOR DE VIABILIDAD	24
8.2.	FACTOR DE FACTIBILIDAD	25

CAPÍTULO I

COMERCIO INFORMÁTICO Y DEFENSA DEL

USUARIO Y DEL CONSUMIDOR

1. EL COMERCIO INFORMÁTICO	27
1.1. ETIMOLOGÍA Y DEFINICIÓN DE COMERCIO INFORMÁTICO	28
1.2. COMPONENTES DEL COMERCIO INFORMÁTICO	29
1.3. CLASIFICACIÓN DE COMERCIO INFORMÁTICO	33
1.3.1. COMERCIO INFORMÁTICO PARCIAL.	33
1.3.2. COMERCIO INFORMÁTICO TOTAL.	34
1.3.3. SERVICIO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	34
2. HISTORIA DE LA DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR	35
2.1. EL CÓDIGO DE HAMMURABI	36
2.2. LOS MOVIMIENTOS COOPERATIVOS DEL SIGLO XIX	39
2.3. FEDERAL TRADE COMISIÓN	39
2.4. CONSUMER UNIÓN	40
2.5. CONCEJO DANÉS DEL CONSUMIDOR	40
2.6. DÍA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR	40
2.7. DIRECTRICES DE LAS NACIONES UNIDAS	41
3. CONSTITUCIONALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE USUARIOS Y CONSUMIDORES, LEGISLACIÓN COMPARADA	41
3.1. LEGISLACIÓN EUROPEA EN DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR	41
3.2. LEGISLACIÓN ARGENTINA EN DEFENSA DEL USUARIO Y	

EL CONSUMIDOR	43
3.3. LEGISLACIÓN BRASILEÑA EN DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR	44
3.4. LEGISLACIÓN PARAGUAYA EN DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR	45

CAPÍTULO II

COMERCIO INFORMÁTICO EN BOLIVIA

1. LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN BOLIVIA	48
2. PROYECTO DE LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO	49
3. PUNTUALIZACIONES PARA LA DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR INFORMÁTICO EN BOLIVIA	51
3.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO INFORMÁTICO	52
3.2. CONTRATOS EN CUANTO AL COMERCIO INFORMÁTIC Y CONTRATOS INFORMÁTICOS	53
3.3. CONTRATOS DE ADHESIÓN	53
3.4. CONDICIONES GENERALES	54
3.4.1. DEBER DE INFORMACIÓN PREVIA	55
3.4.2. CONFIRMACIÓN DE LA CONTRATACIÓN EFECTUADA	55
3.4.3. DERECHO DE RESOLUCIÓN	55
3.4.4. CLÁUSULAS ABUSIVAS	55
3.4.5. SOLUCIÓN DE CONTROVERSAS	56

CAPÍTULO III
PROYECTO DE NORMA

1. DESARROLLO DEL PROYECTO	58
CAPÍTULO I “DISPOSICIONES GENERALES”	58
CAPÍTULO II “COMUNICACIÓN COMERCIAL”	60
CAPÍTULO III “CONDICIONES GENERALES”	61
CAPÍTULO IV “PROTECCION DE PRIVACIDAD”	63
CAPÍTULO V “VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR”	63
CAPÍTULO VI “MEDIOS ALTERNATIVOS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS”	64
CAPÍTULO VII “RESPONSABILIDAD PENAL”	65
DISPOSICIONES ABROGATORIAS Y DEROGATORIAS	65
DISPOSICIONES TRANSITORIAS	65
CONCLUSIÓN	66
RECOMENDACIÓN Y SUGERENCIAS	66
APÉNDICES O ANEXOS	68
BIBLIOGRAFÍA	136

INTRODUCCIÓN

La presente Monografía, pretende constituirse en un aporte importante para la protección de usuarios y consumidores, que en honor a la verdad están escasamente protegidos, aspecto que es aun más crítico en consideración al comercio informático.

Lo que se busca es lograr una protección eficiente en la atención de la población en general que acceda a medios informáticos, para la satisfacción de su pretensiones de usuarios y consumidores , esperando satisfacer las expectativas de atención, de igual forma se propone generar el fortalecimiento de los mecanismos de protección existentes, de esta manera lograr ser la vanguardia en la tutela del usuario y consumidor por medios informáticos.

Por ello impulsar al legislador para tomar acciones concretas respecto a la regulación normativa de un determinado fenómeno social de la informática, constituye la esencia de la labor investigativa que plasmo en las siguientes páginas.

DISEÑO DE LA MONOGRAFÍA

1.- ENUNCIADO DEL TEMA DE MONOGRAFÍA

*“FUNDAMENTOS JURÍDICOS PARA LA REGLAMENTACIÓN DE
LOS DERECHOS DE USUARIOS Y CONSUMIDORES POR
MEDIOS INFORMÁTICOS EN BOLIVIA”*

2.- FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DE LA MONOGRAFÍA

Al adentrarnos más en este nuevo siglo, el hombre como ser eminentemente social comprende como los medios de interacción social se modifican, merced a las nuevas tecnologías que hoy en día son de trascendental importancia para el intercambio de bienes y servicios informáticos, físicos.

“La evolución de la sociedad y en especial los medios comunicacionales a fines del siglo XX sorprendió a todos desafiando fronteras, espacio y tiempo, creando

cambios para dar inicio a una nueva etapa conocida como Era Digital”¹, por ello se debe procurar la reglamentación de la corriente informática que invade y se hace una con las disciplinas científicas, así, el Derecho como tal, no ha quedado exento de tener que “adaptarse” a los constantes cambios que experimenta la sociedad, en ese sentido, la protección de los derechos del usuario y del consumidor deben contemplar este nuevo universo de interacción social que al igual que el sistema clásico de interacción proveedor-usuario o consumidor, deja en manifiesto que la parte más débil de la relación es el usuario y consumidor, sumado a las características específicas de la tecnología informática hacen que el usuario o consumidor se vea vulnerado en sus derechos.

Es preciso tener presente que si queremos cuantificar, económicamente hablando, la relevancia de la relación proveedor- usuario o consumidor, no se equiparara a una relación contractual de compra y venta, no obstante es un deber el velar por la reparación de toda vulneración de derechos, recordando que “La vida real con su urdimbre de pasiones e intereses en pugna ofrece la materia que se debe ordenar”²

3.- DELIMITACIONES DEL TEMA DE LA MONOGRAFÍA

3.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA

El tema propuesto se circunscribe al Derecho Público puesto que es “Reguladora del orden jurídico relativo al Estado en sí, en sus relaciones con los particulares”³; en específico hablamos del **Derecho Administrativo**, área del derecho que contempla la normativa de defensa del consumidor reglamentando la protección del sector regulado, vale decir hidrocarburos, electricidad, agua, telecomunicaciones y transporte, a través de esta rama se

¹ SALAMANCA KASIC, HUGO Z. MANUAL DE DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 9.

² MOSCOSO DELGADO, JAIME. INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Pg. 108.

³ CABANELLAS, GUILLERMO. DICCIONARIO JURÍDICO ELEMENTAL. Pg. 123.

abarca de manera integral mas no coercitiva la problemática de la protección de usuarios y consumidores por medios informáticos, en el entendido que "sus normas de índole subordinativa se caracterizan porque abren un ámbito más o menos amplio para que los órganos administrativos, atendiendo a motivos de oportunidad y conveniencia, puedan ejecutar sus cometidos en el tiempo y la forma que estimen mejor para la colectividad"⁴.

Incluye a su vez al **Derecho Constitucional** siendo que "La importancia de la Constitución Política del Estado fundamentalmente se asienta en razones de orden y sistematización de la economía jurídica de un estado, puesto que la dinámica legislativa avanza rápidamente..."⁵, considerando que los derechos de usuarios y consumidores están constitucionalizados, desde fecha 7 de febrero de 2009, se hace necesario reglamentarlo.

Siendo que el presente trabajo investigativo se suscribe al comercio por medios informáticos resulta imprescindible el mencionar al **Derecho Informático** puesto que "los rápidos avances tecnológicos (...) determinan y potencian cambios en los patrones de producción y comercio y en relación con la participación de los países en desarrollo en aquellos"⁶.

3.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La monografía contemplará como delimitación espacial al Estado Plurinacional de Bolivia, ya que la norma que se pretende proyectar tendría vigencia en todo el territorio nacional "El ámbito de validez de las normas del ordenamiento jurídico del Estado se extienden a todo su territorio y comprende bajo su regulación a todos los individuos y objetos que se hallan dentro de sus confines"⁷.

3.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL

⁴ MOSCOSO DELGADO, JAIME. INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Pg. 504-505.

⁵ VALDA DAZA, JORGE JOSÉ. MANUEL DE DERECHO CONTITUCIONAL. Pg. 42.

⁶ CORREA, CARLOS M. DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 3.

⁷ MOSCOSO DELGADO, JAIME. INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Pg. 451.

La presente investigación se circunscribirá a las gestiones 2009 a 2010, en razón a que a partir del 25 de enero de 2009 los derechos de Usuarios y Consumidores son constitucionalizados, así mismo en fecha 3 de abril del mismo año se promulgó el Decreto Supremo N° 065 que tiene por objeto normar la defensa, la protección efectiva de los derechos de consumidores, y usuarios, así como establecer los procedimientos para la admisión, gestión y seguimiento de las denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicios y suministro de productos, tanto del sector regulado, como del no regulado

4.- MARCO TEÓRICO O DE REFERENCIA

4.1. MARCO TEÓRICO

Una característica innata en toda la humanidad “desde que algunas personas se apropiaron de los medios de producción, e impusieron la comercialización de los productos obtenidos”⁸ es la desprotección de quienes adquieren bienes y servicios, mientras más variados sean más amplio el espectro que implica la defensa de los usuarios y consumidores por medios físicos, y siendo que el mismo espectro se refleja al usuario y consumidor por medios informáticos, y siendo que esta última no tiene la suficiente reglamentación, el resultado de desprotección se agrava en relación a aquel escenario que se desarrolla por medio físico.

Consideremos que “La tecnología Informática...se desenvuelve en servicios, productos y procesos sociales, políticos y económicos, genera nuevos bienes y servicios en la vida de relaciones y en especial en la vida de relación jurídica”⁹ y tengamos presente que a la fecha la única legislación que

⁸ VIASCO, EMILIO. ANÁLISIS DE LOS DENOMINADOS DERECHOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR. Pg. 1

⁹ SALAMANCA KACIC, HUGO Z. MANUAL DE DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 14.

comprende la regulación de la defensa de usuarios y consumidores por medios informáticos en Latinoamérica es la legislación venezolana; entonces se hace imprescindible reflexionar sobre el comercio dado por medio físico, aquel que conlleva la elección de un producto en un centro de abastecimiento, y en la mayoría de los casos va equiparado con problemas en el producto que fue adquirido, entonces surge la interrogante de, qué debe considerarse para abordar la protección al usuario y al consumidor .

La respuesta se circunscribe a lo establecido por las Directrices de las Naciones Unidas (NN. UU.) para la Protección del Consumidor: *Seguridad Física*, que se refiere a la inocuidad de los productos que se ofertan, tanto en su fabricación y almacenaje, al ser el comercio informático el medio por el que va a ser adquirido, es más complejo verificar la seguridad física de los productos; ***Protección de los Intereses Económicos del consumidor***, que engloba la premisa de que el consumidor obtenga el máximo beneficio de sus recursos económicos, esto conlleva normas de producción y distribución y prácticas comerciales leales para con el consumidor (menores precios y mayor surtido); ***Normas de calidad de los Productos y Servicios***, que deben estar acordes con las normas de calidad que sean aplicables fuera de las fronteras de nuestro país, que tengan cánones de calidad óptimos; ***Sistema de Distribución de bienes y Servicios***, que permita la entrega de lo requerido con prontitud y en las condiciones que se establecieron a momentos de acordar las condiciones de la compra y ***medidas que permitan la compensación a los consumidores***, frente a la eventualidad de incumplimiento de lo acordado.

Ahora equiparemos esto con el escenario del usuario y consumidor por medio informático el resultado es un abismo que el derecho y sus instituciones, en razón a cuantía, no ha dilucidado; puesto que resulta irrisoria la idea de acudir a la justicia ordinaria, por la adquisición de un producto o servicio que en

coste sea por mucho inferior al coste total del proceso, recordando lo dicho en líneas anteriores, toda pugna es materia que debe ser ordenada.

Si se tiene conciencia de la rapidez con que la informática “irrumpió” en la sociedad Boliviana deberíamos preguntarnos que tiempo nos tomará convertirnos en usuarios y consumidores por medios informáticos, por ello el legislador debe elaborar normativa que resguarde a usuarios y consumidores por medios informáticos, y a la par establecer mecanismos no sólo normativos sino también técnicos, a través de los cuales se haga cumplir la norma, de acuerdo a las especificidades que conlleva el comercio informático en todas y cada una de sus manifestaciones.

4.2. MARCO HISTÓRICO

Es antigua la data de protección al consumidor, el primer antecedente lo encontramos en el Código Hammurabi del año 1692 A.C., mismo que ya planteaba cuestiones que hasta el día de hoy son fundamentales al abordar esta problemática como ser: el crédito, el arrendamiento, la calidad de alimentos y servicios, los precios, las pesas y las medidas.

A principios del siglo XX en Estados Unidos surge otro hito para la defensa del consumidor, Federal Trade Comisión, surge como agencia administrativa destinada a efectuar controles sobre el consumo en general, ya en los años treinta los consumidores organizados crean la Consumer Unión. En Europa el año 1947 se crea el Concejo Danés del Consumidor, primera organización privada de consumidores. Para el año 1985 las Naciones Unidas toman conciencia de la importancia de la tutela del consumidor y por ello elevaron a categoría de Derechos Humanos los Derechos de los Consumidores, definiendo directrices para la protección de éstos, siendo a la fecha estas directrices un norte al cual encaminarse para la protección del consumidor.

Pero también debemos considerar el otro pilar fundamental del presente trabajo, el Comercio Informático; el antecedente más antiguo lo encontramos en Estados Unidos en la década de los veinte a través de la venta por catálogo, ya para la década de los ochenta la televisión apoyada con otra modalidad de venta por catálogo o venta directa, en la década de los setenta la computadora hizo su aparición facilitando un cierto tipo de intercambio, el intercambio de información, sin embargo el verdadero impulso y el más fuerte al comercio informático ha sido el internet, que permite la oferta y demanda de una amplia gama de productos y servicios, en todo el mundo.

4.3. MARCO CONCEPTUAL

- **“Banco de Datos:** Conjunto organizado de bases de datos accesibles por computación. Explotados generalmente como servicio comercial”¹⁰.
- **“Base de Datos:** Conjunto de datos organizados e interrelacionados según atributos comunes. En función de posibles requerimientos”¹¹.
- **“Computador (también Ordenador):** Dispositivo electrónico que puede almacenar elaborar y recuperar datos sobre la base de un programa”¹².
- **“Consumidor o usuario:** Toda persona física o jurídica que adquiere, utilice o disfrute como destinatario final, productos, servicios y/o actividades, sea de naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes lo producen, facilitan, suministran o expiden”¹³.
- **“Derechos del reclamante:** Por el cual se entiende que el reclamante tiene derecho a la compensación justa, a la reparación, a la devolución, al

¹⁰ CORREA, CARLOS M. DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 323.

¹¹ CORREA, CARLOS M. DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 323.

¹² CORREA, CARLOS M. DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 324.

¹³ REGLAMENTO DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DEL VDDUC ART. 5

resarcimiento del daño causado, al cumplimiento forzoso de la obligación y al pago de daños y perjuicios”¹⁴

- **“Hardware:** Soporte físico, comprende la totalidad de dispositivos y elementos mecánicos, magnéticos y electrónicos en una instalación de procesamiento de datos”¹⁵.
- **“Información:** Todo mensaje comunicable a otro por cualquier medio”¹⁶.
- **“Informática:** Disciplina que estudia el tratamiento automático de la información”¹⁷.
- **“Proveedor:** Toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera que en forma periódica o habitual, produzca, fabrique, acondicione, manipule, facilite, prepare, distribuya, almacene, done o venda producto o brinde o preste servicios en el mercado”¹⁸.
- **“Producto:** Cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, objeto de un acto jurídico entre proveedores y consumidores”¹⁹.
- **“Reclamante:** A los efectos del presente Reglamento, se entenderá como reclamante a la persona que en su calidad de usuaria, usuario, consumidor o consumidora, presenta una reclamación o denuncia en los Centros de Atención del VMDDUC”²⁰.

¹⁴ REGLAMENTO DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DEL VDDUC ART. 5.

¹⁵ CORREA, CARLOS M. DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 324.

¹⁶ CORREA, CARLOS M. DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 324.

¹⁷ CORREA, CARLOS M. DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 324.

¹⁸ REGLAMENTO DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DEL VDDUC ART. 5.

¹⁹ REGLAMENTO DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DEL VDDUC ART. 5.

²⁰ REGLAMENTO DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DEL VDDUC ART. 5.

- “**Servicio:** Cualquier actividad económica ofrecida por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que satisface directa o indirectamente las necesidades del consumidor”²¹.
- “**Software:** Elementos para identificar y analizar un problema a ser resuelto con el uso de la computación, el programa que resulta de este análisis y el material de apoyo correspondiente. El componente central del software es el programa de computación”²².
- “**VMDDUC:** Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor”²³.

4.4. MARCO JURÍDICO

A fin de establecer la normativa vigente referente al tema en cuestión, se tienen las siguientes normas:

- **Constitución Política Del Estado.** Promulgada en fecha 25 de enero de 2009:

SECCION X

DERECHOS DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS Y DE LAS CONSUMIDORAS Y CONSUMIDORES

Art. 75

Las usuarias y los usuarios y las consumidoras y consumidores gozan de los siguientes derechos:

1. *Al suministro de alimentos, fármacos y productos en general, en condiciones de inocuidad, calidad, y cantidad disponible adecuada y suficiente, con prestación eficiente y oportuna del suministro.*

²¹ REGLAMENTO DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DEL VDDUC ART. 5.

²² CORREA, CARLOS M. DERECHO INFORMÁTICO. Pg. 326.

²³ REGLAMENTO DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DEL VDDUC ART. 5.

2. *A la información fidedigna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen.*

➤ **Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor** del año 1985.

I. **OBJETIVOS**

Teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los países, y particularmente de los países en desarrollo; reconociendo que los consumidores enfrentan a menudo desequilibrio (...)

➤ **Decreto Supremo Nº 0065** de fecha 3 de abril de 2009:

Art. 1.- (OBJETO). El presente Decreto Supremo tiene por objeto normar la defensa, la protección efectiva y la promoción de los derechos de las consumidoras, consumidores, usuarias y usuarios, así como establecer los procedimientos para la admisión, gestión y seguimiento de las denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicios y suministros de productos, tanto del sector regulado, como del no regulado (...)

➤ **Decreto Supremo Nº 29894** de fecha 7 de febrero de 2009

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL PODER EJECUTIVO DEL ESTADO PLURINACIONAL

ARTÍCULO 84.- (ATRIBUCIONES DEL VICEMINISTERIO DE DERECHOS DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR).- Las atribuciones del Viceministerio de

Derechos del Usuario y del Consumidor, en el marco de las competencias asignadas al nivel central por la Constitución Política del Estado, son las siguientes:

- a) Proponer normas, políticas, programas y proyectos para garantizar la defensa de los derechos de las y los consumidores y de las y los usuarios de servicios.*
- b) Promover normas, políticas, programas y proyectos para garantizar y defender el acceso universal a los servicios básicos.*
- c) Impulsar e implementar programas y proyectos de educación y difusión de los derechos y deberes de las y los consumidores y usuarios.*
- d) Promover la participación de las organizaciones sociales en la protección, defensa de los derechos de los consumidores, usuarios y no usuarios, mediante el control social en la calidad, oportunidad, cobertura y tarifas de los servicios básicos.*
- e) Atender, responder y solucionar oportunamente los reclamos de los usuarios y consumidores.*

f) *Promover la aplicación de los instrumentos internacionales en el ámbito de los derechos de los y las consumidores y usuarios*

➤ **Resolución Ministerial Nº 68/09** de fecha 30 de abril de 2009

*REGLAMENTO DE PROCEDIMIENTO DE ATENCION Y GESTION DE RECLAMOS DEL
VMDDUC*

Art. 1. (OBJETO).- La presente Resolución Ministerial tiene por objeto reglamentar el Decreto Supremo Nº 0065 de 03 de abril de 2009 estableciendo el marco normativo general de protección y los procedimientos de atención y gestión de reclamos presentados ante las oficinas del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor (...)

5.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La normativa de Defensa del Usuario y del Consumidor, ha innovado el tema de la prestación de servicios, no obstante desde un concepto por entero físico, ignorando la magnitud de la informática, por lo que cabe plantear el siguiente problema:

¿Será que la falta de reglamentación específica a los derechos constitucionales del usuario y consumidor por medios informáticos ocasiona la vulneración de sus derechos?

6.- OBJETIVOS

6.1. OBJETIVO GENERAL

- Establecer los fundamentos jurídicos de una Reglamentación que proteja a los usuarios y consumidores por medios informáticos, a efecto de garantizar una tutela real y efectiva en defensa de los legítimos intereses económicos de los mismos.

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sistematizar la normativa vigente respecto a Defensa de los Derechos de Usuario y Consumidores.
- Explicar los efectos que produce la carencia de normativa específica que regulen la protección de usuarios y consumidores por medios informáticos.
- Proponer normativa específica para la protección de usuarios y consumidores por medios informáticos.

7.- ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

7.1. Metodología

7.1.1 Método Deductivo

Se procederá a realizar un análisis a partir de los conceptos y nociones generales que se tiene sobre la defensa de usuarios y consumidores y el comercio informático para poder arribar en conclusiones más particularizadas que estén acordes con la realidad social boliviana, puesto que entender de forma global la relación proveedor- usuario, consumidor facilita abordar las especificidades y particularidades del comercio informático.

7.1.2 Método Dogmatico Jurídico

Se realizará un análisis de toda la legislación referente al tema en cuestión “interpretar es determinar el sentido y el alcance de la

norma”²⁴. Así mismo, al pretender proyectar una norma que tutele a los consumidores se trabajará de acuerdo a las etapas del método dogmático: “interpretación, construcción de instituciones, sistematización y comunicación”²⁵.

7.1.3. Método Comparativo

El considerar como parámetro las legislaciones extranjeras que protejan al consumidor, nos proporciona pautas acerca de cómo debe proyectarse una norma con la mencionada finalidad, esto no significa que se deba imitar la ley extranjera, puesto que responde a una determinada sociedad y dista de cualquier otra más aun con las particularidades de la sociedad boliviana.

7.2 Técnicas de Investigación

7.2.1 Técnica Bibliográfica

Se apoyan en los documentos contenidos tanto por medios físicos, como los contenidos por medios magnéticos, al ser este un tema que fue ignorado por varios años en Bolivia no se tiene considerable documentación física al respecto y por ello los medios magnéticos son de trascendental importancia.

7.2.2 Técnica de Observación

Se utiliza para descubrir individualmente los fenómenos, es un proceso mediante el cual se busca conocer, descubrir y clasificar de

²⁴ MOSCOSO DELGADO, JAIME. INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Pg. 231.

²⁵ MOSCOSO DELGADO, JAIME. INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Pg. 230.

manera sistemática a los fenómenos del hecho a ser investigado, de la realidad socio económico, para lo cual el observador debe tener clara conciencia de aquello que desea observar. Al tratar de normar la defensa del consumidor por medios informáticos resulta importante el observar lo que se pretende sistematizar; esta observación puede ser estructurada sistemática o no estructurada, participante o no participante, individual o en grupo, directa o en gabinete, abierta o encubierta.

7.2.3 Fichas Resumen

Sirve para acumular información resumida o transcripción textual de ideas más importantes y relevantes extraídas de un texto teórico o expositivo extenso. Son elaboradas durante la lectura respetando los conceptos y opiniones del autor. Puede elaborarse de las siguientes formas: resúmenes o párrafos, esquemas mediante frases y oraciones en cuadros sinópticos a través de las palabras sueltas, que contribuyan a acumulación de todo lo que será considerado para la elaboración del presente trabajo.

8.-FACTOR DE VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

8.1. FACTOR DE VIABILIDAD

El tema objeto de la presente monografía se halla en el contexto de la realidad boliviana, que luego de dos décadas de desprotección a los derechos de usuarios y consumidores, toma acciones para garantizarlos, sumado lo ya expuesto al hecho que hoy la informática se ha convertido en el medio de interrelación humana más promisorio.

8.2. FACTOR DE FACTIBILIDAD

El tema de la presente monografía tiene delimitados los parámetros de investigación, a los fines de garantizar la conclusión de la misma y que los resultados sean enteramente objetivos. Así mismo, para ello se ha considerado tanto el factor humano como el económico para que este trabajo pueda ser factible y llegue a culminar en tiempo razonable.

CAPÍTULO

“I”

COMERCIO INFORMÁTICO

Y DEFENSA DEL USUARIO

Y DEL CONSUMIDOR

CAPÍTULO I

COMERCIO INFORMÁTICO Y DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR

1. EL COMERCIO INFORMÁTICO

“La sociedad actual ha cobrando conciencia de los cambios que para ella entraña la introducción de las técnicas informáticas en los distintos ordenes de la actividad humana”²⁶, toda vez que uno de sus componentes, el comercio informático o e-commerce, en los últimos años se ha convertido en un nuevo campo, ávido de ampliar las perspectivas empresariales de aquellos que intervienen en los procesos del consumo, así mismo “La multiplicación de las fuentes y formas de transmisión de datos y su liberación de soportes materiales, ponen de relieve el valor de la información en si como mercancía”²⁷. Este nuevo campo no sólo se limita a un lienzo en el cual se plasman con lauros y dolus bonus su marca y productos a través de la Red, más aun para que los consumidores puedan realizar, la compra de los artículos que ellos requieran, por ello se constituye en “La forma más novedosa de hacer negocios en una economía global en la que las actividades centrales y estratégicas tienen la capacidad de funcionar en tiempo real a través del Internet”²⁸.

Recordemos que “Existen muchísimos otros temas que están en nuestro medio, muchos problemas jurídicos de carácter informático que respiramos día a día, nos envuelven y nos agobian, y no tiene respuesta de ninguna naturaleza. Uno de ellos es el que proviene de la profusión del comercio informático...en las que se manejan

²⁶ GUIBOURG, RICARDO. MANUAL DE INFORMÁTICA JURÍDICA. PG. 197

²⁷ CORREA, M. CARLOS. DERECHO INFORMÁTICO. PG. 287

²⁸ TOMILLO URBINA, JORGE. CURSO DERECHO DE CONSUMO III. ESCUELA DE GESTIÓN PÚBLICA PLURINACIONAL. 21/7/11

interesantes cifras monetarias y como es ya costumbre nuestro país no toma decisiones legislativas sobre el tema, agravando los niveles de inseguridad jurídica por los enormes peligros que conlleva este vacío jurídico...”.²⁹

La transformación que ha cambiado a nuestra sociedad, la economía de las naciones también lo ha hecho con la forma de hacer negocios y realizar transacciones; lo que normalmente se realizaba por medio físico, a través de escritos o también de forma verbal, hoy ya no son requisitos *sine quanon* en lo concerniente a la aceptación de una oferta, un contrato de compraventa, este último extremo no hace más que reafirmar lo que ya es aceptado por muchas legislaciones, lastimosamente no en la nuestra, el darle valor probatorio y por ello los documentos electrónicos debieren tener el mismo efecto jurídico que los documentos físicos a la documentación que se contenga o se origine en un ordenador, es así que se afirma que “Los usuarios son titulares de derechos subjetivos que surgen de los principios y caracteres del servicio público y del marco regulatorio general y particular”³⁰.

1.1. ETIMOLOGÍA Y DEFINICIÓN DE COMERCIO INFORMÁTICO

“Etimológicamente la palabra comercio proviene de las raíces latinas: **CUM** que significa juntamente y **MERX**, mercancía, derivado de **MERCOR**, comprar y vender. Equivale al traspaso de cosas materiales, de persona a persona. El comercio es la actividad económica de intercambiar bienes, valores, servicios y conocimientos entre dos o más personas, en una sociedad donde se compra, se vende o se cambia mercaderías que han sido producidas para el consumo”³¹, por otra parte decimos que el comercio es aquella “Negociación o actividad que busca la obtención de ganancia o lucro de venta, permuta o compra de mercaderías”³².

²⁹ FERNANDEZ, MARCELO. EVIDENCIA ELECTRÓNICA Y PERITAJE INFORMÁTICO DE LA FIRMA ELECTRÓNICA. PG. 3

³⁰ DROMI, ROBERTO. DERECHO ADMINISTRATIVO. PG. 621

³¹ www.derechocomercial.edu.uy

³² CABANELLAS DE TORRES, GUILLERMO. DICCIONARIO JURÍDICO ELEMENTAL. PG. 76

Definido por el Diccionario de la Real Academia Española como “Conjunto de conocimientos científicos y técnicas que hacen posible el tratamiento automático de la información por medio de ordenadores”³³; por otra parte el vocablo **informática** proviene del francés *informatique*, acuñado por el ingeniero Philippe Dreyfus para su empresa Société d’Informatique Appliquée en 1962. “Es un acrónimo de las palabras *information* y *automatique* (información automática)”³⁴.

De la conjunción de estas dos definiciones obtenemos que el Comercio Informático es “Cualquier forma de intercambiar bienes, valores, servicios y conocimientos entre dos o más personas a través del Internet”³⁵, no obstante esta definición también debe considerar a los teléfonos celulares que en la actualidad entre sus múltiples aplicaciones presentan el acceso a internet, razón por la cual se concretan por este medio transacciones comerciales desde la compra un tono o juego hasta la adquisición de un boleto de avión.

Para fines académicos mencionaremos también la definición proporcionada por el Proyecto de Ley 080 de 2007, “Es toda transacción civil o comercial de bienes y servicios, realizada por personas naturales o jurídicas efectuada en parte o en su totalidad a través de medios electrónicos”³⁶.

1.2. COMPONENTES DEL COMERCIO INFORMÁTICO

- Mensaje de datos.

Al tratar de definir a los mensajes de datos, debemos visualizar a toda información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios informáticos, el mensaje de datos también llamado documento electrónico, desde el punto de vista jurídico, implica la

³³ www.rae.es

³⁴ www.slideshare.net.

³⁵ TOMILLO URBINA, JORGE. CURSO DERECHO DE CONSUMO III. ESCUELA DE GESTIÓN PÚBLICA PLURINACIONAL. 21/7/11.

³⁶ PROYECTO DE LEY 080/2007"LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO" Pg. 32

emisión de información la cual puede ser de ciencia, de conocimiento o de voluntad.

Entonces “El concepto de dato se refiere a específicamente a cualquier conjunto de letras, números o signos que tengan al menos un significado, constituyendo de este modo una unidad básica de trabajo...”³⁷

Resulta fácil apreciar que existe una similitud entre los mensajes de datos y los documentos escritos en papel, tal como ocurre con los archivos electrónicos de aplicaciones comúnmente utilizadas como procesadores de palabras, los correos electrónicos y textos de contratos contenidos en sitios Web, tarea que le queda pendiente a nuestra legislación en cuanto al Proyecto de Ley de Documentos, Firmas y Comercio Electrónico, que más temprano que tarde pasará factura, no al legislador, sino a los Usuarios y Consumidores por Medios Informáticos.

➤ Comercio informático.

Es una metodología moderna para hacer negocios, que abarca las cuestiones suscitadas por toda la relación de índole comercial, transacción comercial, en la cual las partes involucradas interactúan de manera electrónica en lugar de hacerlo de la manera tradicional con intercambios físicos o trato físico directo, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar.

➤ Firma Digital.

“Son datos en forma electrónica consignados a un documento electrónico, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que pueden ser utilizados para identificar al titular de la firma en forma

³⁷ MAYO, MARIE CLAUDE. INFORMÁTICA JURÍDICA. PG. 65

unívoca con el documento electrónico, e indicar que aprueba y reconoce la información contenida en el mismo. La firma electrónica asegura la integridad, autenticidad y no repudio”.³⁸

Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación.

La firma digital, con las garantías exigidas por una cada vez más necesaria seguridad jurídica, puede abrir un prometedor camino que deje en entredicho la eficacia real de la fe pública tradicional. Entre los objetivos de la firma digital está conseguir una universalización de un estándar de firma electrónica, que podría verse favorecido con la elaboración de una Directiva Comunitaria.

➤ Entidad de Certificación.

Es aquella persona que, autorizada conforme a la presente ley, está facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos, así como cumplir otras funciones relativas a las comunicaciones basadas en las firmas digitales.

“Persona jurídica, pública o privada, que expide certificados electrónicos o presta otros servicios en relación con la firma electrónica, que se halla debidamente registrada y acreditada en la Entidad Acreditadora”.³⁹

³⁸ PROYECTO DE LEY 080/2007"LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO" PG. 34

³⁹ PROYECTO DE LEY 080/2007"LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO" Pg. 34

➤ Intercambio electrónico de datos.

La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto.

El correo electrónico permite enviar mensajes entre diferentes ordenadores que estén conectados a redes de ordenadores. Sin embargo, este procedimiento no está exento de inconvenientes, debido a que el uso del correo electrónico no está normado, salvo que el cliente y el proveedor acuerden previamente el modo de envío de mensajes, por ejemplo que el receptor traduzca los documentos recibidos. El uso del correo electrónico no es un medio seguro para realizar los mensajes comerciales ni garantiza su confidencialidad.

➤ Sistema de información.

Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos. “Es todo dispositivo físico o lógico utilizado para crear, generar, enviar, recibir, procesar, comunicar o almacenar, de cualquier forma, mensajes de datos”.⁴⁰

Un sistema de información es un conjunto de elementos interrelacionados con el propósito de prestar atención a las demandas de información de una organización, para elevar el nivel de conocimientos que permitan un mejor apoyo a la toma de decisiones y de acciones. Sistema de información como: conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio. Teniendo muy en cuenta el equipo computacional necesario para que el sistema de información pueda operar y el

⁴⁰ PROYECTO DE LEY 080/2007"LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO" PG. 36

recurso humano que interactúa con el Sistema de Información, el cual está formado por las personas que utilizan el sistema.

1.3. CLASIFICACIÓN DE COMERCIO INFORMÁTICO

A momentos de referirnos a la compra-venta de bienes o servicios por medios informáticos, recordando que “La expansión del fenómeno del consumo y su consiguiente transformación están a la vista de todos. Ya que ni siquiera es necesario salir a la calle para ser saturados por la oferta de bienes y servicios de toda índole”⁴¹, y en consideración a la definición que brinda el Proyecto de Ley 080/2007 es preciso y además ineludible realizar una puntualización por demás requerida al tenor de dar todas las luces para que el tema que se trata quede por demás claro, la clasificación que sistematiza en alguna medida el estudio del comercio informático es la siguiente:

- Comercio informático parcial.
- Comercio informático total.
- Servicios de la sociedad de la información.

1.3.1. COMERCIO INFORMÁTICO PARCIAL

Entendemos como comercio informático a todo aquel comercio en donde sólo la oferta y la solicitud de compra se realiza por medios de equipos electrónicos; en tanto la entrega del producto y el pago se va a realizar en el "mundo físico". En este escenario la transmisión de oferta y aceptación se realiza por cualquier medio de comunicación a distancia, cualesquiera que sea su naturaleza y a través de un sistema de comunicación organizado por el vendedor. Citemos el ejemplo de una página web donde existe una serie de productos y servicios con un precio determinado, y el usuario o consumidor decide cuál de ellos

⁴¹ DROMI, ROBERTO. DERECHO ADMINISTRATIVO. PG. 180

va a adquirir, pero lo que concierne a la entrega y al pago de ese producto se realiza fuera de la página web, a través de medios físicos.

1.3.2. COMERCIO INFORMÁTICO TOTAL

Entendemos por comercio informático total a aquel comercio en donde el proceso de compra y venta se realiza por medio de equipos electrónicos como el internet o telefonía móvil, “Los vehículos tradicionales de publicidad, como la radio y la televisión, se han redireccionado a métodos alternativos de creación y captación de mercado, a tiempo que han perdido su posición privilegiada de inmediatez con el usuario en manos del Internet”⁴², por ejemplo, la compra de música a través de la web a partir de la publicación de un anuncio en una página web en la cual se oferte la adquisición de determinado contenido musical, una vez aceptada la oferta pagando el precio estipulado, y descargándose la música en cuestión en el ordenador, es decir, toda la operación de compra-venta se realiza desde la página web del vendedor y desde el equipo electrónico o teléfono celular del comprador.

1.3.3. SERVICIO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Se entiende todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un destinatario de los servicios (consumidor). Son servicios de la sociedad de la información, todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario. Asimismo, comprende también los servicios no

⁴² DROMI, ROBERTO. DERECHO ADMINISTRATIVO. PG. 180

remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el que presta servicios.

Son servicios de la sociedad de la información, entre otros y siempre que representen una actividad económica, los siguientes:

a) “La contratación de bienes o servicios por vía electrónica;

b) La organización y gestión de subastas por medios electrónicos o de mercados y centros comerciales virtuales;

c) La gestión de compras en la red por grupos de personas;

d) El envío de mensajes de datos comerciales;

e) El suministro de información por vía telemática;

f) El video bajo demanda.”⁴³

2. HISTORIA DE LA DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR

La defensa de los derechos de los consumidores atravesó por distintas etapas merced a las realidades sociales y económicas que se han experimentado y que han ido configurando lo que hoy ya conocemos. Dentro del devenir del tiempo estos son los momentos que deben considerarse en la evolución de la Defensa del Consumidor:

- El Código de Hammurabi.

- Los movimientos cooperativos del siglo XIX.

⁴³ PROYECTO DE LEY 080/2007“LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO” PG. 36

- Federal Trade Comisión.
- Consumer Unión.
- Concejo Danés del Consumidor.
- Día mundial del consumidor.
- Directrices de las Naciones Unidas.

2.1. EL CÓDIGO DE HAMMURABI

En las memorias de la historia el antecedente más recóndito que encontramos de la Defensa de Usuarios y Consumidores se encuentra en el Código Hammurabi que data del año 1692 A.C., mismo que ya planteaba cuestiones que hasta el día de hoy son fundamentales al abordar esta problemática como ser el crédito, el arrendamiento, la calidad de alimentos y servicios, los precios, las pesas y las medidas.

“En el año 1750 a.C., Hammurabi, el poderoso rey de Babilonia, hizo grabar en una estela de basalto un conjunto de 282 leyes para todos los súbditos de su vasto imperio. Allí se regulaban delitos como el robo, el adulterio, el asesinato o las falsas acusaciones, que se pagaban con la muerte”⁴⁴. Es uno de los textos legales más antiguos de la humanidad, localizada en 1902 en Susa (al sur del actual Irán) por el arqueólogo francés Jacques de Morgan.

CÓDIGO DE HAMMURABI

⁴⁴ <http://www.imperioromano.com>

“Ley 37: Si uno compra un campo, una huerta o una casa de un oficial o soldado o de un feudatario, su tableta será rota y habrá perdido su dinero. Campo, huerta, casa, volverán a su propietario.

Ley 89: Si un banquero dio a interés trigo o plata, tomará 100 QA como interés por GUR de trigo y sobre la plata, por siclo de plata, tomará el sexto más 6 SHE como interés.

Ley 108: Si una comerciante de vino de dátiles con sésamo, no quiso recibir por precio trigo, y exigió plata (pesada o pesada con pesas falsas, según las interpretaciones); o si recibió trigo pero rebajó el vino de dátiles, este comerciante de vino de dátiles con sésamo es culpable y se la arrojará al agua.

Ley 110: Si una sacerdotisa que no viva en el claustro, ha abierto una taberna de vino de dátiles con sésamo, o ha entrado para beber vino de dátiles en la casa de vino de dátiles con sésamo, a esta mujer libera

Ley 111: Si una comerciante de vino de dátiles con sésamo dio 60 GA de vino de dátiles a crédito, recibirá 50 QA de trigo al tiempo de la cosecha.

Ley 112: Si uno se encuentra en viaje y dio a otro plata, oro, piedras preciosas y otros bienes para que las transportara, si éste no dio en el lugar de destino todo lo que tenía que transportar, y se lo quedó, el propietario de los objetos a trasportar hará comparecer a este hombre por no haber dado todo lo que tenía que transportar, y éste dará al propietario de los objetos hasta cinco veces lo que le había sido dado.

Ley 224: Si el veterinario de un buey o de un asno ha tratado de una herida grave a un buey o a un asno y lo ha curado, el dueño del buey o del asno, dará al médico por honorarios un sexto de plata.

Ley 225: Si ha tratado un buey o un asno y lo ha hecho morir, dará al dueño del buey o del asno un quinto de su precio.

Ley 235: Si un botero ha calafateado un buque para otro y no ha hecho bien su obra, y ese año el barco se rompió, tuvo una avería, el botero destruirá este buque y de su propia fortuna pagará un buque sólido y lo dará al propietario del buque.

Ley 242: Si uno ha alquilado por un año un buey de trabajo, pagará 4 GUR de trigo por año.

Ley 243: Precio de un buey joven delantero (no desarrollado totalmente): 3 GURr de trigo, al propietario.

Ley 244: Si uno alquiló un buey o un asno y si en los campos el león los ha matado, la pérdida es para el dueño.

Ley 245: Si uno alquiló un buey y por negligencia o golpes lo ha hecho morir, devolverá al dueño del buey, buey igual por buey.

Ley 278: Si uno compró un esclavo varón o hembra y antes del mes una enfermedad de parálisis lo ataca, devolverá el esclavo al vendedor y recuperará su plata.

Ley 279: Si uno compró un esclavo o esclava y tiene una reclamación, su vendedor satisfará la reclamación (...)”⁴⁵.

2.2. LOS MOVIMIENTOS COOPERATIVOS DEL SIGLO XIX

En los movimientos cooperativos del Siglo XIX desarrollados en Los Estados Unidos y algunos países de Europa, a través de los que se aprecia un gran avancé

⁴⁵ <http://www.imperioromano.com>

hacia la educación en la economía doméstica, que comprendía aspectos como el cuidar el manejo del presupuesto familiar y orientarlo hacia un consumo de mayor calidad.

“En cuanto al nacimiento de cooperativas de consumidores en el Reino Unido y en los Estados Unidos se relaciona en gran medida con la lucha por la reivindicación de los derechos de los trabajadores, que comprende desde la mejora de sus condiciones laborales, hasta la lucha contra el incremento de los precios de los productos, que al igual que hoy en día tiene mucho que ver con los intermediarios entre productores y usuarios o consumidores”⁴⁶.

2.3. FEDERAL TRADE COMISIÓN

Consistente en una Agencia administrativa destinada a efectuar controles sobre la concurrencia y sobre las diversas actividades productivas destinadas al consumo general.

Al finalizar la II Guerra Mundial los movimientos de consumidores comienzan a adquirir gran relevancia frente a la demanda y oferta de productos y servicios, no obstante se encontraban en una desprotección legal, en tanto las empresas ampliaban su espectro comunicacional tendiente a acaparar la mayor cantidad de población que consuma sus productos o adquiera sus servicios.

2.4. CONSUMER UNIÓN

El movimiento organizado de los consumidores se originó en EEUU, durante la década de los años treinta, con la creación de la Consumer Union, fundada

⁴⁶ MONTENEGRO, WALTER. INTRODUCCIÓN A LAS DOCTRINAS POLÍTICO-ECONÓMICAS. PG.127.

en 1936 por Arthur Kallet, Colston Warne, motivados por los constantes abusos cometidos por proveedores en contra de los intereses de la población que sufría los embates de una economía de mercado.

2.5. CONCEJO DANÉS DEL CONSUMIDOR

Parte de los movimientos de protección a los consumidores, es fundada a fines de la década de los años cuarenta con la fundación del Concejo Danés del Consumidor (*Forbrugerradet, 1947*) primera organización privada de consumidores que pronto se extendió a Gran Bretaña, Alemania y Francia, como muestra de lo efectivo que resultó en cuanto a la Defensa de Usuarios y Consumidores.

2.6. DÍA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR

Conmemoración internacional que adquiere gran relevancia en todos aquellos rincones del mundo en los que la Protección de Consumidores es agendada. Fue celebrada por primera vez el 15 de marzo de 1983, denominada como “Día Mundial del Consumidor”, en conmemoración a aquel 15 de marzo de 1962, en el que el presidente John F. Kennedy incorpora en su discurso paradigmas de los derechos del consumidor:

- *“Ser consumidor, por definición nos incluye a todos”, www.adeuco.unsl.edu.ar*
- *“Somos el grupo económico más grande en el mercado, que afecta y es afectado por casi todas las decisiones económicas públicas y privadas pero es el único grupo importante cuyos puntos de vista a menudo no son escuchados”. www.adeuco.unsl.edu.ar*

2.7. DIRECTRICES DE LAS NACIONES UNIDAS

Y es tanta la trascendencia del tema que nos atañe que el año 1977 Naciones Unidas a través del Consejo Económico y Social asume que la protección del consumidor conlleva una mejora en el factor social de los países en vías de desarrollo; por ello “El Consejo Económico y Social pidió al Secretario General que preparase un estudio sobre las instituciones y las disposiciones jurídicas vigentes en la esfera de la protección del consumidor; y en 1979, pidió que se preparase un informe amplio que incluyese propuestas de medidas sobre protección de los consumidores para su posterior examen por parte de los gobiernos”⁴⁷. El año 1984 la Organización de la Naciones Unidas crea las *Directrices para la Protección al Consumidor*.

3. CONSTITUCIONALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE USUARIOS Y CONSUMIDORES, LEGISLACIÓN COMPARADA

3.1. LEGISLACIÓN EUROPEA EN DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR

La legislación europea es extensa en cuanto a la defensa de los consumidores, al concluir la II Guerra Mundial toma una dimensión amplia de protección, primero en razón a la legislación de los estados y luego en razón a la Comunidad Europea.

A fines didácticos analizaremos el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea, documento que contiene los principios básicos en los que se basa la legislación comunitaria concerniente a la protección de los consumidores, de esta forma la comunidad Europea señala un nivel mínimo de protección que todos sus miembros deben acatar, no obstante el ordenamiento jurídico de un

⁴⁷ Consumers Internacional www.consumidoresint.cl

estado y otro varia, lo que en primera instancia significa que la protección podría tomar un nivel superior al nivel de la comunidad.

TRATADO CONSTITUTIVO DE LA COMUNIDAD EUROPEA

“Artículo 3.

1. Para alcanzar los fines enunciados en el artículo 2, la acción de la Comunidad implicará, en las condiciones y según el ritmo previsto en el presente Tratado:

t. Una contribución al fortalecimiento de la protección de los consumidores...

Artículo 33.

1. Los objetivos de la política agrícola común serán:

e. Asegurar al consumidor suministros a precios razonables...

Art. 86.

Será incompatible con el mercado común y quedará prohibida, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado o en una parte sustancial del mismo.

a. Imponer directa o indirectamente precios de compra, de venta u otras condiciones de transacción no equitativas...

Art. 92.

1. Salvo que el presente Tratado disponga otra cosa, serán incompatibles con el mercado común, en la medida en que afecten a los intercambios comerciales entre Estados miembros, las ayudas otorgadas por los Estados o mediante fondos estatales, bajo cualquier forma, que falseen o amenacen falsear la competencia, favoreciendo a determinadas empresas o producciones.

a. Las ayudas de carácter social concedidas a los consumidores individuales, siempre que se otorguen sin discriminaciones basadas en el origen de los productos...

Art. 129

1. La Comunidad contribuirá a que se alcance un alto nivel de protección de los consumidores mediante:

a. Medidas que adopte en virtud del artículo 100 A en el marco de la realización del mercado interior;

b. Acciones concretas que apoyen y complementen la política llevada a cabo por los Estados miembros a fin de proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, y de garantizarles una información adecuada.

2. El Consejo, con arreglo al procedimiento previsto en el artículo 189 b y previa consulta al Comité Económico y Social, adoptará las acciones concretas mencionadas en la letra b del apartado 1.

3. Las acciones que se adopten en virtud del apartado 2 no obstarán para que cada uno de los Estados miembros mantenga y adopte medidas de mayor protección. Dichas medidas deberán ser compatibles con el presente Tratado” ⁴⁸<http://noticias.juridicas.com>.

3.2. LEGISLACIÓN ARGENTINA EN DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR

La reforma constitucional de la República Argentina del año 1994, añadió en su artículo 42 las consideraciones necesarias para un tratamiento amplio de los derechos de usuarios y consumidores, incorporando la protección a la salud y la educación entre sus consideraciones.

“Artículo 42.- Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz, a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno.

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios. La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control”.

⁴⁸ www.argentina.gov.ar

3.3. LEGISLACIÓN BRASILEÑA EN DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR

Fuertemente influenciada por la Constitución portuguesa de 1976, la Constitución brasilera de 1988, para tratar la **protección del consumidor** la incorpora dentro el capítulo de derechos fundamentales, realce necesario para un tema de trascendencia tal.

“Art. 5. Todos son iguales ante la ley, sin distinción de cualquier naturaliza, 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 prioridad, en los siguientes términos:

XXXII. el Estado promoverá, en la forma de la ley, la defensa del consumidor...

Artículo 150. Sin perjuicio de otras garantías aseguradas al contribuyente, está prohibido a la Unión, a los Estados, al Distrito Federal y a los Municipios:

VI. Establecer impuestos sobre:

- a) patrimonio, renta o servicios, unos de otros;*
- b) templos de cualquier culto;*
- c) patrimonio, renta o servicios de los partidos políticos, incluyendo sus fundaciones, de las entidades sindicales de los trabajadores, de las instituciones de educación y de asistencia social, sin fines lucrativos, atendiendo a los requisitos de la ley;*
- d) libros, diarios, periódicos y el papel destinado a su impresión.*

51. La ley establecerá medidas para que los consumidores sean informados acerca de los impuestos que incidan en mercancías y servicios...

Art. 155. Es competencia de los Estados y del Distrito Federal establecer impuestos sobre:

VII. En relación a las operaciones y prestaciones que destinen bienes y servicios a un consumidor final localizado en otro Estado, se adoptará:

- a) la alícuota interestatal cuando el destinatario fuese contribuyente del impuesto;*
- b) la alícuota interna, cuando el destinatario no fuese contribuyente de él;*

VIII. en las hipótesis del apartado a del inciso anterior, cabrá al Estado de localización del destinatario, el impuesto correspondiente a la diferencia entre la alícuota interna y la interestatal...

Artículo 170. El orden económico, fundado en la valoración del trabajo humano y en la libre iniciativa, tiene por fin asegurar a todos una existencia digna, de acuerdo con los dictados de la Justicia Social, observando los siguientes principios:

- I. Soberanía nacional;*
- II. Propiedad privada;*
- III. Función social de la propiedad;*
- IV. Libre concurrencia;*
- V. Defensa del consumidor;*
- VI. Defensa del medio ambiente;*
- VII. Reducción de las desigualdades regionales y sociales;*
- VIII. Busca del pleno empleo;*
- IX. Tratamiento favorable para las empresas brasileñas de capital nacional de pequeño porte.”⁴⁹*

3.4. LEGISLACIÓN PARAGUAYA EN DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR

La reforma constitucional paraguaya de 1992 incorpora a su vez la protección del consumidor con mención a un aspecto que posteriormente se llamaría “publicidad comercial”. Es así que la normativa paraguaya adopta para la protección del consumidor, dos razonamientos, por un parte la regulación legal de la publicidad de los bienes y servicios ofrecidos y por otra la legitimación individual y colectiva, para reclamar medidas tendentes a la defensa de los intereses del consumidor.

*“Artículo 27 - DEL EMPLEO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION SOCIAL.
El empleo de los medios de comunicación es de interés público; en consecuencia, no se los podrá clausurar ni suspender su funcionamiento. No se admitirá la prensa carente de dirección responsable. Se prohíbe toda práctica discriminatoria en la provisión de insumos para la prensa, así como interferir las frecuencias radioeléctricas y obstruir, de la manera que fuese, la libre circulación, la distribución y la venta de periódicos, libros, revistas o demás publicaciones con dirección o autoría responsable. Se garantiza el*

⁴⁹ www.brasil.gov.br

pluralismo informativo. La ley regulará la publicidad a los efectos de la mejor protección de los derechos del niño, del joven, del analfabeto, del consumidor y de la mujer.

Artículo 38 - DEL DERECHO A LA DEFENSA DE LOS INTERESES DIFUSOS

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, pertenezcan a la comunidad y hagan relación con la calidad de vida y con el patrimonio colectivo". www.bibliotecasvirtuales.com

CAPÍTULO

“II”

COMERCIO INFORMÁTICO

EN BOLIVIA

CAPÍTULO II

COMERCIO INFORMÁTICO EN BOLIVIA

1. LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN BOLIVIA

A partir de la promulgación de la constitución política del estado de fecha 25 de enero de 2009, la legislación boliviana toma, entre otras muchas, un campo de acción nuevo, “El impacto de longevo, así como la necesidad de ponerse al tanto de aquello que, a partir de un mismo fenómeno, afectará la actividad jurídica...”⁵⁰ en lo que concierne a nuestra legislación, el artículo 75 consigna los derechos de usuarias y usuarios y de las consumidoras y consumidores, es preciso aclarar que la protección de usuarios y consumidores por medios informáticos no está definida de forma literal, pero tampoco es excluida y por ello se debe deducir que por analogía debemos entender la aplicación de los derechos de usuarias y usuarios y de las consumidoras y consumidores por medios físicos y por medios informáticos; además el numeral 2 del mencionado artículo refiere que entre los derechos que se señalan está el derecho “A la información fidedigna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen”⁵¹, aspecto que trasciende al tratar la problemática de la publicidad que se hace por medios informáticos de determinados productos o servicios ya sea dentro el comercio informático total o parcial.

La reglamentación de los derechos consignados en la Constitución se dio a través de Decreto Supremo N° 0065 de fecha 3 de abril de 2009, que de igual forma omite tratar el tema que nos atañe, la protección de los derechos de usuario y consumidores por medios informáticos, hecho reiterado en la Resolución Ministerial N° 68/09 de fecha 30 de abril de 2009. Como bien es sabido “Basta reparar en el hecho de que en materia de legislación informática solo nos hemos ocupado levemente de la protección jurídica del software, muy tímidamente de la manipulación informática en el código penal, y con grandes limitaciones del Habeas Data protección de datos personales en la Constitución Política del Estado, algo mas se toca en contrataciones estatales y en la actividad bancaria”⁵², esta es la

⁵⁰ GUIBOURG, RICARDO. MANUAL DE INFORMÁTICA JURÍDICA. PG. 217

⁵¹ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO. 25 DE ENERO DE 2009

⁵² FERNANDEZ, MARCELO. EVIDENCIA ELECTRÓNICA Y PERITAJE INFORMÁTICO DE LA FIRMA ELECTRÓNICA

realidad impuesta por un legislador que no avizora la realidad de la sociedad actual y todas sus aristas.

De acuerdo a datos de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad y la Información en Bolivia (ADSIB) hasta julio de año 2000 solo 40.000 personas tenían acceso a Internet, claro está, que en la actualidad estos datos no son ni tan si quiera estimativos, toda vez que el común de la población, especialmente aquella que no alcanza a la mayoría de edad accede Internet, a través de los café internet o a través del servicio de conexión a internet inalámbrico, lo que nos da un amplio espectro de trabajo a momentos de pretender la proyección, un cuerpo normativo que trate la protección de usuarios y consumidores por medios informáticos.

2. PROYECTO DE LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO

A través del Proyecto de Ley de Documentos, Firmas y Comercio Informático se proyecta el marco legal que pretende normar, lo que hasta la fecha se constituye en una de las lagunas jurídicas más amplias de nuestra legislación, la iniciativa la toma fue dada por la Cámara de Comercio, que en el año 1994 presenta al por entonces Congreso Nacional el proyecto de ley denominado “Código Ordenador de Mercado”, contemplando aspectos tales como el comercio electrónico, propiedad intelectual, defensa del consumidor, y la reforma al Código de Comercio, iniciativa privada que permaneció sólo en una buena intención.

Pero el impulso más grande lo proporciona la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB), que merced al análisis de otras propuestas plantea un Anteproyecto de Ley de Comunicación Electrónica de Datos, Firmas Electrónicas y Comercio Electrónico, proyecto de ley que de acuerdo a la ADSIB contó con la colaboración de el Viceministerio de Justicia, el Banco Central, CEPROBOL, Ministerio de Hacienda, Superintendencia de Empresas, Superintendencia de Bancos, Superintendencia de Telecomunicaciones, Impuestos

Nacionales, Aduana Nacional, así como las Comisiones de Comercio Industria Ciencia y Tecnología por parte de la Cámara de Senadores y la Comisión de Constitución y Policía Judicial de la Cámara de Diputados, ASOBAN, El Colegio de Abogados de La Paz, Colegio Nacional y Departamental de Notarios, La Cámara Boliviana de Tecnologías de la Información, para posteriormente ser remitida al Congreso Nacional en noviembre de 2005 sin que la fecha deje de ser un mero proyecto de ley.

Entre los aspectos más relevantes de este proyecto encontramos los que a continuación se detallan:

- Se otorga valor jurídico a los actos de trascendencia jurídica que sean celebrados a través de medios informáticos y merced a ello el reconocimiento de la firma electrónica.
- La protección de datos personales, los cuales normalmente son manejados libremente por quienes requieren información que se encuentra dentro la intimidad personal.
- Se otorga validez a los contratos de contenido civil, comercial y de otra naturaleza perfeccionados por medios informáticos.
- Se establecen los requisitos de validez de la firma electrónica, al igual que sus efectos.
- Uno de sus más grandes avances es el concerniente al comercio informático y sobre todo el mecanismo de solución de controversias, como ser la conciliación, el arbitraje; no obstante de forma errónea se declina esta responsabilidad a favor de la Cámara de Comercio, encargándole también la elaboración de un “Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva”, dejando la resolución de controversias al autocontrol que provea el proveedor.
- En cuanto a la protección de usuarios y consumidores por medios informáticos o “Derechos de los Consumidores en el Ámbito del Electrónico”, se contempla el derecho al desistimiento, la información veraz y completa

que debe ser expuesta al consumidor, la obligación del proveedor de informar los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor adquiera un bien o servicio.

3. PUNTUALIZACIONES PARA LA DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR INFORMÁTICO EN BOLIVIA

Considerando que “La relación de consumo implica sustantivamente una relación de intereses económicos, donde precios y tarifas constituyen la contraprestación del consumidor por la provisión, que debe guardar siempre una relación básica de justicia contractual o reglamentaria, pública o privada con la ecuación de razonabilidad y proporcionalidad entre prestación y precio”⁵³; debemos intuir que para el proveedor de bienes y servicios informáticos, dentro de lo que Dromi llama justicia contractual, surgen una serie de principios rectores de las relaciones del proveedor informático con usuarios y consumidores, configurándose de esta forma, no una desproporcionalidad emergente de estas consideraciones, sino más bien una equiparación de situaciones, que en razón a las particularidades del e-commerce inclinan la balanza a favor del proveedor.

3.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO INFORMÁTICO

En cuanto a las desventajas cabe destacar las que a continuación se mencionan:

⁵³ DROMI, ROBERTO. DERECHO ADMINISTRATIVO. PG. 181

- Inseguridad en cuanto a los medios de pago electrónicos, no se tiene la certeza inmediata de cuál es el monto que se cancela por el producto.
- “Dificultad de encontrar información en internet para comparar ofertas y evaluar la fiabilidad del vendedor en una relación electrónica”⁵⁴.
- Uso de condiciones generales de la contratación, que imponen al consumidor las condiciones que son impuestas por el proveedor.
- Utilización de cláusulas abusivas por parte del proveedor.
- Fraudes y engaños en las ofertas.
- Información insuficiente del bien o servicio que se pretende adquirir.
- Aceptación impulsiva, pues para el perfeccionamiento del contrato se requiere sólo un *click* por parte del consumidor.
- Inseguridad jurídica en los contratos internacionales, dado que de vulnerarse un derecho del consumidor queda abierta la interrogante, a qué legislación se debe acudir.

Acerca de las ventajas cabe mencionar:

- “Canales de comunicación masivos.
- Acceso a los mercados sin intermediarios.
- Prestación de servicios virtuales.
- Sustitución de mercancías por sus equivalentes digitales con mayor grado de tecnificación.
- Permite al consumidor acceder a cualquier producto y de comprar ofertas”⁵⁵.

3.2. CONTRATOS EN CUANTO AL COMERCIO INFORMÁTICO Y CONTRATOS INFORMÁTICOS

Estas “relaciones contractuales entre usuarios y proveedores...”⁵⁶ por medio de máquinas, se dan en un escenario en los que el usuario y consumidor toman

⁵⁴ TOMILLO URBINA, JORGE. CURSO DERECHO DE CONSUMO III. ESCUELA DE GESTIÓN PÚBLICA PLURINACIONAL. 21/7/11

⁵⁵ TOMILLO URBINA, JORGE. CURSO DERECHO DE CONSUMO III. ESCUELA DE GESTIÓN PÚBLICA PLURINACIONAL. 21/7/11

⁵⁶ GUIBOURG, RICARDO. MANUEL DE INFORMATICA JURIDICA. PG. 221

contacto con el producto o servicio y con el proveedor por medios informáticos, contacto que no está libre de controversias, en los cuales volvemos a hacer hincapié que el mecanismo más adecuado a fines prácticos es aquél que no judicialice la atención de los derechos de usuarios y consumidores.

Es preciso aclarar que al referirnos a los Contratos en cuanto al Comercio Informático, no nos referimos a los contratos informáticos, que por definición y por la especificidad de su objeto, se aboca de lleno a lo relacionado a los bienes o servicios como el hardware o el software “La informática comprende todo tipo de bienes tanto materiales como inmateriales”⁵⁷; en tanto el norte de este trabajo de investigación es mucho más amplio, porque el comercio por medios informáticos no sólo se refiere a lo informático, llegando a comerciarse desde un boleto de avión hasta alimentos.

3.3. CONTRATOS DE ADHESIÓN

Tanto en el “contrato informático” como en el “contrato en cuanto al comercio informático” se adolece de los contratos de adhesión, y siendo que “El contrato debe tender a obtener el máximo de protección contra los imprevistos o contingencias, pues son estos la mayor fuente de gastos para el usuario”⁵⁸, por ello “Debe ser inaceptable por parte del comprador, más aun si en este contrato se consagran cláusulas de exclusión de garantía”.⁵⁹

En estos contratos se aprecia una gran desigualdad, que de acuerdo al tratadista Correa “Una de las partes fija todas las cláusulas y la otra puede o no adherirse, sin tener a su vez la posibilidad de formular una contraoferta y, en ocasiones es rechazada”⁶⁰, y siguiendo en la línea de Correa afirmamos que en los contratos

⁵⁷ MAYO, MARIE CLAUDE. INFORMÁTICA JURÍDICA. PG.112

⁵⁸ MAYO, MARIE CLAUDE. INFORMÁTICA JURÍDICA. PG. 114

⁵⁹ MAYO, MARIE CLAUDE. INFORMÁTICA JURÍDICA. PG. 114

⁶⁰ CORREA, CARLOS. DERECHO INFORMÁTICO. PG. 155

conexos a la informática la situación tiende a agravarse, pues el consumidor ignora aspectos de relevancia informática.

3.4. CONDICIONES GENERALES

Estas cláusulas que son incorporados dentro de un contrato de adhesión, por parte del proveedor, a fines de realizar el perfeccionamiento del contrato con mayor celeridad; no obstante estas condiciones deberán ser planteadas y exhibidas con anterioridad a la contratación. Por lo mismo existen apéndices que son ineludibles al referirnos de las condiciones generales de contratación:

3.2.1. DEBER DE INFORMACIÓN PREVIA

Nos referimos a aquella “Información sobre todas las cláusulas del contrato, texto...con una antelación mínima de tres días antes del perfeccionamiento del contrato” ⁶¹, por lo tanto la información que preste el proveedor debe ser fundamentalmente clara, precisa, cierta y de fácil acceso y comprensión para los consumidores, en lo que se refiere al producto y al proveedor: nombre o razón social, domicilio principal, dirección de correo electrónico, u otra forma de contacto, características exactas del producto, costo exacto del producto, la jurisdicción aplicable en caso de controversia si se tratase de un proveedor que se encuentra en país distinto al del consumidor y todos aquellos aspectos legales que sean de relevancia como el mecanismo que se aplica para la resolución de eventuales controversias.

Por parte del proveedor se debe informar con carácter previo al perfeccionamiento del contrato y sobre todo “de forma veraz, eficaz y

⁶¹ TOMILLO URBINA, JORGE. CURSO DERECHO DE CONSUMO III. ESCUELA DE GESTIÓN PÚBLICA PLURINACIONAL. 21/7/11

completa”⁶² al Consumidor cada una de las cláusulas del contrato y remitirle el texto completo de las condiciones generales.

3.2.2. CONFIRMACIÓN DE LA CONTRATACIÓN EFECTUADA

“Celebrado el contrato, el predisponente deberá enviar al adherente inmediatamente... donde deberán constar todos los términos de la misma”⁶³, simplemente se traduce en el envío de documentación, sea por medios físicos o magnéticos.

3.2.3. DERECHO DE RESOLUCIÓN

La Resolución debe contemplarse con la siguiente óptica, “El ejercicio del derecho a que se refiere este apartado no estará sujeto a formalidad alguna, bastando que se acredite, en cualquier forma admitida en derecho” debiendo así mismo especificarse un plazo prudencial que no este sujeto a las condiciones generales, sino mas bien establecido por norma, con las salvedades inherentes a aquellos productos que por su naturaleza no sean sujetos al derecho de resolución.

3.2.4. CLÁUSULAS ABUSIVAS

Nos referimos a las estipulaciones que en contra de la buena fe del usuario o consumidor generen perjuicios de los usuarios o consumidores.

“La concentración del poder de negociación en una de las partes contratantes, como sucede en los contratos de adhesión, lleva al abuso, muy especialmente cuando el empresario aprovecha su

⁶² REAL DECRETO 1906/1999. *BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO*. MADRID A 17 DE DICIEMBRE DE 1999

⁶³ REAL DECRETO 1906/1999 *BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO*. DADO EN MADRID A 17 DE DICIEMBRE DE 1999

dominio para exonerarse de responsabilidades y limitar sus consecuencias...”.⁶⁴

Por ello la norma debe prever que no tengan ningún efecto las cláusulas de un contrato cuando en ellas se establezcan alguna de las siguientes especificidades, la exoneración de responsabilidades por parte del proveedor, las que señalen la renuncia de sus derechos por parte del usuario o consumidor, las que limiten la responsabilidad por parte del proveedor, los pactos de garantía por los cuales el consumidor se obliga al cumplimiento de lo pactado independientemente a la existencia de fuerza mayor o caso fortuito, entre otras.

3.2.5. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

Es prudencial considerar que del establecimiento de un mecanismo justo de solución de controversias representa para el usuario el conocer, que ante una posible controversia, se atendería a “x” o “z” mecanismo, dada la particularidad de nuestra realidad social este mecanismo no debe ser atribuido al “autocontrol”, como equivocadamente lo planteaba el Anteproyecto de Ley de Comunicación Electrónica de Datos, Firmas Electrónicas y Comercio Electrónico, es en este sentido, que la solución de controversias debe ser encargada a favor de una entidad gubernamental, facultada para este efecto, merced a “La lentitud de del proceso judicial...y la otra que ciertos proveedores consideran preferible para su imagen comercial no llevar sus diferendos a los tribunales”⁶⁵.

⁶⁴ CORREA, CARLOS. DERECHO INFORMÁTICO. PG. 156

⁶⁵ GUIBOURG, RICARDO. MANUAL DE INFORMÁTICA JURÍDICA. PG. 221

CAPÍTULO III

PROYECTO DE

NORMA

CAPÍTULO III

PROYECTO DE NORMA

1. DESARROLLO DEL PROYECTO

ANTEPROYECTO DE LEY DE PROTECCIÓN DEL USUARIO Y CONSUMIDOR POR MEDIOS INFORMÁTICOS

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1. NATURALEZA

Las disposiciones contenidas en la presente Ley son de orden público y de interés social, son irrenunciables y prevalecerán sobre cualquier uso, práctica comercial o estipulación en contrario.

ARTÍCULO 2. OBJETO

El objetivo de la presente Ley es contribuir al correcto funcionamiento del mercado que se desarrolla por medio del comercio informático y la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información dentro el territorio nacional.

ARTÍCULO 3. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Están sujetas a las disposiciones de ésta Ley todas las personas naturales o jurídicas, bolivianas o extranjeras que adquieran la calidad usuario y/o consumidor por medio del comercio informático.

Son sujetos también de la presente Ley todas las personas, naturales o jurídicas, bolivianas o extranjeras de derecho público o privado que suministran productos y/o prestan servicios por medios informáticos.

ARTÍCULO 4. PRINCIPIOS

La presente Ley se regirá por los siguientes principios:

Principio de Buena Fe Objetiva

Las relaciones de consumo deben desarrollarse en un marco de confianza y colaboración, por lo que se presume el correcto actuar de los usuarios y consumidores, así como de los proveedores que suministran productos y/o prestan servicios por medios informáticos

Está prohibido el ejercicio abusivo de los derechos, pues ese abuso es contrario a la buena fe objetiva con la que toda persona debe actuar en la vida social.

Principio de Coordinación Interinstitucional

Para garantizar el objeto de la presente norma, las instituciones públicas con competencia para la protección y la defensa de los derechos de los usuario y/o consumidores deberán coordinar sus actuaciones entre si.

Principio in dubio pro consumer

En caso de duda en la interpretación de ésta Ley, la misma será aplicada en el sentido más favorable para el usuario y/o consumidor.

Principio de Intervención del Estado

Corresponde al Estado la protección y la defensa de los derechos de los usuarios y/o consumidores, el control y fiscalización de los proveedores que suministran productos y/o prestan servicios por medios informáticos.

Principio de sujeción a la Ley

Las relaciones de consumo de bienes y servicios deberán sujetarse y respetar la Constitución Política del Estado, la presente Ley y todas aquellas aplicables al tema.

Principio de Servicio a la Sociedad

La protección y defensa de los derechos del usuario y/o consumidor son el medio de servicio a la sociedad y no un fin en sí mismo.

ARTÍCULO 5. DEFINICIONES

Mensaje de Datos

La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares.

Comercio electrónico

Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar.

Intercambio Electrónico de Datos

La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto.

Sistema de Información

Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.

CAPÍTULO II COMUNICACIÓN COMERCIAL

ARTÍCULO 6. INFORMACIÓN EXIGIDA

El proveedor que suministra productos y/o presta servicio por medios informáticos permitirá al usuario y/o consumidor, y a las autoridades competentes acceder con facilidad y de forma directa y permanente como mínimo a los datos siguientes:

- a)** Nombre del prestador de servicios;
- b)** Dirección geográfica donde está establecido el proveedor;

- c) Señas que permitan ponerse en contacto rápidamente con el proveedor y establecer una comunicación directa y efectiva con él, incluyendo su dirección de correo electrónico;
- d) En lo que se refiere a las profesiones, el título profesional expedido,
- g) El régimen Tributario al que está sujeto el proveedor.

ARTÍCULO 7. COMUNICACIONES COMERCIALES

Las comunicaciones comerciales cumplirán las siguientes condiciones:

- a) Serán claramente identificables como tales;
- b) Será claramente identificable la persona natural o jurídica en nombre de la cual se efectúen las comunicaciones comerciales;
- c) Las ofertas promocionales, como los descuentos, premios y regalos deberán ser claramente identificables como tales, y serán fácilmente accesibles y presentadas de manera clara e inequívoca las condiciones que deban cumplirse para acceder a ellos.

ARTÍCULO 8. COMUNICACIONES COMERCIALES NO SOLICITADAS

La comunicación comercial no solicitada por correo electrónico sólo será autorizada en cuanto el proveedor sea identificable de manera clara e inequívoca como tal en el mismo momento de su recepción.

CAPÍTULO III

CONDICIONES GENERALES

ARTÍCULO 9. CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO

Será aplicable a los contratos que se desarrollen dentro el comercio informático, independientemente a la cuantía sobre la cual verse.

Son excluidos los contratos de trabajo, los de constitución de sociedades, los que regulan relaciones familiares, los relativos a la construcción y venta de bienes inmuebles y demás relativos a derechos reales sobre los mismos, así como los de arrendamiento de bienes inmuebles regulados por leyes especiales,

ARTÍCULO 10. DEBER DE INFORMACIÓN PREVIA

Con la antelación mínima de 4 días calendario el proveedor que suministra productos y/o prestan servicios por medios informáticos, deberá facilitar al usuario y/o consumidor, de modo veraz, eficaz y completo, información sobre todas las una de las cláusulas del contrato y remitirle la integridad del mismo.

ARTICULO 11. CONFIRMACIÓN DOCUMENTAL DE LA CONTRATACIÓN EFECTUADA

Tras celebrar el contrato, el proveedor que suministra productos y/o prestan servicios por medios informáticos deberá enviar al usuario y/o consumidor de forma inmediata la confirmación de la contratación efectuada donde deberán constar todos los términos de la misma.

ARTICULO 12. DERECHO DE RESOLUCIÓN

El usuario y/o consumidor cuenta con un plazo de siete días hábiles para resolver el contrato sin incurrir en penalización ni gasto alguno, incluidos los correspondientes a la devolución del bien, sin formalidad alguna.

El plazo se computará, en el caso de que el contrato tenga por objeto la entrega de bienes, a partir de su recepción por el usuario y/o consumidor, y en los casos de prestaciones de servicios a partir del día de celebración del contrato o desde el momento que las obligaciones queden totalmente cumplidas.

Por parte del usuario y/o consumidor deberá devolver las cantidades recibidas sin retención alguna inmediatamente

Se excluyen de la resolución aquellos casos en que por la naturaleza del contenido de las prestaciones sea imposible llevarlo a cabo.

CAPÍTULO IV PROTECCIÓN DE PRIVACIDAD

ARTÍCULO 13. ALOJAMIENTO DE DATOS

Cuando a efectos de realizar una actividad dentro el comercio informático, se deba almacenar datos facilitados por el usuario y/o consumidor, el proveedor que suministra productos y/o prestan servicios por medios informáticos, es responsable de los datos almacenados, en razón al art. 130 “Acción de Protección de Privacidad” de la Constitución Política del Estado.

CAPÍTULO V VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR

ARTÍCULO 41. VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR

El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor ejercerá las siguientes funciones:

- a)** Las establecidas en el Artículo 84 del Decreto Supremo N° 29894 de 7 de febrero del 2009. Organización del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional.
- b)** Recibir denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones, en contra de proveedores que suministran productos y/o prestan servicios por medios informáticos.

- c) Solicitar información a las y los proveedores que suministran productos y/o prestan servicios por medios informáticos.
- e) Realizar el seguimiento y monitoreo de los casos denunciados por usuarios y consumidores ante las entidades reguladoras y otras autoridades competentes en el sector no regulado, hasta lograr la solución del problema planteado.
- g) Supervigilar que las entidades del sector público, personas jurídicas privadas y personas naturales que prestan servicios públicos.

CAPÍTULO VI

MEDIOS ALTERNATIVOS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

ARTÍCULO 42. CONCILIACIÓN Y ARBITRAJE

Es aplicable a las controversias suscitadas entre proveedores y usuarios y/o consumidores por medios informáticos, la Ley N° 1770 de 10 de marzo de 1997 de Arbitraje y Conciliación, que ha establecido a la mediación, conciliación y arbitraje como medios alternativos de solución de controversias.

Los acuerdos, compromisos o laudos arbitrales a los que se arriben a través de los mecanismos alternativos de resolución de conflictos, tienen carácter definitivo para ambas partes.

ARTÍCULO 43. PROCEDIMIENTO

El acuerdo o compromiso alcanzado entre usuario y/o consumidor y proveedor deberá constar en Acta debidamente suscrita por las partes, documento que se constituye en Título Ejecutivo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 487 del Código de Procedimiento Civil.

El incumplimiento del acuerdo, compromiso o laudo arbitral logrado entre usuario y/o consumidor y proveedor, constituirá una infracción que será sancionada de acuerdo con lo establecido en la presente Ley.

CAPÍTULO VII RESPONSABILIDAD PENAL

ARTÍCULO 44. RESPONSABILIDAD PENAL

La responsabilidad penal alcanza al agente culpable de la infracción o delito, de conformidad a la tipificación que establecen el Código Penal y otras leyes especiales.

DISPOSICIONES ABROGATORIAS Y DEROGATORIAS

Se abrogan y derogan todas las disposiciones contrarias al presente Decreto Supremo.

Los señores Ministros de Estado, en sus respectivos Despachos, quedan encargados de la ejecución y cumplimiento del presente Decreto Supremo.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

El Viceministerio de defensa de los Derechos del usuario y del Consumidor del Ministerio de Justicia queda encargado de elaborar el Decreto Reglamentario de la presente Ley, dentro de los noventa (90) días hábiles a la promulgación de esta ley.

Remítase al Poder Ejecutivo, para fines constitucionales.

CONCLUSIONES

Cabe resaltar que en el transcurso del proceso de elaboración del presente trabajo de investigación se observó la carencia de contenido legislativo referente al Derecho de Consumo y más aun al consumo por medios informáticos, no obstante el ser consumidor esta intrínsecamente relacionado con la vida en sociedad, hoy por hoy con la vida en la sociedad de la información.

Por ello la sociedad boliviana empieza a adentrarse al comercio informático, el momento preciso para adoptar normas que regulen este iceberg que empezamos a avizorar, nutridos de la experiencia de países que abordaron esta problemática con más antelación que nosotros, estamos llamados a no cometer los mismos errores, en pro de la tutela efectiva de usuarios y consumidores por medios informáticos.

RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

La implementación de la normativa a la cual refiero en la presente labor investigativa no es ni mucho menos la conclusión del trabajo, sino todo lo contrario es sólo el inicio de una labor que conlleva la socialización de la norma con todos los sectores sociales, y más aun la aplicación de esta norma, que va aparejada con la otorgación de facultades a una determinada entidad.

Entidad que ya existe en la actualidad, el Viceministerio de Defensa del Usuario y Consumidor, dependiente del Ministerio de Justicia, Viceministerio que ya en la actualidad trabaja en la defensa real del consumidor.

No obstante por las particularidades conocidas del comercio informático se hace imprescindible la participación y coordinación con otra instancia del ejecutivo, la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad y la Información en Bolivia, cuyos recursos técnicos y humanos facilitarán en gran medida el fin último de la monografía que pongo a conocimiento.

APÉNDICES O ANEXOS

DECRETO SUPREMO NO 0065 EVO MORALES AYMA **PRESIDENTE DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA**

CONSIDERANDO:

Que fruto de la decisión del pueblo a través del Referéndum de 25 de enero de 2009, se aprueba y promulga la actual Constitución Política del Estado, por el cual se constituye un Estado Unitario Social de Derecho Plurinacional Comunitario, libre. Independiente, soberano, democrático, intercultural, descentralizado y con autonomías, fundada en la pluralidad y el pluralismo político, económico, jurídico, cultural y lingüístico, dentro del proceso integrador del país.

Que el Parágrafo II del Artículo 8 de la Constitución Política del Estado señala que el Estado se sustenta en los valores de unidad, igualdad, inclusión, dignidad, libertad, solidaridad, reciprocidad, respeto, complementariedad, armonía, transparencia, equilibrio, igualdad de oportunidades, equidad social y de género en la participación, bienestar común, responsabilidad, justicia social, distribución y redistribución de los productos y bienes sociales, para vivir bien.

Que el Parágrafo I del Artículo 20 de la Constitución Política del Estado determina que toda persona tiene derecho al acceso universal y equitativo a los servicios básicos de agua potable, alcantarillado, electricidad, gas domiciliario, postal y telecomunicaciones.

Que el Parágrafo 11 del Artículo 20 de la Constitución Política del Estado señala que la provisión de servicios debe responder a los criterios de universalidad, responsabilidad, accesibilidad, continuidad, calidad, eficiencia, eficacia, tarifas equitativas y cobertura necesaria; con participación y control social.

Que el Artículo 75 de la Constitución Política del Estado expresa que las usuarias y los usuarios y las consumidoras y los consumidores gozan del derecho al suministro de alimentos, fármacos y productos en general, en condiciones de inocuidad, calidad y cantidad disponible adecuada y suficiente, con prestación eficiente y oportuna del suministro, así también tienen derecho a la información fidedigna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen.

Que el Título II de la Segunda Parte de la Constitución Política del Estado instituye el Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional.

Que el Artículo 298 de la Constitución Política del Estado establece entre las competencias privativas del nivel Central de Estado la definición de la Políticas Económica y la Planificación Nacional.

Que el Decreto Supremo N° 29894 de 7 de febrero de 2009 establece la estructura organizativa del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional y regida la organización, atribuciones, funcionamiento, responsabilidades, competencias e incorpora cambios en la estructura del Ejecutivo para viabilizar la aplicación de la Constitución Política del Estado.

Que el Artículo 79 del Decreto Supremo N° 29894 establece dentro la estructura organizacional del Ministerio de Justicia al Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, y el Artículo 84 de la precitada norma determine las atribuciones del mencionado Viceministerio, en el marco de las competencias asignadas al nivel central por la Constitución Política del Estado.

Que los derechos del consumidor en estas últimas dos décadas en Bolivia han sido desprotegidas por parte del Estado, habiendo causado graves e irreparables perjuicios a los consumidores en general. Ese abandono obedecía a la ideología neoliberal de empobrecer a los sectores populares de la sociedad civil.

Que el presente Decreto Supremo busca reivindicar ese olvido, ofreciendo una tutela adecuada a los intereses de todos los consumidores en general.

Que la Constitución Política del Estado incluye las necesidades de la sociedad civil de contar con un nuevo marco regulatorio que los proteja, garantice sus derechos fundamentales, dignifique la vida y subordine el bienestar individual al social.

EN CONSEJO DE MINISTROS,

DECRETA:

ARTICULO 1.- (OBJETO). El presente Decreto Supremo tiene por objeto normar la defensa, la protección efectiva y la promoción de los derechos de las consumidoras, consumidores, usuarias y usuarios, así como establecer los procedimientos Para la admisión, gestión y seguimiento de las denuncias per incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicios y suministro de productos tanto del sector regulado, como del no regulado, con la finalidad de contribuir al Vivir Bien.

ARTÍCULO 2.- (AMBITO DE APLICACION) El presente Decreto Supremo es de aplicación en todo el territorio del Estado Plurinacional y alcanza a las personas naturales, jurídicas, privadas, comunitarias, pública, mixtas y otras que realicen actividades de producción, importación y/o comercialización de bienes y servicios destinados a consumidores o usuarios, sin perjuicio de las acciones en defensa del usuario y del consumidor que sean establecidas por los gobiernos departamentales y municipales.

Artículo 3.- (USUARIO Y CONSUMIDOR). Son consumidores y/o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes, muebles o inmuebles,

productos, servicios y/o actividades, sea de naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes lo producen, facilitan, suministran o expiden.

ARTÍCULO 4.- (DERECHOS DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR). Son derechos básicos de los usuarios y/o consumidores:

- a) Derecho a la libre elección del producto o servicio, en el marco de la normativa vigente Para cada actividad.
- b) Derecho a recibir la tutela efectiva del Estado en el uso y consumo de productos y servicios.
- c) Derecho a la información veraz y oportuna sobre los productos y servicios ofrecidos, precio, condiciones y otras características relevantes de los mismos.
- d) Derecho a recibir educación para un consumo y/o uso responsable.
- e) Derecho a conformar y participar en organizaciones sociales de defensa de los derechos de los usuarios y consumidores.
- f) Derecho a no ser discriminada o discriminado arbitrariamente por parte de los proveedores o servidores de bienes y servicios.
- g) Derecho a recibir los servicios y productos en los términos, plazos, condiciones, modalidades y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos.
- h) Derecho a la devolución, reparación y resarcimiento del derecho infringido de manera pronta y oportuna.

Los derechos establecidos por el presente Decreto Supremo son irrenunciables.

ARTÍCULO 5.- (PROPUESTAS NORMATIVAS Y DE REGULACION). El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, dependiente del Ministerio de Justicia, con participación de las organizaciones de proveedores de servicios y productos y de las organizaciones de usuarios y consumidores planteará propuestas normativas y de regulación para mejorar la calidad, cantidad, precio, inocuidad, oportunidad y otros en la prestación de servicios y suministro de productos.

ARTÍCULO 6.- (ACCESO A LA INFORMACION).

I. Las instituciones públicas y privadas vinculadas al suministro de productos y prestación de servicios al consumidor y/o usuario, en el marco de las disposiciones legales vigentes, deben facilitar a las autoridades y funcionarios del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, el acceso a la información y la verificación de las instalaciones donde se producen bienes y servicios, en el marco de lo establecido en el Artículo 130 parágrafo I de la Constitución Política del Estado.

II. Las personas naturales o jurídicas que suministren bienes y presten servicios, a solicitud del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, facilitaran la información y/o verificación solicitada en el plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas.

ARTÍCULO 7.- (LEGITIMACIÓN). A los fines del presente Decreto Supremo, están legitimadas para

presentar denuncias en contra de las empresas y personas que suministran productos y prestan servicios, tanto del sector regulado como del no regulado, cualquier persona consumidor o usuario, organizaciones de defensa de consumidores y usuarios y el Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor.

ARTÍCULO 8.- (DENUNCIAS CONCURRENTES). El derecho del usuario y/o consumidor de denunciar o reclamar ante dependencias del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, es independiente de la denuncia o reclamo que se presente ante las oficinas de las entidades que suministran productos y/o servicios.

ARTÍCULO 9.- (REPORTE DE INFORMACION). En el marco de Los derechos del usuario y consumidor y de los deberes de las entidades que suministran productos y prestan servicios, las entidades reguladoras reportan de forma trimestral al Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, información estadística relativa a denuncias recibidas y casos solucionados.

ARTÍCULO 10.- (INCUMPLIMIENTO).

I. El incumplimiento por parte del proveedor y/o servidor, salvo caso fortuito o fuerza mayor, faculta al usuario o consumidor a exigir el cumplimiento de la prestación, recibir una prestación equivalente o exigir la restitución de lo pagado y la reparación integral de la vulneración del derecho del usuario.

II. En caso de evidenciarse la comisión de delitos, los obrados serán remitidos al Ministerio Público para el procesamiento penal correspondiente.

ARTÍCULO 11.- (SANCIONES). El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, a tiempo de presentar las denuncias, podrá interponer acciones legales ante la autoridad competente la aplicación de las sanciones establecidas en la normativa vigente.

ARTÍCULO 12.- (ATRIBUCIONES DEL VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR). Las atribuciones del Viceministerio de Defensa de Los Derechos del Usuario y del Consumidor, en el marco de las competencias asignadas al nivel central por la Constitución Política del Estado, son las siguientes:

a) Las establecidas en el Artículo 84 del Decreto Supremo N° 29894 de 7 de febrero del 2009. Organización del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional.

b) Recibir denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones, en contra de proveedores que suministran productos y/o prestan servicios.

c) Solicitar información a las y los proveedores que suministran productos y/o prestan servicios.

d) Verificar en el lugar de los hechos, los extremos de la denuncia.

e) Realizar el seguimiento y monitoreo de los casos denunciados por usuarios y consumidores ante las entidades reguladoras y otras autoridades competentes en el sector no regulado, hasta lograr la solución del problema planteado.

f) Representar al usuario y consumidor en la defensa de sus derechos ante las entidades reguladoras y autoridades competentes en el sector no regulado, previo consentimiento

manifestado en forma escrita exento de formalidades, en los casos seleccionados por el Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, en base a los criterios de selección establecidos mediante disposición normativa interna.

g) Supervigilar que las entidades del sector público, personas jurídicas privadas y personas naturales que prestan servicios públicos o suministran alimentos fármacos y otros productos a la población garanticen la exhibición de bandas de precios a los usuarios y consumidores.

h) Denunciar ante autoridades competentes la emisión de delitos de acto y especulación de precios.

i) Promover la formación de organizaciones de defensa del usuario y del consumidor.

j) Promover a las proveedoras de servicios y productores de bienes de consumo a que adopten estrictas normas éticas de conducta.

k) Coordinar con las autoridades competentes la adopción de medidas urgentes para atender la emergencia y evitar perjuicios a los usuarios y consumidores, en casos que impliquen riesgos para la continuidad o regularidad en la prestación de servicios públicos o suministro de alimentos, fármacos y otros indispensables para la población.

ARTÍCULO 13.- (COMPETENCIA). Las atribuciones del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, establecidas en el presente Decreto Supremo, serán ejercidas sin perjuicio de las atribuciones que tienen el Defensor del Pueblo y los Gobiernos Municipales.

ARTICULO 14.- (FINANCIAMIENTO Y COORDINACION).

I. El Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, en función a la disponibilidad de recursos, otorgara el presupuesto necesario para el funcionamiento adecuado de los Centros de Atención al Usuario y al Consumidor en las diferentes capitales de departamento.

II. El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor podrá suscribir convenios con otras entidades públicas sub nacionales para la implementación de dichos centros y otros aspectos inherentes a la presente norma.

DISPOSICIONES FINALES

DISPOSICIÓN FINAL ÚNICA.- El Ministerio de Justicia, a través del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, reglamentará los procedimientos internos de los centros de atención de denuncias establecidas en el presente Decreto Supremo, en el plazo de treinta (30) días computables a partir de la publicación del presente Decreto Supremo.

DISPOSICIONES ABROGATORIAS Y DEROGATORIAS

Se abrogan y derogan todas las disposiciones contrarias al presente Decreto Supremo.

Los señores Ministros de Estado, en sus respectivos Despachos, quedan encargados de la ejecución y cumplimiento del presente Decreto Supremo.

Es dado en el Lago Titicaca a los tres días del mes de abril del año dos mil nueve.

FDO. EVO MORALES AYMA, David Choquehuanca Céspedes, Juan Ramón Quintana Taborga, Nardy Suño Iturry, Carlos Romero Bonifaz, Alfredo Octavio Rada Velez, Walker Sixto San Miguel Rodríguez, Hector E. Arce Zaconeta, Noel Ricardo Aguirre Ledezrna, Luis Alberto Arce Catacora, O9car Coca Antezana, Patricia A. Ballivian Estenssoro, Walter Juvenal Delgadillo Terceros, Luis Alberto Echazu Alvarado, Celima Tórrico Rojas, Calixto Chipana Callizaya, Jorge Ramiro Tapia Saint, Rene Gonzalo Orellana Halkyer, Roberto Iván Aguilar Gómez, Julia D. Ramos Sanchez, Pablo Cesar Groux Cancdo.

RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 68/09
LA PAZ, 30 DE ABRIL DE 2009

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Que, el Decreto Supremo N° 29894 de Organización del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional, establece las normas que regulan la organización, atribuciones, funcionamiento, responsabilidades y competencias del Órgano Ejecutivo. El Capítulo XIV del Título III de la citada normativa, establece la estructura y del Ministerio de Justicia y de sus Viceministerios: de Justicia y Derechos Fundamentales; de Justicia Indígena Originario Campesina; de Igualdad de Oportunidades y; de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor.

Que, en fecha 3 de abril de 2009 se aprueba el Decreto Supremo N° 0065, con el objeto de normar la defensa, la protección efectiva y la promoción de los derechos de las consumidoras, consumidores, usuarias y usuarios, así como establecer los procedimientos para la admisión, gestión y seguimiento de las denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicios y suministro de productos, tanto del sector regulado, como del no regulado, con la finalidad de contribuir al Vivir Bien.

Que la Disposición Final Única del Decreto Supremo N° 0065 de 3 de abril de 2009 señalada que el Ministerio de Justicia, a través del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, reglamentará los procedimientos internos de los centros de atención de denuncias, en el plazo de treinta (30) días computables a partir de la publicación de la referida norma.

Que, la protección y defensa del consumidor es considerada hoy en día como una de las políticas esenciales de la presente gestión de gobierno, que busca la equidad y relaciones justas entre sus ciudadanos.

Que, los consumidores y usuarios y los proveedores de los servicios públicos y privados se encuentran en una situación cuyo equilibrio está lejos de ser el ideal.

Que, el Viceministerio de los derechos del usuario y Consumidor en el Marco del eficiente ejercicio de sus competencias, debe establecer un verdadero marco legal capaz de establecer principios, disposiciones generales y procedimientos de atención y gestión de reclamos para la efectiva protección y

defensa de las personas, en su rol económico y social como consumidores y usuarios.

POR TANTO

La Ministra de Justicia, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 14 y Artículo 80 del decreto Supremo N° 29894 de fecha 07 de febrero de 2009, de estructura Organizativa del Órgano Ejecutivo del estado Plurinacional.

RESUELVE

ARTÍCULO UNICO.- Aprobar el “Reglamento de Procedimientos de Atención y Gestión de Reclamos del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor “en sus veintiséis (26) artículos, conforme a anexo adjunto y que forma parte indivisible de la presente Resolución Ministerial.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

Estado Plurinacional de Bolivia Ministerio de Justicia
**REGLAMENTO DE PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS DEL
VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y CONSUMIDOR
(REGLAMENTO AL DECRETO SUPREMO N° 0065
DE 03 DE ABRIL DE 2009)**

**CAPÍTULO I
GENERALIDADES Y PRINCIPIOS**

Artículo 1. (OBJETO).- La presente Resolución Ministerial tiene por objeto reglamentar el Decreto Supremo N° 0065 de 03 de abril de 2009 estableciendo el marco normativo general de protección y los procedimientos de atención y gestión de reclamos presentados ante las oficinas del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor (VMDDUC) por incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicios y suministro de productos, tanto del sector regulado como del no regulado.

Artículo 2. (AMBITO DE APLICACIÓN). El ámbito de aplicación del presente Reglamento comprende a los proveedores, usuarios y consumidores de bienes y/o servicios.

Las disposiciones del presente Reglamento son de cumplimiento obligatorio para los sujetos de la norma. Se prohíbe pacto de ineficacia de cualquiera de sus disposiciones mediante acuerdo privado.

Artículo 3. (CRITERIOS DE APLICACION).- La aplicación de las disposiciones del presente Reglamento deberá considerar los siguientes criterios a) La satisfacción de las necesidades legítimas de los consumidores, dentro del ámbito de la provisión de bienes y servicios ; y, b) El fomento del acceso de las personas al uso y disfrute de los bienes y servicios, así como de la libertad de elección de los mismos. c) En caso de duda sobre el sentido de las disposiciones del presente Reglamento, la interpretación debe ser realizada a favor de los consumidores.

Artículo 4. (PRINCIPIOS). - La gestión de reclamos se sujetará a los siguientes principios, sin perjuicio de otros establecidos en el ordenamiento jurídico nacional que beneficien a consumidoras, consumidores, usuarias y usuarios: ☐ **Principio de verdad material:** Los funcionarios de los Centros de Atención del VMDDUC investigarán la verdad material en oposición a la verdad formal; ☐ **Principio de buena fe objetiva:** En la gestión de los reclamos se presume el principio de buena fe. La gestión se desarrollará en el marco de la cooperación y la lealtad en la actuación de los funcionarios, de las personas reclamantes y de los proveedores de bienes y servicios; ☐ **Principio de imparcialidad:** Los funcionarios y autoridades administrativas actuarán en defensa del interés general, evitando todo género de discriminación o diferencia entre los usuarios o consumidores; ☐ **Principio de eficacia:** Toda gestión de reclamos debe lograr su finalidad, evitando dilaciones indebidas; ☐ **Principio de economía, simplicidad y celeridad:** En la gestión de reclamos se evitará la realización de trámites, formalismos o diligencias innecesarias; ☐ **Principio de informalismo:** El incumplimiento de exigencias formales, no esenciales por parte del reclamante, que puedan ser cumplidas posteriormente, podrán ser excusadas y ello no interrumpirá la gestión; ☐ **Principio de gratuidad:** La presentación y gestión de reclamos es gratuita, quedando expresamente prohibido cualquier cobro por este concepto; ☐ **Principio de la inversión de la carga de la prueba:** En la gestión de los reclamos, del sector no regulado, el proveedor de bienes y servicios es quien debe presentar las pruebas necesarias para desvirtuar el reclamo planteado, y; ☐ **Principio de resultados:** Los funcionarios deben cumplir sus funciones para el cumplimiento de los objetivos planificados y la satisfacción de las necesidades de la población. **Artículo 5. (DEFINICIONES).** - A efectos de la aplicación del presente reglamento, se entenderá por: ☐ **Consumidor o usuario:** Toda persona física o jurídica que adquiere, utilice o disfrute como destinatario final, productos, servicios y/o

actividades, sea de naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes lo producen, facilitan, suministran o expiden. ☐ **Proveedor:** Toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera que en forma periódica o habitual, produzca, fabrique, acondicione, manipule, facilite, prepare, distribuya, almacene, done o venda producto o brinde o preste servicios en el mercado. ☐ **Producto:** Cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, objeto de un acto jurídico entre proveedores y consumidores. ☐ **Servicio:** Cualquier actividad económica ofrecida por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que satisface directa o indirectamente las necesidades del consumidor. ☐ **Reclamante:** A los efectos del presente Reglamento, se entenderá como reclamante a la persona que en su calidad de usuaria, usuario,

consumidor o consumidora, presenta un reclamo o denuncia en los Centros de Atención del VMDDUC. **¶ Derechos del reclamante:** Por el cual se entiende que el reclamante tiene derecho a la compensación justa, a la reparación, a la devolución, al resarcimiento del daño causado, al cumplimiento forzoso de la obligación y al pago de daños y perjuicio. **¶ VMDDUC:** Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor. **Artículo 6. (LEGITIMACIÓN).** – I.- Cualquier persona, en su calidad de consumidora o consumidor, usuaria o usuario, o un tercero en su representación, puede presentar reclamos o denuncias por deficiencia en la prestación de servicios o suministro de bienes.

II.- El VMDDUC podrá presentar denuncias y reclamos ante personas naturales o jurídicas y autoridades competentes, cuando se presenten casos de vulneración de los derechos del Usuario y Consumidor establecidos en la Constitución Política del Estado Plurinacional y el Decreto Supremo N° 0065 de 3 de abril de 2009.

III.- El VMDDUC podrá ejercer la representación de usuarios y consumidores en la defensa de sus derechos ante las entidades reguladoras y autoridades competentes en el sector no regulado y previo consentimiento manifestado por el usuario o consumidor de forma escrita, sin ser necesarias otras formalidades.

IV.- Las organizaciones sociales de defensa del usuario y del consumidor legalmente constituidas, podrán intervenir en calidad de parte ante el VMDDUC, en el trámite de reclamos relacionados con la finalidad de la institución. Una vez admitida su participación, podrán aportar con pruebas que coadyuven a la resolución del caso.

CAPITULO II

PROCEDIMIENTO DE RECLAMACION

Artículo 7. (PRESENTACION DE RECLAMOS). – El usuario o consumidor o un tercero por él, podrá presentar reclamos en los Centros de Atención del VMDDUC, por el suministro de productos o prestación de servicios; o cuando considere que la solución planteada por el proveedor del bien o servicio no es adecuada.

Artículo 8. (REQUISITOS). I. El usuario o consumidor o su representante podrá presentar su reclamo ante el VMDDUC por cualquier medio, en forma oportuna, debiendo el reclamante identificarse a través de la presentación de Cédula de Identidad, Pasaporte u otro documento equivalente.

II.- En caso que el reclamo se haya realizado de manera verbal, el servidor público elaborará un acta con la transcripción del reclamo.

III.- Si el reclamo se realiza por teléfono, el funcionario encargado deberá proporcionar al reclamante un número de registro, para que éste pueda efectuar el seguimiento correspondiente al reclamo.

IV.- El usuario o consumidor podrá acompañar las pruebas documentales que fundamenten su reclamo y podrá complementar las restantes en el curso del trámite.

V.- No es necesaria la presencia o el patrocinio de un profesional abogado para la presentación de reclamos.

Artículo 9. (RESERVA DE IDENTIDAD). - A solicitud expresa del reclamante y previa valoración, el VDDUC podrá disponer la reserva de su identidad. Esta reserva sólo podrá ser levantada por decisión expresa del reclamante.

Artículo 10. (REGISTRO DE RECLAMOS). – I. El funcionario del Centro de Atención deberá registrar en el formulario los siguientes datos:

- a) Nombre y apellido del usuario o consumidor reclamante y en su caso, de su representante.
- b) Número de documento de identidad.
- c) Forma de presentación del reclamo (verbal o escrito).
- d) Lugar y fecha del registro.
- e) Domicilio del usuario o consumidor y en su caso, de su representante.
- f) Número telefónico o número de contacto del usuario o consumidor reclamante.

- g) Persona (natural o jurídica) contra la que se dirige el reclamo.
- h) Descripción del problema que origina el reclamo.
- i) Información estadística de interés (sexo, estado civil, edad, lugar de nacimiento, tipo de vivienda, nivel de instrucción, acceso a servicios básicos y otros).
- j) Otra información que el funcionario considere pertinente para gestionar y solucionar el reclamo.

II.- Si el reclamo es presentado en forma verbal, se levantará un acta circunstanciada, misma que deberá ser suscrita por el reclamante o su representante y el funcionario responsable. Se deberá entregar una copia del acta levantada al reclamante.

III.- Una vez recibido y registrado el reclamo y en función a los antecedentes del caso, el VMDDUC determinará la admisión, rechazo o la orientación jurídica del reclamante.

Artículo 11. (ADMISIÓN DEL RECLAMO). - I. Cuando el reclamo se encuentre dentro de las competencias establecidas para el VMDDUC, inmediatamente se admitirá el reclamo, con el objetivo de gestionar a una solución del problema planteado.

II.- Cuando existan imprecisiones en la procedencia del reclamo presentado, el plazo de admisión podrá extenderse hasta tres (3) días hábiles, plazo dentro del cual se deberá comunicar al usuario o consumidor si su reclamo fue admitido o rechazado.

Artículo 12. (GESTIÓN DEL RECLAMO). - Los reclamos admitidos deberán gestionarse a través de cualquiera de las acciones siguientes:

a) Establecer canales de comunicación y mecanismos de mediación directa con el proveedor vía teléfono o a través del apersonamiento en los lugares donde se fabrican, producen o suministran bienes o se prestan los servicios, con el objetivo de llegar a solucionar el problema planteado de forma más ágil y efectiva.

b) Efectuar verificaciones en el lugar en donde se proveen los servicios, se producen los bienes u otros que se consideren necesarios, para verificar los extremos o hechos planteados en la denuncia o reclamo. Se deberá levantar un acta circunstanciada de las actuaciones realizadas, suscrita por el funcionario responsable de la verificación, el reclamante si asistiera a la verificación y el proveedor de bienes o servicios denunciado.

c) Solicitar la declaratoria en comisión de personal técnico dependiente de otras entidades públicas que coadyuven a la gestión y solución del reclamo.

Artículo 13. (ETAPA DE CONCILIACION). - Se podrá convocar a audiencias de mediación entre el reclamante y el proveedor con el fin de arribar a una solución de forma amistosa.

Artículo 14. (REQUERIMIENTOS DE INFORMACION). - A efectos de averiguar fehacientemente la verdad material de los hechos, el VMDDUC podrá requerir a los proveedores, fabricantes, comercializadores y prestadores de bienes y servicios o inclusive a entidades u órganos administrativos, que de forma verbal o escrita, proporcionen la información que considere necesaria.

Artículo 15. (REQUERIMIENTO DE INFORME ESCRITO).- I.- El requerimiento de informe escrito podrá dirigirse al proveedor de bienes o servicios contra quien se cursó el reclamo, a otras personas que puedan aportar al esclarecimiento del caso, o inclusive a entidades u órganos administrativos que tengan información, documentos, registros u otros expedientes que cursen en sus reparticiones, bajo las responsabilidades que correspondan en caso de incumplimiento.

II.- El requerimiento de informe escrito contendrá la relación de los hechos que dieron lugar al reclamo, la solicitud de la emisión de un informe explicativo y el pedido de envío de documentación respaldatoria.

III.- El plazo máximo para la emisión del informe escrito requerido es de cinco (5) días hábiles, computables a partir de la fecha de recepción del requerimiento.

IV.- De ser necesario, el funcionario encargado podrá requerir la ampliación y complementación de los informes remitidos, cuando la información proporcionada sea insuficiente.

Artículo 16. (REQUERIMIENTO DE INFORME VERBAL). – I. Durante la gestión del reclamo, al proveedor de bienes o servicios denunciado, a otras personas que puedan aportar datos adicionales o inclusive a funcionarios de entidades u órganos administrativos que tengan información, documentos, registros u otros expedientes que cursen en sus reparticiones, bajo las responsabilidades que correspondan en caso de incumplimiento.

II. En caso de ser necesario, el funcionario podrá solicitar al proveedor de bienes o servicios la ratificación del informe brindado verbalmente, en medio escrito. El plazo para la remisión del informe requerido, es de cinco (5) días hábiles.

Artículo 17. (PLAZO DE GESTIÓN). La gestión de los reclamos deberá realizarse en el plazo máximo de 30 días calendario a partir de la notificación con la admisión de reclamo, dependiendo de la magnitud, complejidad y vulnerabilidad de cada caso.

Artículo 18. (FINALIZACIÓN DE LA GESTIÓN DEL RECLAMO).- I. El funcionario encargado del reclamo, una vez efectuadas las acciones señaladas en los Artículos precedentes, podrá determinar la finalización de la gestión del reclamo, cuando:

- a) Las partes hayan llegado a un acuerdo.
- b) Se haya enmendado o reparado la vulneración a los derechos del Usuario y Consumidor.
- c) Cuando se haya brindado la orientación correspondiente y el reclamo se remita a otras instancias competentes para su atención.
- d) Cuando el usuario o consumidor retire de forma escrita el reclamo presentado.

II.- Una vez resuelto el reclamo, el funcionario encargado deberá elevar un informe escrito circunstanciado y fundamentado dirigido al Viceministerio de su superior jerárquico.

Artículo 19. (RECHAZO DEL RECLAMO). - Se procederá al rechazo del reclamo planteado, de forma fundamentada, en los siguientes casos:

- a) Cuando sean anónimas.
- b) Cuando se advierta mala fe.
- c) Falta de competencias, atribuciones o facultades por parte del VDDUC.
- d) Inexistencia de fundamentos reales para sustentar el reclamo.
- e) Cuando haya transcurrido mas de seis (6) meses de sucedido el hecho reclamado.

CAPÍTULO III

OTRAS DISPOSICIONES

Artículo 20. (ORIENTACION Y REMISIÓN). - Cuando los reclamos presentados por usuarios y consumidores correspondan a la competencia de otras entidades públicas, el funcionario del centro de Atención remitirá el reclamo a la instancia competente, debiendo prestar la adecuada orientación al usuario o consumidor reclamante sobre la normativa y los procedimientos, indicando específicamente la instancia a la que el reclamante debe recurrir. **Artículo 21.**

(CONCURRENCIA DE RECLAMOS). – Las usuarias, usuarios, consumidoras y consumidores podrán presentar sus reclamos en los Centros de Atención dependientes del VMDDUC a nivel nacional, sin perjuicio de presentar los reclamos o denuncias ante las personas naturales o jurídicas que suministran productos o servicios. Cuando el reclamo se haya presentado ante el proveedor el bien o servicio y al mismo tiempo ante el Centro de Atención del VMDDUC, el funcionario responsable deberá, con carácter previo, realizar el seguimiento del reclamo formulado ante el proveedor y procurar la solución del problema en aquella instancia. En caso de no arribar a una solución, el reclamo se admitirá para su gestión inmediatamente. **Artículo**

22. (SEGUIMIENTO Y MONITOREO). - A petición de usuarios y consumidores, el Viceministerio de Defensa de los Derechos del usuario y del Consumidor podrá efectuar el seguimiento y monitoreo a reclamos presentados ante los proveedores de bienes y servicios, ante instancias reguladoras y otras autoridades competentes en el sector no regulado, a efectos de verificar el cumplimiento de normativas referidas a procedimientos y plazos en la atención de dichos reclamos.

Artículo 23.- (RESOLUCIÓN DEL RECLAMO).- I. Cuando los reclamos presentados hayan sido tramitados y no se haya podido llegar a una solución del problema o no se haya respondido a las gestiones realizadas por el VMDDUC, continuando en consecuencia la vulneración de los derechos del usuario o consumidor reclamante, el servidor público, mediante informe justificado recomendará al Viceministro de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, la toma de acciones legales y/o Recursos Constitucionales pertinentes o en su tomar acciones diferentes a las ya asumidas, en procura de la reparación del derecho vulnerado.

II.- El informe deberá notificarse al usuario o consumidor reclamante que presentó su reclamo.

Artículo 24.- (INFORMACION ESTADISTICA). - El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor (VMDDUC) publicará bimestralmente en su sitio web institucional, información estadística de las personas naturales o jurídicas que vulneren de derechos del usuario y consumidor.

Artículo 25. (COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL). - El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor (VMDDUC) podrá coordinar acciones con las entidades y autoridades competentes para realizar verificaciones a centros de expendio de alimentos, elaboración, fabricación o suministro de bienes y productos y prestación de servicios, con el objetivo de verificar el cumplimiento de las normas que resulten aplicables y el respeto a los derechos del usuario y del consumidor.

Artículo 26. (AUXILIO). - Para el cumplimiento de sus atribuciones, el Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor (VMDDUC) podrá requerir el auxilio correspondiente a autoridades administrativas, fiscales y policiales.

LEY DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS EN ESPAÑA **LEY 26/1984, DE 19 JULIO**

EXPOSICION DE MOTIVOS

El artículo 51 de la Constitución de 27 de diciembre de 1978 (RCL 1978\2836) establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. Asimismo promoverán su información y educación, fomentarán sus organizaciones y las oirán en las cuestiones que puedan afectarles.

Con el fin de dar cumplimiento al citado mandato constitucional, la presente Ley, para cuya redacción se han contemplado los principios y directrices vigentes en esta materia en la Comunidad Económica Europea, aspira a dotar a los consumidores y usuarios de un instrumento legal de protección y defensa, que no excluye ni suplanta otras actuaciones y desarrollos normativos derivados de ámbitos competenciales cercanos o conexos, tales como la legislación mercantil, penal o procesal y las normas sobre seguridad industrial, higiene y salud pública, ordenación de la producción y comercio interior.

Los objetivos de la ley se concretan en:

1. Establecer, sobre bases firmes y directas, los procedimientos eficaces para la defensa de los consumidores y usuarios.
2. Disponer del marco legal adecuado para favorecer un desarrollo óptimo del movimiento asociativo en este campo.
3. Declarar los principios, criterios, obligaciones y derechos que configuran la defensa de los consumidores y usuarios y que, en el ámbito de sus competencias, habrán de ser tenidos en cuenta por los poderes públicos en las actuaciones y desarrollos normativos futuros en el marco de la doctrina sentada por el Tribunal Constitucional.

CAPITULO I

Ámbito de aplicación y derechos de los consumidores

Artículo 1.

1. En desarrollo del artículo 51.1 y 2 de la Constitución (RCL 1978\2836), esta Ley tiene por objeto la defensa de los consumidores y usuarios, lo que, de acuerdo con el artículo 53.3 de la misma, tiene el carácter de principio general informador del ordenamiento jurídico.

En todo caso la defensa de los consumidores y usuarios se hará en el marco del sistema económico diseñado en los artículos 38 y 128 de la Constitución y con sujeción a lo establecido en el artículo 139.

2. A los efectos de esta Ley, son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden.

3. No tendrán la consideración de consumidores o usuarios quienes sin constituirse en destinatarios finales, adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios, con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

Artículo 2.

1. Son derechos básicos de los consumidores y usuarios:

- a) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.
- b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- c) La indemnización o reparación de los daños y perjuicios sufridos.
- d) La información correcta sobre los diferentes productos o servicios y la educación y divulgación, para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
- e) La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, todo

ello a través de las asociaciones, agrupaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.

f) La protección jurídica, administrativa y técnica en las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.

2. Los derechos de los consumidores y usuarios serán protegidos prioritariamente cuando guarden relación directa con productos o servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado.

3. La renuncia previa de los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores y usuarios en la adquisición y utilización de bienes o servicios es nula.

Asimismo son nulos los actos realizados en fraude de esta Ley, de conformidad con el artículo 6 del Código Civil.

CAPITULO II

Protección de la salud y seguridad

Artículo 3.

1. Los productos, actividades y servicios puestos en el mercado a disposición de los consumidores o usuarios, no implicarán riesgos para su salud o seguridad, salvo los usual o reglamentariamente admitidos en condiciones normales y previsibles de utilización.

2. Con carácter general, los riesgos susceptibles de provenir de una utilización previsible de los bienes y servicios, habida cuenta de su naturaleza y de las personas a las que van destinados, deben ser puestos en conocimiento previo de los consumidores o usuarios por medios apropiados, conforme a lo indicado en el artículo 13 f).

Artículo 4.

1. Los reglamentos reguladores de los diferentes productos, actividades o servicios determinarán al menos:

a) Los conceptos, definiciones, naturaleza, características y clasificaciones.

b) Las condiciones y requisitos de las instalaciones y del personal cualificado que deba atenderlas.

c) Los procedimientos o tratamientos usuales de fabricación, distribución y comercialización, permitidos, sujetos a autorización previa o prohibida.

d) Las listas positivas de aditivos autorizadas y revisadas por el Ministerio de Sanidad y Consumo.

e) El etiquetado, presentación y publicidad.

f) Las condiciones y requisitos técnicos de distribución, almacenamiento, comercialización, suministro, importación y exportación, sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación arancelaria y en la reguladora del comercio exterior.

g) Los métodos oficiales de análisis, toma de muestras, control de calidad e inspección.

h) Las garantías, responsabilidades, infracciones y sanciones.

i) El régimen de autorización, registro y revisión.

2. Los fertilizantes, plaguicidas y todos los artículos que en su composición lleven sustancias tóxicas, cáusticas, corrosivas o abrasivas deberán ir envasados con las debidas garantías y llevar de forma visible las oportunas indicaciones que adviertan el riesgo de su manipulación.

3. Los extremos citados podrán ser objeto de codificación mediante normas comunes o generales, especialmente en materia de aditivos, productos tóxicos, material envasado, etiquetado, almacenaje, transporte y suministro, tomas de muestras, métodos de análisis, registro, inspección, responsabilidad y régimen sancionador.

Artículo 5.

1. Para la protección de la salud y seguridad física de los consumidores y usuarios se regulará la importación, producción, transformación, almacenamiento, transporte, distribución y uso de

los bienes y servicios, así como su control, vigilancia e inspección, en especial para los bienes de primera necesidad.

2. En todo caso, y como garantía de la salud y seguridad de las personas, se observará:

a) La prohibición de utilizar cualquier aditivo que no figure expresamente citado en las listas positivas autorizadas y publicadas por el Ministerio de Sanidad y Consumo, y siempre teniendo en cuenta la forma, límites y condiciones que allí se establezcan. Dichas listas serán permanentemente revisables por razones de salud pública o interés sanitario, sin que, por tanto, generen ningún tipo de derecho adquirido.

b) La prohibición de tener o almacenar productos reglamentariamente no permitidos o prohibidos, en los locales o instalaciones de producción, transformación, almacenamiento o transporte de alimentos o bebidas.

c) Las exigencias de control de los productos tóxicos o venenosos incluidos los resultantes de mezclas y otras manipulaciones industriales, de forma que pueda comprobarse con rapidez y eficacia su origen, distribución, destino y utilización.

d) La prohibición de venta a domicilio de bebidas y alimentos, sin perjuicio del reparto, distribución o suministro de los adquiridos o encargados por los consumidores en establecimientos comerciales autorizados para la venta al público. Reglamentariamente, se regulará el régimen de autorización de ventas directas a domicilio que vengán siendo tradicionalmente practicadas en determinadas zonas del territorio nacional.

e) El cumplimiento de la normativa que establezcan las Corporaciones Locales o, en su caso, las Comunidades Autónomas sobre los casos, modalidades y condiciones en que podrá efectuarse la venta ambulante de bebidas y alimentos.

f) La prohibición de venta o suministro de alimentos envasados, cuando no conste en los envases, etiquetas, rótulos, cierres o precintos, el número del Registro General Sanitario de Alimentos, en la forma obligatoriamente establecida.

g) La obligación de retirar o suspender, mediante procedimientos eficaces, cualquier producto o servicio que no se ajuste a las condiciones y requisitos exigidos o que, por cualquier otra causa, suponga un riesgo previsible para la salud o seguridad de las personas.

h) La prohibición de importar artículos que no cumplan lo establecido en la presente Ley y disposiciones que la desarrollen.

i) Las exigencias de control de los productos manufacturados susceptibles de afectar a la seguridad física de las personas, prestando a este respecto la debida atención a los servicios de reparación y mantenimiento.

j) La prohibición de utilizar en la construcción de viviendas y locales de uso público materiales y demás elementos susceptibles de generar riesgos para la salud y seguridad de las personas.

k) La obligación de que las especialidades farmacéuticas se presenten envasadas y cerradas por sistemas apropiados aportando en sus envases o prospectos información sobre composición, indicaciones y efectos adversos, modo de empleo y caducidad, de suerte que los profesionales sanitarios sean convenientemente informados y se garantice la seguridad, especialmente de la infancia, y se promueva la salud de los ciudadanos.

Artículo 6.

Los poderes públicos, directamente o en colaboración con las organizaciones de consumidores o usuarios, organizarán en el ámbito de sus competencias, campañas o actuaciones programadas de control de calidad, especialmente en relación con los siguientes productos y servicios:

a) Los de uso o consumo común, ordinario y generalizado.

b) Los que reflejen una mayor incidencia en los estudios estadísticos o epidemiológicos.

c) Los que sean objeto de reclamaciones o quejas, de las que razonablemente se deduzcan las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión a que se refiere el artículo 23 e).

d) Los que sean objeto de programas específicos de investigación.

e) Aquellos otros que, en razón de su régimen o proceso de producción y comercialización, puedan ser más fácilmente objeto de fraude o adulteración.

CAPITULO III

Protección de los intereses económicos y sociales

Artículo 7.

Los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios deberán ser respetados en los términos establecidos en esta Ley, aplicándose, además lo previsto en las normas civiles y mercantiles y en las que regulan el comercio exterior e interior y el régimen de autorización de cada producto o servicio.

Artículo 8.

1. La oferta, promoción y publicidad de los productos, actividades o servicios, se ajustarán a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad. Su contenido, las prestaciones propias de cada producto o servicio, y las condiciones y garantías ofrecidas, serán exigibles por los consumidores o usuarios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, si el contrato celebrado contuviese cláusulas más beneficiosas, éstas prevalecerán sobre el contenido de la oferta, promoción o publicidad.

3. La oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa de productos, actividades o servicios, será perseguida y sancionada como fraude. Las asociaciones de consumidores y usuarios, constituidas de acuerdo con lo establecido en esta Ley, estarán legitimadas para iniciar e intervenir en los procedimientos administrativos tendentes a hacerla cesar.

Artículo 9.

La utilización de concursos, sorteos, regalos, vales-premio o similares, como métodos vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados bienes, productos o servicios, será objeto de regulación específica, fijando los casos, forma, garantías y efectos correspondientes.

Artículo 10.

1. Las cláusulas, condiciones o estipulaciones que, con carácter general, se apliquen a la oferta, promoción o venta de productos o servicios, incluidos los que faciliten las Administraciones públicas y las Entidades y Empresas de ellas dependientes, deberán cumplir 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, deberá hacerse referencia expresa en el documento contractual.

b) Entrega, salvo renuncia del interesado, de recibo, justificante, copia o documento acreditativo de la operación, o, en su caso, de presupuesto, debidamente explicado.

c) Buena fe y justo equilibrio de las contraprestaciones lo que, entre otras cosas, excluye:

1º La omisión, en casos de pago diferido en contratos de compra-venta, de la cantidad aplazada, tipo de interés anual sobre saldos pendientes de amortización y las cláusulas que, de cualquier forma, faculten al vendedor a incrementar el precio aplazado del bien durante la vigencia del contrato.

2º Las cláusulas que otorguen a una de las partes la facultad de resolver discrecionalmente el contrato, excepto, en su caso, las reconocidas al comprador en las modalidades de venta por correo, a domicilio y por muestrario.

3º Las cláusulas abusivas, entendiéndose por tales las que perjudiquen de manera desproporcionada o no equitativa al consumidor, o comporten en el contrato una posición de

desequilibrio entre los derechos y las obligaciones de las partes en perjuicio de los consumidores o usuarios.

4º Condiciones abusivas de crédito.

5º Los incrementos de precio por servicio, accesorios, financiación, aplazamientos, recargos, indemnizaciones o penalizaciones que no correspondan a prestaciones adicionales, susceptibles de ser aceptados o rechazados en cada caso y expresados con la debida claridad y separación.

6º Las limitaciones absolutas de responsabilidad frente al consumidor o usuario y las relativas a utilidad o finalidad esencial del producto o servicio.

7º La repercusión sobre el consumidor o usuario de fallos, defectos o errores administrativos, bancarios o de domiciliación de pagos, que no le sean directamente imputables, así como el coste de los servicios que en su día y por un tiempo determinado se ofrecieron gratuitamente.

8º La inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor o usuario.

9º La negativa expresa al cumplimiento de las obligaciones o prestaciones propias del productor o suministrador, con reenvío automático a procedimientos administrativos o judiciales de reclamación.

10º La imposición de renunciaciones a los derechos del consumidor y usuario reconocidos en esta Ley.

11º En la primera venta de viviendas, la estipulación de que el comprador ha de cargar con los gastos derivados de la preparación de la titulación, que por su naturaleza correspondan al vendedor (obra nueva, propiedad horizontal, hipotecas para financiar su construcción o su división y cancelación).

12º La obligada adquisición de bienes o mercancías complementarias o accesorios no solicitados.

2. A los efectos de esta Ley se entiende por cláusulas, condiciones o estipulaciones de carácter general, el conjunto de las redactadas previa y unilateralmente por una Empresa o grupo de Empresas para aplicarlas a todos los contratos que aquélla o éste celebren, y cuya aplicación no puede evitar el consumidor o usuario, siempre que quiera obtener el bien o servicio de que se trate.

Las dudas en la interpretación se resolverán en contra de quien las haya redactado, prevaleciendo las cláusulas particulares sobre las condiciones generales, siempre que aquéllas sean más beneficiosas que éstas.

3. Las cláusulas, condiciones o estipulaciones que, con carácter general, utilicen las Empresas públicas o concesionarias de servicios públicos en régimen de monopolio, estarán sometidas a la aprobación y a la vigilancia y control de las Administraciones públicas competentes, con independencia de la consulta prevista en el artículo 22 de esta Ley. Todo ello, sin perjuicio de su sometimiento a las disposiciones generales de esta Ley.

4. Serán nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas las cláusulas, condiciones o estipulaciones que incumplan los anteriores requisitos.

No obstante, cuando las cláusulas subsistentes determinen una situación no equitativa de las posiciones de las partes en la relación contractual, será ineficaz el contrato mismo.

5. Los poderes públicos velarán por la exactitud en el peso y medida de los bienes y productos, la transparencia de los precios y las condiciones de los servicios postventa de los bienes duraderos.

Artículo 11.

1. El régimen de comprobación, reclamación, garantía y posibilidad de renuncia o devolución que se establezca en los contratos, deberá permitir que el consumidor o usuario se asegure de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del producto o servicio; pueda reclamar con eficacia en caso de error, defecto o deterioro; pueda hacer efectivas las garantías

de calidad o nivel de prestación, y obtener la devolución equitativa del precio de mercado del producto o servicio, total o parcialmente, en caso de incumplimiento.

2. En relación con los bienes de naturaleza duradera, el productor o suministrador deberá entregar una garantía que, formalizada por escrito, expresará necesariamente:

- a) El objeto sobre el que recaiga la garantía.
- b) El garante.
- c) El titular de la garantía.
- d) Los derechos del titular de la garantía.
- e) El plazo de duración de la garantía.

3. Durante el período de vigencia de la garantía, el titular de la misma tendrá derecho como mínimo a:

- a) La reparación totalmente gratuita de los vicios o defectos originarios y de los daños y perjuicios por ellos ocasionados.
- b) En los supuestos en que la reparación efectuada no fuera satisfactoria y el objeto no revistiese las condiciones óptimas para cumplir el uso a que estuviese destinado, el titular de la garantía tendrá derecho a la sustitución del objeto adquirido por otro de idénticas características o a la devolución del precio pagado.

4. Queda prohibido incrementar los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones y cargar por mano de obra, traslado o visita cantidades superiores a los costes medios estimados en cada sector, debiendo diferenciarse en la factura los distintos conceptos. La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público.

5. En los bienes de naturaleza duradera, el consumidor o usuario tendrá derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante un plazo determinado.

Artículo 12.

No se podrá hacer obligatoria la comparecencia personal del consumidor o usuario para realizar cobros, pagos o trámites similares.

CAPITULO IV

Derecho a la información

Artículo 13.

1. Los bienes, productos y, en su caso, los servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán incorporar, llevar consigo o permitir de forma cierta y objetiva una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales, y al menos sobre las siguientes:

- a) Origen, naturaleza, composición y finalidad.
- b) Aditivos autorizados que, en su caso, lleven incorporados.
- c) Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial, si la tienen.
- d) Precio completo o presupuesto, en su caso, y condiciones jurídicas y económicas de adquisición o utilización, indicando con claridad y de manera diferenciada el precio del producto o servicio y el importe de los incrementos o descuentos en su caso, y de los costes adicionales por servicios, accesorios, financiación, aplazamiento o similares.
- e) Fecha de producción o suministro, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.
- f) Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles.

2. Las exigencias concretas en esta materia se determinarán en los reglamentos de etiquetado, presentación y publicidad de los productos o servicios, en las reglamentaciones o normativas especiales aplicables en cada caso, para garantizar siempre el derecho de los consumidores y usuarios a una información cierta, eficaz, veraz y objetiva. En el caso de viviendas cuya primera transmisión se efectúe después de la entrada en vigor de esta Ley, se facilitará además al comprador una documentación completa suscrita por el vendedor, en la que se defina, en planta

a escala, la vivienda y el trazado de todas sus instalaciones, así como los materiales empleados en su construcción, en especial aquellos a los que el usuario no tenga acceso directo.

Artículo 14.

1. Las oficinas y servicios de información al consumidor o usuario tendrán las siguientes funciones:

- a) La información, ayuda y orientación a los consumidores y usuarios para el adecuado ejercicio de sus derechos.
- b) La indicación de las direcciones y principales funciones de otros centros, públicos o privados, de interés para el consumidor o usuario.
- c) La recepción, registro y acuse de recibo de quejas y reclamaciones de los consumidores o usuarios y su remisión a las Entidades u Organismos correspondientes.
- d) En general la atención, defensa y protección de los consumidores y usuarios, de acuerdo con lo establecido en esta Ley y disposiciones que la desarrollen.

2. Las oficinas de información de titularidad pública, sin perjuicio de las que verifiquen las organizaciones de consumidores y usuarios, podrán realizar tareas de educación y formación en materia de consumo y apoyar y servir de sede al sistema arbitral previsto en el artículo 31.

3. Queda prohibida toda forma de publicidad expresa o encubierta en las oficinas de información.

Artículo 15.

De acuerdo con su ámbito y su carácter general o especializado, las oficinas de información al consumidor o usuario de titularidad pública podrán recabar información directamente de los Organismos públicos.

Tendrán obligación de facilitar a los consumidores y usuarios, como mínimo los siguientes datos:

1. Referencia sobre autorización y registro de productos o servicios.
2. Productos o servicios que se encuentran suspendidos, retirados o prohibidos expresamente por su riesgo o peligrosidad para la salud o seguridad de las personas.
3. Sanciones firmes, impuestas por infracciones relacionadas con los derechos de los consumidores y usuarios. Esta información se facilitará en los casos, forma y plazos que reglamentariamente se establezca.
4. Regulación de precios y condiciones de los productos y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado.

Artículo 16.

1. Las oficinas de información al consumidor o usuario de titularidad pública podrán facilitar los resultados de los estudios, ensayos, análisis o controles de calidad realizados, conforme a las normas que reglamentariamente se determinen, en Centros públicos o privados oficialmente reconocidos, y dichos resultados podrán ser reproducidos en los medios de comunicación en los siguientes casos:

- a) Cuando, previa iniciativa de la Administración, exista conformidad expresa de la persona, Empresa o Entidad que suministra los correspondientes productos o servicios.
- b) Cuando dichos resultados hayan servido de base a los supuestos 2 y 3 del artículo 15.
- c) Cuando reflejen defectos o excesos que superen los índices o márgenes de tolerancia reglamentariamente establecidos y se haya facilitado su comprobación como garantía para los interesados o éstos hayan renunciado a la misma.
- d) Cuando reflejen datos sobre composición, calidad, presentación, etc., dentro de los índices o márgenes de tolerancia reglamentariamente establecidos.
- e) Cuando se trate de campañas o actuaciones programadas de control de calidad y se hagan constar sus condiciones de amplitud, extensión, precisión, comprobación y objetividad.

2. En los supuestos a que se refieren las letras a), c) y d) del apartado anterior, la Administración titular de la oficina de información al consumidor oirá, antes de autorizar la publicación de los resultados de los estudios, ensayos, análisis o controles de calidad, y por plazo de diez días, a los fabricantes o productores implicados.

Artículo 17.

Los medios de comunicación social de titularidad pública dedicarán espacios y programas, no publicitarios, a la información y educación de los consumidores o usuarios. En tales espacios y programas, de acuerdo con su contenido y finalidad, se facilitará el acceso o participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y demás grupos o sectores interesados, en la forma que reglamentariamente se determine por los poderes públicos competentes en la materia.

CAPITULO V

Derecho a la educación y formación en materia de consumo

Artículo 18.

1. La educación y formación de los consumidores y usuarios tendrá como objetivos:

- a) Promover la mayor libertad y racionalidad en el consumo de bienes y la utilización de servicios.
- b) Facilitar la comprensión y utilización de la información a que se refiere el Capítulo IV.
- c) Difundir el conocimiento de los derechos y deberes del consumidor o usuario y las formas más adecuadas para ejercerlos.
- d) Fomentar la prevención de riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de servicios.
- e) Adecuar las pautas de consumo a una utilización racional de los recursos naturales.
- f) Iniciar y potenciar la formación de los educadores en este campo.

2. Para la consecución de los objetivos previstos en el número anterior, el sistema educativo incorporará los contenidos en materia de consumo adecuados a la formación de los alumnos.

Artículo 19.

Se fomentará la formación continuada del personal de los Organismos, Corporaciones y Entidades, públicos y privados, relacionados con la aplicación de esta Ley, especialmente de quienes desarrollen funciones de ordenación, inspección, control de calidad e información.

CAPITULO VI

Derecho de representación, consulta y participación

Artículo 20.

1. Las Asociaciones de consumidores y usuarios se constituirán con arreglo a la Ley de Asociaciones (RCL 1964\2842) y tendrán como finalidad la defensa de los intereses, incluyendo la información y educación de los consumidores y usuarios, bien sea con carácter general, bien en relación con productos o servicios determinados; podrán ser declaradas de utilidad pública, integrarse en agrupaciones y federaciones de idénticos fines, percibir ayudas y subvenciones, representar a sus asociados y ejercer las correspondientes acciones en defensa de los mismos, de la asociación o de los intereses generales de los consumidores y usuarios, y disfrutarán del beneficio de justicia gratuita en los casos a que se refiere el artículo 2.2. Su organización y funcionamiento serán democráticos.

2. También se consideran Asociaciones de consumidores y usuarios las Entidades constituidas por consumidores con arreglo a la legislación cooperativa, entre cuyos fines figure, necesariamente la educación y formación de sus socios y estén obligados a constituir un fondo con tal objeto, según su legislación específica.

3. Para poder gozar de cualquier beneficio que les otorgue la presente Ley y disposiciones reglamentarias y concordantes deberán figurar inscritas en un libro registro, que se llevará en el Ministerio de Sanidad y Consumo, y reunir las condiciones y requisitos que reglamentariamente se establezcan para cada tipo de beneficio.

En la determinación reglamentaria de las condiciones y requisitos se tendrán en cuenta, entre otros, criterios de implantación territorial, número de asociados y programas de actividades a desarrollar.

Artículo 21.

No podrán disfrutar de los beneficios reconocidos en esta Ley las Asociaciones en que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- a) Incluir como asociados a personas jurídicas con ánimo de lucro.
- b) Percibir ayudas o subvenciones de las Empresas o agrupaciones de Empresas que suministran bienes, productos o servicios a los consumidores o usuarios.
- c) Realizar publicidad comercial o no meramente informativa de bienes, productos o servicios.
- d) Dedicarse a actividades distintas de la defensa de los intereses de los consumidores o usuarios, salvo lo previsto en el segundo párrafo del artículo anterior.
- e) Actuar con manifiesta temeridad, judicialmente apreciada.

Artículo 22.

1. Las Asociaciones de consumidores y usuarios serán oídas, en consulta, en el procedimiento de elaboración de las disposiciones de carácter general relativas a materias que afecten directamente a los consumidores o usuarios.

2. Será preceptiva su audiencia en los siguientes casos:

- a) Reglamentos de aplicación de esta Ley.
- b) Reglamentaciones sobre productos o servicios de uso y consumo.
- c) Ordenación del mercado interior y disciplina del mercado.
- d) Precios y tarifas de servicios, en cuanto afecten directamente a los consumidores o usuarios, y se encuentren legalmente sujetos a control de las Administraciones públicas.
- e) Condiciones generales de los contratos de Empresas que prestan servicios públicos en régimen de monopolio.
- f) En los casos en que una ley así lo establezca.

3. Las Asociaciones empresariales serán oídas en consulta en el procedimiento de elaboración de las disposiciones de carácter general relativas a materias que les afecten directamente.

Será preceptiva su audiencia en los supuestos contenidos en los apartados a), b), c) y f) del apartado anterior.

4. Se entenderá cumplido dicho trámite preceptivo de audiencia cuando las Asociaciones citadas se encuentren representadas en los órganos colegiados que participen en la elaboración de la disposición. En los demás casos, la notificación o comunicación se dirigirá a la federación o agrupación empresarial correspondiente y al Consejo a que se refiere el número siguiente.

5. Como órgano de representación y consulta a nivel nacional, el Gobierno determinará la composición y funciones de un Consejo, integrado por representantes de las Asociaciones a que se refiere el artículo 20.

6. La Administración fomentará la colaboración entre organizaciones de consumidores y de empresarios.

CAPITULO VII

Situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión

Artículo 23.

Los poderes públicos y, concretamente, los órganos y servicios de las Administraciones públicas competentes en materia de consumo, adoptarán o promoverán las medidas adecuadas para suplir o equilibrar las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en que pueda encontrarse, individual o colectivamente, el consumidor o usuario. Sin perjuicio de las que en cada caso procedan, se promoverán las siguientes:

- a) Organización y funcionamiento de las oficinas y servicios de información a que se refiere el artículo 14.

- b) Campañas de orientación del consumo, general o selectiva, dirigidas a las zonas geográficas o grupos sociales más afectados.
- c) Campañas o actuaciones programadas de control de calidad, con mención expresa de las personas, Empresas o Entidades que, previa y voluntariamente, se hayan incorporado.
- d) Análisis comparativo de los términos, condiciones, garantías, repuestos y servicios de mantenimiento o reparación de los bienes o servicios de consumo duradero, todo ello de acuerdo con la regulación correspondiente sobre práctica de tales análisis que garantice los derechos de las partes afectadas.
- e) Análisis de las reclamaciones o quejas y, en general, de todas aquellas actuaciones de personas o Entidades, públicas o privadas, que impliquen:
- 1º Obligaciones innecesarias o abusivas de cumplimentar impresos, verificar cálculos y aportar datos en beneficio exclusivo de la Entidad correspondiente.
 - 2º Trámites, documentos o mediaciones sin utilidad para el consumidor o usuario o a costes desproporcionados.
 - 3º Esperas, permanencias excesivas o circunstancias lesivas para la dignidad de las personas.
 - 4º Limitaciones abusivas de controles, garantías, repuestos o reparaciones.
 - 5º Dudas razonables sobre la calidad o idoneidad del producto o servicio.
 - 6º Otros supuestos similares.
- Los resultados de estos estudios o análisis podrán ser hechos públicos, conforme a lo establecido en el capítulo IV.
- f) Otorgamiento de premios, menciones o recompensas a las personas, Empresas o Entidades que se distingan en el respeto, defensa y ayuda al consumidor, faciliten los controles de calidad y eviten obligaciones, trámites y costes innecesarios.

Artículo 24.

En los supuestos más graves de ignorancia, negligencia o fraude que determinen una agresión indiscriminada a los consumidores o usuarios, el Gobierno podrá constituir un órgano excepcional que, con participación de representantes de las Comunidades Autónomas afectadas, asumirá, con carácter temporal, los poderes administrativos que se le encomienden para garantizar la salud y seguridad de las personas, sus intereses económicos, sociales y humanos, la reparación de los daños sufridos, la exigencia de responsabilidades y la publicación de los resultados.

CAPITULO VIII

Garantías y responsabilidades

Artículo 25.

El consumidor y el usuario tienen derecho a ser indemnizados por los daños y perjuicios demostrados que el consumo de bienes o la utilización de productos o servicios les irroguen salvo que aquellos daños y perjuicios estén causados por su culpa exclusiva o por la de las personas de las que deba responder civilmente.

Artículo 26.

Las acciones u omisiones de quienes producen, importan, suministran o facilitan productos o servicios a los consumidores o usuarios, determinantes de daños o perjuicios a los mismos, darán lugar a la responsabilidad de aquéllos, a menos que conste o se acredite que se han cumplido debidamente las exigencias y requisitos reglamentariamente establecidos y los demás cuidados y diligencias que exige la naturaleza del producto, servicio o actividad.

Artículo 27.

1. Con carácter general, y sin perjuicio de lo que resulte más favorable al consumidor o usuario, en virtud de otras disposiciones o acuerdos convencionales, regirán los siguientes criterios en materia de responsabilidad:

a) El fabricante, importador, vendedor o suministrador de productos o servicios a los consumidores o usuarios, responde del origen, identidad e idoneidad de los mismos, de acuerdo con su naturaleza y finalidad y con las normas que los regulan.

b) En el caso de productos a granel responde el tenedor de los mismos, sin perjuicio de que se pueda identificar y probar la responsabilidad del anterior tenedor o proveedor.

c) En el supuesto de productos envasados, etiquetados y cerrados con cierre íntegro, responde la firma o razón social que figure en su etiqueta, presentación o publicidad. Podrá eximirse de esa responsabilidad probando su falsificación o incorrecta manipulación por terceros, que serán los responsables.

2. Si a la producción de daños concurren varias personas, responderán solidariamente ante los perjudicados. El que pague al perjudicado tendrá derecho a repetir de los otros responsables, según su participación en la causación de los daños.

Artículo 28.

1. No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, se responderá de los daños originados en el correcto uso y consumo de bienes y servicios, cuando por su propia naturaleza o estar así reglamentariamente establecido, incluyan necesariamente la garantía de niveles determinados de pureza, eficacia o seguridad, en condiciones objetivas de determinación y supongan controles técnicos, profesionales o sistemáticos de calidad, hasta llegar en debidas condiciones al consumidor o usuario.

2. En todo caso, se consideran sometidos a este régimen de responsabilidad los productos alimenticios, los de higiene y limpieza, cosméticos, especialidades y productos farmacéuticos, servicios sanitarios, de gas y electricidad, electrodomésticos y ascensores, medios de transporte, vehículos a motor y juguetes y productos dirigidos a los niños.

3. Sin perjuicio de lo establecido en otras disposiciones legales, las responsabilidades derivadas de este artículo tendrán como límite la cuantía de 500 millones de pesetas. Esta cantidad deberá ser revisada y actualizada periódicamente por el Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios al consumo.

Artículo 29.

1. El consumidor o usuario tiene derecho a una compensación, sobre la cuantía de la indemnización, por los daños contractuales y extracontractuales durante el tiempo que transcurra desde la declaración judicial de responsabilidad hasta su pago efectivo.

2. Dicha compensación se determinará según lo establecido en la Ley de Enjuiciamiento Civil.

Artículo 30.

El Gobierno, previa audiencia de los sectores interesados y de las Asociaciones de consumidores y usuarios, adoptará las medidas o iniciativas necesarias para establecer un sistema obligatorio de seguro y fondo de garantía que cubran, para sectores determinados, los riesgos de intoxicación, lesión o muerte derivados del mal estado de los productos, servicios o actividades a que se refiere el artículo 28.

Artículo 31.

1. Previa audiencia de los sectores interesados y de las Asociaciones de consumidores y usuarios, el Gobierno establecerá un sistema arbitral que, sin formalidades especiales, atienda y resuelva con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes las quejas o reclamaciones de los consumidores o usuarios, siempre que no concorra intoxicación, lesión o muerte, ni existan indicios racionales de delito, todo ello sin perjuicio de la protección administrativa y de la judicial, de acuerdo con lo establecido en el artículo 24 de la Constitución (RCL 1978\2836).

2. El sometimiento de las partes al sistema arbitral será voluntario y deberá constar expresamente por escrito.

3. Los órganos de arbitraje estarán integrados por representantes de los sectores interesados, de las organizaciones de consumidores y usuarios y de las Administraciones públicas dentro del ámbito de sus competencias.

CAPITULO IX

Infracciones y sanciones

Artículo 32.

1. Las infracciones en materia de consumo serán objeto de las sanciones administrativas correspondientes, previa instrucción del oportuno expediente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir.

2. La instrucción de causa penal ante los Tribunales de Justicia suspenderá la tramitación del expediente administrativo sancionador que hubiera sido incoado por los mismos hechos, y en su caso la eficacia de los actos administrativos de imposición de sanción. Las medidas administrativas que hubieran sido adoptadas para salvaguardar la salud y seguridad de las personas se mantendrán en tanto la autoridad judicial se pronuncie sobre las mismas.

Artículo 33.

En ningún caso se producirá una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos, si bien deberán exigirse las demás responsabilidades que se deduzcan de otros hechos o infracciones concurrentes.

Artículo 34.

Se consideran infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios:

1. El incumplimiento de los requisitos, condiciones, obligaciones o prohibiciones de naturaleza sanitaria.

2. Las acciones u omisiones que produzcan riesgos o daños efectivos para la salud de los consumidores o usuarios, ya sea en forma consciente o deliberada, ya por abandono de la diligencia y precauciones exigibles a en la actividad, servicio o instalación de que se trate.

3. El incumplimiento o transgresión de los requerimientos previos que concretamente formulen las autoridades sanitarias para situaciones específicas, al objeto de evitar contaminaciones o circunstancias nocivas de otro tipo que puedan resultar gravemente perjudiciales para la salud pública.

4. La alteración, adulteración o fraude en bienes y servicios susceptibles de consumo por adición o sustracción de cualquier sustancia o elemento, alteración de su composición o calidad, incumplimiento de las condiciones que correspondan a su naturaleza o la garantía, arreglo o reparación de bienes duraderos y en general cualquier situación que induzca a engaño o confusión o que impida reconocer la verdadera naturaleza del producto o servicio.

5. El incumplimiento de las normas reguladoras de precios, la imposición injustificada de condiciones sobre prestaciones no solicitadas o cantidades mínimas o cualquier otro tipo de intervención o actuación ilícita que suponga un incremento de los precios o márgenes comerciales.

6. El incumplimiento de las normas relativas a registro, normalización o tipificación, etiquetado, envasado y publicidad de bienes y servicios.

7. El incumplimiento de las disposiciones sobre seguridad en cuanto afecten o puedan suponer un riesgo para el usuario o consumidor.

8. La obstrucción o negativa a suministrar datos o a facilitar las funciones de información, vigilancia o inspección.

9. En general, el incumplimiento de los requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidas en esta Ley y disposiciones que la desarrollen.

Artículo 35.

Las infracciones se calificarán como leves, graves y muy graves atendiendo a los criterios de riesgo para la salud, posición en el mercado del infractor, cuantía del beneficio obtenido, grado de intencionalidad, gravedad de la alteración social producida, generalización de la infracción y la reincidencia.

Artículo 36.

1. Las infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios serán sancionadas con multas de acuerdo con la siguiente graduación:

-Infracciones leves, hasta 500.000 pesetas.

-Infracciones graves, hasta 2.500.000 pesetas, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción.

-Infracciones muy graves, hasta 100.000.000 de pesetas, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción.

2. En los supuestos de infracciones muy graves, el Consejo de Ministros podrá acordar el cierre temporal del establecimiento, instalación o servicio por un plazo máximo de cinco años. En tal caso, será de aplicación lo prevenido en el artículo 57.4 de la Ley

8/1980, de 10 de marzo (RCL 1980\607), por la que se aprueba el Estatuto de los Trabajadores.

3. Las cuantías señaladas anteriormente deberán ser revisadas y actualizadas periódicamente por el Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios al consumo.

Artículo 37.

No tendrán carácter de sanción la clausura o cierre de establecimientos, instalaciones o servicios que no cuenten con las autorizaciones o registros unitarios preceptivos, o la suspensión de su funcionamiento hasta tanto se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos por razones de sanidad, higiene o seguridad, ni la retirada del mercado precautoria o definitiva de productos o servicios por las mismas razones.

Artículo 38.

La autoridad a que corresponda resolver el expediente podrá acordar, como sanción accesoria, el decomiso de la mercancía adulterada, deteriorada, falsificada, fraudulenta, no identificada o que pueda entrañar riesgo para el consumidor.

Los gastos de transporte, distribución, destrucción, etc., de la mercancía señalada en el párrafo anterior, serán por cuenta del infractor.

CAPITULO X

Competencias

Artículo 39.

Corresponderá a la Administración del Estado promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios, especialmente en los siguientes aspectos:

1. Elaborar y aprobar el Reglamento General de esta Ley, las reglamentaciones técnico-sanitarias, los reglamentos sobre etiquetado, presentación y publicidad, la ordenación sobre aditivos y las demás disposiciones de general aplicación en todo el territorio español. Asimismo, la aprobación o propuesta, en su caso, de las disposiciones que regulen los productos a que se refiere el artículo 5.1.

El Reglamento General de la Ley determinará, en todo caso, los productos o servicios a que se refieren los artículos 2.2 y 5.1 de esta

Ley, los casos, plazos y formas de publicidad de las sanciones, el régimen sancionador, los supuestos de concurrencia de dos o más Administraciones públicas y la colaboración y coordinación entre las mismas.

Lo dispuesto en este número se entiende sin perjuicio de las potestades normativas que corresponden a las Comunidades

Autónomas de acuerdo con sus respectivos Estatutos.

2. Apoyar y, en su caso, subvencionar las Asociaciones de consumidores y usuarios.

3. Apoyar la actuación de las autoridades y Corporaciones Locales y de las Comunidades Autónomas, especialmente en los casos

a que se refieren los apartados 3 y 5 del artículo 41.

4. Promover la actuación de las demás Administraciones públicas y, en caso de necesidad o urgencia, adoptar cuantas medidas sean convenientes para proteger y defender los derechos de los consumidores o usuarios, especialmente en lo que hace referencia a su salud y seguridad.
5. Ejercer la potestad sancionadora con el alcance que se determine en sus normas reguladoras.
6. En general, adoptar en el ámbito de sus competencias cuantas medidas sean necesarias para el debido cumplimiento de lo establecido en esta Ley.

Artículo 40.

Corresponderá a las Comunidades Autónomas promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores o usuarios, de acuerdo con lo establecido en sus respectivos Estatutos y, en su caso, en las correspondientes Leyes Orgánicas complementarias de transferencia de competencias.

Artículo 41.

Corresponderá a las autoridades y Corporaciones Locales promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios en el ámbito de sus competencias y de acuerdo con la legislación estatal y, en su caso, de las Comunidades Autónomas, y especialmente, en los siguientes aspectos:

1. La información y educación de los consumidores y usuarios, estableciendo las oficinas y servicios correspondientes, de acuerdo con las necesidades de cada localidad.
2. La inspección de los productos y servicios a que se refiere el artículo 28.2 para comprobar su origen e identidad, el cumplimiento de la normativa vigente en materia de precios, etiquetado, presentación y publicidad y los demás requisitos o signos externos que hacen referencia a sus condiciones de higiene, sanidad y seguridad.
3. La realización directa de la inspección técnica o técnico-sanitaria y de los correspondientes controles y análisis, en la medida en que cuenten con medios para su realización, o promoviendo, colaborando o facilitando su realización por otras Entidades y Organismos.
4. Apoyar y fomentar las asociaciones de consumidores y usuarios.
5. Adoptar las medidas urgentes y requerir las colaboraciones precisas en los supuestos de crisis o emergencias que afecten a la salud o seguridad de los consumidores o usuarios.
6. Ejercer la potestad sancionadora con el alcance que se determine en sus normas reguladoras.

DISPOSICIONES FINALES

Primera. Dentro de los seis meses siguientes a la entrada en vigor de esta Ley, el Ministerio de Sanidad y Consumo promoverá, en colaboración con las Comunidades Autónomas, un plan para el tratamiento informático del Registro General Sanitario de Alimentos y de los demás registros sanitarios y datos de interés general para la defensa del consumidor o usuario.

Segunda. A efectos de lo establecido en el Capítulo IX, será de aplicación el Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio (RCL 1983\1513, 1803, 2247 y 2343), sin perjuicio de sus ulteriores modificaciones o adaptaciones por el Gobierno.

Tercera. Dentro del año siguiente a la entrada en vigor de esta Ley, el Gobierno adaptará la estructura organizativa y las competencias del Instituto Nacional del Consumo y de los restantes órganos de la Administración del Estado con competencia en la materia, al contenido de la misma.

Cuarta. El Gobierno, en el plazo de un año a partir de la entrada en vigor de esta Ley, aprobará el Reglamento o Reglamentos necesarios para su aplicación y desarrollo.

DISPOSICION DEROGATORIA

Quedan derogadas todas las disposiciones que se opongan a lo dispuesto en esta Ley

TEXTO UNICO ORDENADO DEL DECRETO LEGISLATIVO 716
LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR VENEZUELA
(PUBLICADO EL 11 DE DICIEMBRE DE 2000)

TITULO PRIMERO
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Están sujetas a la presente Ley todas las personas, naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que se dediquen en establecimientos abiertos al público, o en forma habitual, a la producción o comercialización de bienes o la prestación de servicios en el territorio nacional.

Artículo 2.- La protección al consumidor se desarrolla en el marco del sistema de economía social de mercado establecido en el Capítulo I, del Régimen Económico de la Constitución Política del Perú, debiendo ser interpretado en el sentido más favorable al consumidor¹.

Artículo 3.- Para los efectos de esta ley, se entiende por:

a) **Consumidores o usuarios.-** Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios.

b) **Proveedores.-** Las personas naturales o jurídicas que fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden o suministran bienes o prestan servicios a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

b.1. **Distribuidores o comerciantes.-** Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

b.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.

b.3. **Importadores.-** Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.

b.4. **Prestadores.-** Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

c) **Producto.-** Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, producido o no en el país, materia de una transacción comercial con un consumidor.

d) **Servicios.-** Cualquier actividad de prestación de servicios, que se ofrece en el mercado a cambio de una retribución, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguridad y los servicios profesionales. Se exceptúan los servicios que se brindan bajo relación de dependencia.

Artículo 4º.- Las Asociaciones de Consumidores son organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código Civil. Su finalidad es la protección de los consumidores. Su representación se limita a sus asociados y a las personas que hayan otorgado poder en su favor y puedan interponer a nombre de ellos denuncias y reclamos ante las autoridades competentes.

TITULO SEGUNDO

DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Artículo 5.- En los términos establecidos por el presente Decreto Legislativo, los consumidores tienen los siguientes derechos:

a) Derecho a una protección eficaz contra los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la salud o la seguridad física;

b) Derecho a recibir de los proveedores toda la información necesaria para tomar una decisión o realizar una elección adecuadamente informada en la adquisición de productos y servicios, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios;

c) Derecho a acceder a una variedad de productos y servicios, valorativamente competitivos, que les permitan libremente elegir los que deseen;

d) Derecho a la protección de sus intereses económicos, mediante el trato equitativo y justo en toda transacción comercial; y a la protección contra métodos comerciales coercitivos o que impliquen desinformación o información equivocada sobre los productos o servicios;

e) Derecho a la reparación por daños y perjuicios, consecuencia de la adquisición de los bienes o servicios que se ofrecen en el mercado o de su uso o consumo;

f) Derecho a ser escuchado 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.

g) Derecho, en toda operación de crédito, a efectuar pagos anticipados de las cuotas o saldos en forma total o parcial, con la consiguiente liquidación de intereses al día de pago, incluyéndose así mismo los gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes.

TITULO TERCERO

DE LAS OBLIGACIONES DE LOS PROVEEDORES

Artículo 6º.- Es obligación inexcusable e ineludible del proveedor de bienes o servicios, otorgar factura al consumidor en todas las transacciones que realice.

Artículo 7º.- Los proveedores están obligados a cumplir con las normas de seguridad, calidad y rotulado del producto o servicio, en lo que corresponda.

Artículo 7Aº.- Constituye obligación de los proveedores que en sus listas de precios o en sus rótulos, letreros, etiquetas o envases u otros en los que figure el precio de los bienes y servicios que ofrecen se consigne el precio total del bien o servicio en Nuevos Soles.

En los casos en que los precios de los bienes o servicios se difundan en moneda extranjera, se deberá consignar también los precios en moneda nacional, en caracteres y condiciones iguales, y adicionalmente, se deberá ubicar en lugares visibles del local o establecimiento comercial carteles, avisos u otros similares en los cuales se consigne el tipo de cambio aceptado para efectos de pago. Esta norma no es de aplicación para aquellos proveedores que ofrezcan directamente al público bienes y servicios desde y hacia el exterior.

Los precios que sean consignados, tanto en moneda nacional como extranjera, deben incluir el Impuesto General a las Ventas.

Cuando se trate de ventas al crédito se consignará, además, las especificaciones previstas en los incisos b), c), d) y e) del artículo 24º de la presente ley.

Los consumidores no podrán ser obligados al pago de sumas o recargos adicionales al precio fijado.

Artículo 7Bº.- Los proveedores no podrán establecer discriminación alguna respecto a los solicitantes de los productos y servicios que los primeros ofrecen en locales abiertos al público. Está prohibido realizar selección de clientela, excluir a personas o realizar otras prácticas similares, sin que medien causas de seguridad del establecimiento o tranquilidad de sus clientes u otras razones objetivas y justificadas.

La carga de la prueba sobre la existencia de un trato desigual corresponde al consumidor afectado o, de ser el caso, a quien lo represente en el proceso o a la administración cuando ésta actúe de oficio. Acreditar la existencia de una causa objetiva y justificada le corresponde al proveedor del bien o servicio. Si el proveedor demuestra la existencia de una causa objetiva y justificada, le corresponde a quien alegue tal hecho, probar que ésta es en realidad un pretexto o una simulación para incurrir en prácticas discriminatorias.

Para todos estos efectos, será válida la utilización de indicios y otros sucedáneos de los medios probatorios.

Artículo 8º.- Los proveedores son responsables, además, por la idoneidad y calidad de los productos y servicios; por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben los productos; por la veracidad de la propaganda comercial de los productos; y por el contenido y la vida útil del producto indicados en el envase, en lo que corresponde.

Artículo 9º.- Los productos y servicios puestos a disposición del consumidor no deben conllevar riesgo injustificado o no advertido para la salud o seguridad de los consumidores o sus bienes.

En caso que, por la naturaleza del producto o del servicio, el riesgo sea previsible, deberá advertirse al consumidor de dicho riesgo, así como del modo correcto de la utilización del producto o servicio.

Artículo 10º.- En el caso que se coloque en el mercado productos o servicios, en los que posteriormente se detecta la existencia de peligros no previstos, el proveedor se encuentra

obligado a adoptar las medidas razonables para eliminar o reducir el peligro, tales como notificar a las autoridades competentes esta circunstancia, retirar los productos o servicios, disponer su sustitución o reparación, e informar a los consumidores oportunamente con las advertencias del caso.

Artículo 11º.- En el caso de la producción, fabricación, ensamble, importación, distribución o comercialización de bienes respecto de los que no se brinde el suministro oportuno de partes y accesorios o servicios de reparación y mantenimiento o en los que dichos suministros o servicios se brinden con limitaciones, los proveedores deberán informar de tales circunstancias de manera clara e inequívoca al consumidor.

De no brindar dicha información, quedarán obligados y serán responsables por el oportuno suministro de partes y accesorios, servicios de reparación y de mantenimiento de los bienes que produzcan, fabriquen, ensamblen, importen o distribuyan, durante el lapso en que los comercialicen en el mercado nacional y, posteriormente, durante un lapso razonable en función de la durabilidad de los productos⁶.

Artículo 12º.- El prestador de servicios de reparación está obligado a brindar el servicio diligentemente y a emplear componentes o repuestos nuevos y apropiados al bien de que se trate, salvo que, en cuanto a esto último, el consumidor autorice expresamente y por escrito lo contrario.

Artículo 13º.- De manera enunciativa, más no limitativa, el derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales coercitivos implica que los proveedores no podrán:

a) Modificar, sin consentimiento expreso de los consumidores, las condiciones y términos en los que adquirió un producto o contrató un servicio. No se puede presumir el silencio del consumidor como aceptación, salvo que éste así lo hubiese autorizado expresamente y con anterioridad.

b) Realizar ofertas al consumidor, por cualquier tipo de medio, sobre un bien o servicio que no hayan sido requeridos previamente y que generen un cargo automático en cualquier sistema de débito, o interpretar el silencio del consumidor como aceptación a dicho cargo, salvo que aquel lo hubiese expresamente autorizado con anterioridad. Si con la oferta se envió un bien, incluso si se indicara que su devolución puede ser realizada sin costo alguno para el receptor, éste no está obligado a conservarlo ni a restituirlo al remitente.

c) Completar los títulos valores emitidos incompletos por el consumidor de manera distinta a la que fuera expresa o implícitamente acordada al momento de su suscripción.

Artículo 14º.- Las empresas que prestan servicios públicos no podrán condicionar la atención de los reclamos formulados por los consumidores o usuarios al pago previo de la retribución facturada.

TITULO CUARTO

DE LA INFORMACIÓN EN LA OFERTA

DE BIENES Y SERVICIOS

Artículo 15º.- El proveedor está obligado a consignar en forma veraz, suficiente, apropiada muy fácilmente accesible al consumidor o usuario, la información sobre los productos y servicios ofertados. Tratándose de productos destinados a la alimentación y la salud de las personas, esta obligación se extiende a informar sobre sus ingredientes y componentes.

Está prohibida toda información o presentación que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos.

Artículo 16º.- Toda información sobre productos de manufactura nacional proporcionada a los consumidores deberá efectuarse en términos comprensibles en idioma castellano y de conformidad con el sistema legal de unidades de medida. Tratándose de productos de

manufactura extranjera, deberá brindarse en idioma castellano la información relacionada con las condiciones de las garantías, las advertencias y riesgos previsibles, así como los cuidados a seguir en caso de que se produzca un daño⁸.

Artículo 17º.- Los establecimientos comerciales deberán exhibir en su vitrinas, de manera fácilmente perceptible para el consumidor, los precios de los productos exhibidos en ellas. Asimismo, los establecimientos en los que ofrezcan productos o servicios a los consumidores, deberán contar con una lista de precios, en la que consten los de todos los productos y servicios ofertados, la misma que deberá proporcionarse a todo consumidor que lo solicite.

Artículo 18º.- Los establecimientos que expenden comidas y bebidas, están obligados a colocar sus listas de precios en el exterior de los mismos.

Artículo 19º.- Cuando se expende al público productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, deberá informarse claramente esta circunstancia al consumidor y hacerlo constar en los propios artículos, etiquetas, envolturas o empaques, y en las facturas correspondientes.

Artículo 20º.- La oferta, promoción y publicidad de los productos o servicios se ajustará a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad. Su contenido, las características y funciones propias de cada producto y las condiciones y garantías ofrecidas, dan lugar a obligaciones de los proveedores que serán exigibles por los consumidores o usuarios, aun cuando no figuren en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.

Artículo 21º.- El precio a considerar a efectos del pago con tarjeta de crédito será el precio al contado; el proveedor deberá informar, previa y expresamente, la existencia de cargos adicionales. Toda oferta, promoción, rebaja o descuento exigible respecto de la modalidad de pago al contado, será también exigible por el consumidor que efectúa pagos mediante el uso de tarjetas de crédito, salvo que se ponga en conocimiento adecuadamente del consumidor, en la publicidad o información respectiva y de manera expresa, lo contrario.

Artículo 22º.- La publicidad relativa a ofertas, rebajas de precios y promociones deberá indicar la duración de las mismas y el número de unidades a ofertar. En caso contrario, el proveedor estará obligado a proporcionar a los consumidores que lo soliciten los productos o servicios ofertados, en las condiciones señaladas.

Artículo 23º.- Las rifas, sorteos, concursos, canjes de envases o cualquier otro sistema análogo que realice el proveedor con fines de promoción comercial, deberá ser previamente autorizado de acuerdo a la legislación pertinente. La publicidad comercial que se haga para el efecto deberá indicar la autorización obtenida para la promoción.

TITULO QUINTO DEL CREDITO AL CONSUMIDOR

Artículo 24º.- En toda operación comercial en que se conceda crédito al consumidor, el proveedor está obligado a informar previamente, explicar detalladamente e incorporar en una hoja resumen con la firma del proveedor y del cliente lo siguiente:

- a) El precio de contado del bien o servicio de que se trate.
- b) La cuota inicial.
- c) El monto total de los intereses y la tasa de interés efectiva anual, si es fija o variable, en este último caso especificar los criterios de modificación, asimismo el interés moratorio y compensatorio, su ámbito de aplicación y las cláusulas penales, si las hubiere.
- d) El monto y detalle de cualquier cargo adicional, si lo hubiere;
- e) El número de cuotas o pagos a realizar, su periodicidad y la fecha de pago, asimismo, todos los beneficios pactados por el pago en el tiempo y forma de todas las cuotas.

- f) La cantidad total a pagar por el producto o servicio, que no podrá superar el precio al contado más los intereses y gastos administrativos;
- g) El derecho que tiene el consumidor a efectuar pagos anticipados de las cuotas o saldos, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses al día de pago, deduciéndose asimismo los gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes.
- h) Los alcances y obligaciones puntuales de las garantías y avales si los hubiere.
- i) Se incluirá todo aquello que sea información relevante.

La mencionada hoja resumen, sintetizará en forma clara, breve y de fácil entendimiento, para el usuario, los datos a que se refiere el presente artículo.

Artículo 24º-A.- El proveedor o prestador debe utilizar los procedimientos de cobranza previstos en las leyes. Se prohíbe el uso de métodos de cobranza que afecten la buena reputación del consumidor, que atenten contra la privacidad de su hogar, que afecten sus actividades laborales o su imagen ante terceros.

Artículo 24º-B.- Para efectos de la aplicación del segundo párrafo del artículo 24ºA, se prohíbe:

- a) envío al deudor o su garante de documentos que aparenten ser notificaciones o escritos judiciales.
- b) envío de comunicaciones o llamadas a terceros ajenos a la obligación, informando sobre la morosidad del consumidor.
- c) visitas o llamadas telefónicas en días sábados, domingos o feriados o en horas nocturnas.
- d) carteles o notificaciones en locales diferentes al domicilio del deudor o del garante.
- e) ubicar personas disfrazadas o con carteles alusivos a la deuda, o con vestimenta inusual en las inmediaciones del domicilio o del centro de trabajo del deudor.
- f) difundir a través de medios de comunicación nóminas de deudores y requerimientos de pago, sin orden judicial. No se comprende en esta prohibición la información que proporcionan las Centrales Privadas de

Información de Riesgos que están reguladas por ley especial ni la información que por normatividad legal proporcione el Estado.

- g) Cualquier otra modalidad análoga que esté comprendida en el artículo anterior y sea considerada como infracción por INDECOPI.

Artículo 25º.- Las operaciones a que se refiere el artículo anterior deben constar en documentos de los que deberá entregarse copia debidamente firmada por el proveedor o persona autorizada al consumidor. En tales documentos se señalará específicamente todos los datos a que se refiere dicho artículo y la fecha en que se entregará el producto o será prestado el servicio.

Artículo 26º.- En los contratos de compra venta a plazo o prestación de servicios con pago diferido, se calcularán los intereses sobre el precio de contado, menos la cuota inicial que se hubiera pagado. Los intereses se calcularán exclusivamente sobre los saldos insolutos del crédito concedido y su pago no podrá ser exigido por adelantado, sino únicamente por períodos vencidos.

Artículo 27º.- *(Derogado por el Artículo 20º del Decreto Legislativo N° 807)*

Artículo 28º.- Los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para constituir un fondo común administrado por un tercero, destinado a la adquisición de determinados bienes o servicios sólo podrá ponerse en práctica previa autorización de la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores, CONASEV, con arreglo a las normas sobre la materia.

TITULO SEXTO DE LAS RESPONSABILIDADES FRENTE A LOS CONSUMIDORES

Artículo 29º.- Los pagos hechos en exceso del precio estipulado son recuperables por el consumidor, y devengarán hasta su devolución el máximo de los intereses compensatorios y moratorios que se hubieren pactado, y en su defecto el interés legal. La acción para solicitar la devolución de estos pagos, prescribe en un año contado a partir de la fecha en que tuvo lugar el pago.

Artículo 30º.- Los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto o la devolución de la cantidad pagada en exceso, en los casos siguientes:

I) Cuando considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto sea inferior al que debiera ser o menor al indicado en el envase o empaque; y

II) Cuando el consumidor advierta que un instrumento empleado para la medición opera o ha sido utilizado en su perjuicio, fuera de los límites de tolerancia fijados por la autoridad competente para este tipo de instrumentos.

La reclamación del derecho establecido en los párrafos precedentes deberá presentarse al proveedor dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha en que se advierta la deficiencia de la medición o del instrumento empleado para ella.

El proveedor incurrirá en mora si no satisface la reclamación dentro de un plazo de quince días útiles.

Artículo 31º.- Los consumidores tendrán derecho a la reparación gratuita del producto; y, cuando ello no sea posible a su reposición; o, de no ser ello posible, a la devolución de la cantidad pagada, en los casos siguientes:

I) Cuando los que ostenten una certificación de calidad no cumplan con las especificaciones correspondientes.

II) Cuando los materiales, elementos, sustancias o ingredientes que constituyan o integren los productos no correspondan a las especificaciones que ostenten;

III) Cuando la ley de los metales de los artículos de joyería u orfebrería sea inferior a la que en ellos se indique.

IV) Cuando el producto se hubiese adquirido con determinada garantía y dentro de la vigencia de la misma, se pusiera de manifiesto la deficiencia de la cualidad o propiedad garantizada.

V) Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado; y,

VI) Cuando el producto o servicio no se adecua a los términos de la oferta, promoción o publicidad.

Artículo 32º.- El proveedor es responsable de los daños causados a la integridad física de los consumidores o a sus bienes por los defectos de sus productos.

Se considera que un producto es defectuoso cuando no ofrece la seguridad a que las personas tienen derecho, tomando en consideración todas las circunstancias, tales como:

a) El diseño del producto;

b) La manera en la cual el producto ha sido puesto en el mercado, incluyendo su apariencia, el uso de cualquier marca, la publicidad referida al mismo o el empleo de instrucciones o advertencias;

c) El uso previsible del producto; y,

d) Los materiales, el contenido y la condición del producto.

La indemnización comprende todas las consecuencias causadas por el defecto, incluyendo el lucro cesante, el daño a la persona y el daño moral.

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.

Artículo 33º.- En caso que el proveedor estuviera obligado a restituir el precio o retribución abonado por el consumidor, deberá tomarse como base el valor del bien al momento de la

devolución. Si el valor del producto o servicio es menor al momento de la devolución, se deberá restituir el precio o retribución originalmente abonado por el consumidor más los intereses legales o convencionales.

Artículo 34º.- Cuando un producto objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado y éstos sean imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho dentro de los treinta (30) días contados a partir de la recepción del producto a que se le repare nuevamente sin costo adicional.

Artículo 35º.- Cuando por deficiencia del servicio que otorgue el prestador, el bien objeto de reparación, limpieza, mantenimiento u otro similar se perdiere o sufiere menoscabo, deterioro o modificación que disminuya su valor, lo haga total o parcialmente inapropiado para el uso normal al que está destinado, o lo convierta en peligroso, el prestador de servicios deberá indemnizar al consumidor por los daños y perjuicios ocasionados.

Artículo 36º.- El incumplimiento de la obligación a que se refiere el artículo 12º del presente Decreto Legislativo dará lugar a la indemnización de daños y perjuicios y a la obligación del prestador del servicio de sustituir, sin cargo alguno, los componentes o repuestos de que se trate.

Artículo 37º.- Las autorizaciones por parte de los organismos del Estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio en los casos que ello fuere necesaria, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor.

Artículo 38º.- La Comisión de Protección al Consumidor, en coordinación con el Directorio del INDECOPI, establecerá, directamente o mediante convenios con instituciones públicas o privadas, mecanismos alternativos de resolución de disputas del tipo de arbitraje, mediación, conciliación o mecanismos mixtos, que, mediante procedimientos sencillos y rápidos, atiendan y resuelvan con carácter vinculante y definitivo para ambas partes las quejas o reclamaciones de los consumidores o usuarios, sin perjuicio de las competencias administrativas.

El acta que contiene un acuerdo celebrado entre consumidor y proveedor en virtud de los mecanismos señalados en el párrafo precedente constituye Título Ejecutivo conforme a lo dispuesto en el Artículo 693º del Código Procesal Civil. El laudo arbitral firme emitido en virtud de los mecanismos señalados en el párrafo precedente constituye Título de Ejecución conforme a lo señalado en el artículo 713º del Código Procesal Civil.

Sin perjuicio de la validez de los acuerdos o laudos celebrados o emitidos en virtud a los mecanismos antes señalados, la Comisión podrá iniciar de oficio un procedimiento conforme a su competencia si considerase que los hechos materia del acuerdo o laudo afectan intereses de terceros.

El incumplimiento de un acuerdo o laudo celebrado entre consumidor y proveedor constituye una infracción a la presente Ley. En estos casos, si el obligado a cumplir con un acuerdo o laudo no lo hiciera, se le impondrá automáticamente una sanción de hasta el máximo de la multa permitida, para cuya graduación se tomará en cuenta los criterios que emplea la Comisión al emitir resoluciones finales. Dicha multa deberá ser pagada dentro del plazo de 5 (cinco) días de notificada, vencidos los cuales se ordenará su cobranza coactiva. Si el obligado persiste en el incumplimiento, la Comisión podrá imponer una nueva multa duplicando sucesiva e ilimitadamente el monto de la última multa impuesta hasta que se cumpla con la medida cautelar o la medida correctiva y sin perjuicio de poder denunciar al responsable ante el Ministerio Público para que éste inicie el proceso penal que corresponda. Las multas impuestas no impiden a la Comisión imponer una multa o sanción distinta al final del procedimiento, de ser el caso. Asimismo, la Comisión es competente para ordenar las medidas correctivas enunciadas en el Título VII de la presente Ley. Este párrafo será de aplicación para todos los acuerdos conciliatorios válidos celebrados entre consumidor y proveedor, incluidos aquellos obtenidos ante instituciones sin convenio con INDECOPI.

TITULO SETIMO DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 39º.- La Comisión de Protección al Consumidor es el único órgano administrativo competente para conocer de las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en la presente Ley, así como para imponer las sanciones administrativas y medidas correctivas establecidas en el presente Título. La competencia de la Comisión de Protección al Consumidor sólo podrá ser negada por norma expresa con rango de ley.

Las sanciones administrativas y medidas correctivas detalladas en el presente Título se aplicarán sin perjuicio de las indemnizaciones de carácter civil y la aplicación de las sanciones penales a que hubiera lugar.

Artículo 40º.- El procedimiento administrativo para hacer cumplir las disposiciones de la presente Ley se iniciará de oficio, a pedido del consumidor afectado, o del que potencialmente pudiera verse afectado, o por una Asociación de Consumidores, y se regirá por lo dispuesto en el Título Quinto del Decreto Legislativo N° 807.

En el caso de productos adquiridos o servicios contratados por una sociedad conyugal u otros patrimonios autónomos, y cuando se solicite la imposición de una medida correctiva de devolución o reposición, la legitimidad para obrar corresponderá al patrimonio autónomo, mientras que la representación procesal será de cada uno de sus integrantes, de conformidad con lo dispuesto por el Artículo 65° del Código Procesal Civil.

La interposición de denuncias por parte de las Asociaciones de Consumidores por infracción a las normas administrativas de protección al consumidor queda sujeta a la reglamentación que apruebe el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual¹³.

Artículo 41º.- Los proveedores son objetivamente responsables por infringir las disposiciones contenidas en la presente Ley. Los proveedores infractores podrán ser sancionados administrativamente con una Amonestación o con una Multa, hasta por un máximo de 100 (cien) Unidades Impositivas Tributarias, sin perjuicio de las medidas correctivas a que se refiere el artículo siguiente, que se dicten para revertir los efectos que las conductas infractoras hubieran ocasionado o para evitar que éstas se produzcan nuevamente en el futuro.

La imposición y la graduación de la sanción administrativa a que se refiere el párrafo precedente serán determinadas atendiendo a la gravedad de la falta, el daño resultante de la infracción, los beneficios obtenidos por el proveedor, la conducta del infractor a lo largo del procedimiento, los efectos que se pudiesen ocasionar en el mercado y otros criterios que, dependiendo del caso particular, considere adecuado adoptar la Comisión. Las multas impuestas constituyen en su integridad recursos propios del INDECOPI, salvo por lo dispuesto en el artículo 45 de la presente Ley¹⁴.

Artículo 42º.- Sin perjuicio de las sanciones administrativas a que hubiera lugar, la Comisión de Protección al Consumidor, actuando de oficio o a pedido de parte, deberá imponer a los proveedores que incurran en alguna de las infracciones tipificadas en la presente Ley, una o más de las siguientes medidas correctivas:

- a) Decomiso y destrucción de mercadería, envases, envolturas y/o etiquetas;
- b) Solicitar a la autoridad municipal correspondiente la 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 Comisión, tomando en consideración los medios que resulten idóneos para revertir los efectos que el acto objeto de sanción hubiera ocasionado;
- d) Reposición y reparación de productos; (e) Devolución de la contraprestación pagada por el consumidor;
- e) Devolución de la contraprestación pagada por el consumidor;

- f) Que el proveedor cumpla lo ofrecido en una relación de consumo, siempre que dicho ofrecimiento conste por escrito en forma expresa;
- g) La devolución o extorno, por el proveedor, de las sumas de dinero pagadas por el consumidor cuando el producto entregado o servicio prestado no corresponda a lo que haya sido expresamente acordado por las partes;
- h) Que las entidades depositarias cumplan con efectuar el traslado y el pago de las cuentas por CTS del trabajador, conforme a lo establecido en la Ley de Compensación por Tiempo de Servicios;
- i) Que el proveedor cumpla con atender la solicitud de información requerida por el consumidor, siempre que dicho requerimiento guarde relación con el producto adquirido o servicio contratado;
- j) Que el proveedor pague las coberturas ofrecidas en los seguros contratados por los consumidores, quedando sujeto el pago al cumplimiento de las condiciones establecidas en la correspondiente póliza de seguros;
- k) Cualquier otra medida correctiva que la Comisión considere pertinente ordenar y 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 del INDECOPI y deban ser entregados a los consumidores beneficiados, serán puestos a disposición de éstos. En el caso de bienes o montos que no hayan sido reclamados al cabo de un año, será de aplicación lo dispuesto en el artículo 45 de este Decreto Legislativo.

Artículo 43º.- Las resoluciones finales que ordenen medidas correctivas a favor del consumidor constituyen Títulos de Ejecución conforme con lo dispuesto en el Artículo 713º inciso 3) del Código Procesal Civil, una vez que queden consentidas o causen estado en la vía administrativa. En caso de resoluciones finales que ordenen medidas correctivas a favor de consumidores, la legitimidad para obrar en los procesos civiles de ejecución corresponde a tales consumidores.

Artículo 44º.- El incumplimiento por parte de los proveedores de lo ordenado en las resoluciones finales emitidas por la Comisión de Protección al Consumidor constituye una infracción a la presente Ley. En estos casos, la Comisión de Protección al Consumidor es competente para imponer las sanciones y medidas correctivas enunciadas en el presente Título, independientemente de que la parte legitimada opte por la ejecución de lo incumplido en la vía legal correspondiente, conforme a lo dispuesto en el Artículo 43º de la presente Ley.

TITULO OCTAVO

DE LA PROMOCION DE LA PROTECCION AL CONSUMIDOR

Artículo 45º.- El Directorio del INDECOPI podrá celebrar convenios de cooperación interinstitucional con Asociaciones de Consumidores de reconocida trayectoria. Igualmente, podrá disponer que un porcentaje de las multas administrativas impuestas en los procesos promovidos por estas Asociaciones de Consumidores sea destinado a financiar publicaciones, labores de investigación o programas de difusión a cargo de las mismas.

Mediante Resolución del Directorio del INDECOPI se establecerán los alcances y mecanismos para llevar a cabo el adecuado uso de los recursos mencionados en el párrafo anterior.

Artículo 46º.- La Comisión de Protección al Consumidor, previo acuerdo del Directorio del INDECOPI, podrá delegar sus facultades o las de su Secretaría Técnica a otras instituciones

públicas o privadas, para conocer acerca de las presuntas infracciones cometidas en determinados sectores de consumo o dentro de un ámbito geográfico específico.

Artículo 47º.- El monto de las multas será calculado en base a la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente en la fecha del pago voluntario o en la fecha en que se haga efectiva la cobranza coactiva. Las multas constituirán en su integridad recursos propios de INDECOPI.

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 48º.- Derógase el Decreto Supremo No.036-83-JUS y la Ley 23863, así como las demás disposiciones legales y reglamentarias que se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto Legislativo.

Artículo 49º.- El presente Decreto Legislativo entrará en vigencia a los 30 días de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Artículo 50º.- El Secretario Técnico y la Comisión de Protección al Consumidor están facultados para reunir información relativa a las características y condiciones de los productos o servicios que se expenden en el mercado, con el objeto de informar al consumidor para permitirle tomar una adecuada decisión de consumo.

La información que se ofrezca tendrá el carácter de una opinión y generará responsabilidad en caso de que la misma haya sido emitida de manera maliciosa.

Los procedimientos seguidos ante la Comisión de Protección al Consumidor tienen carácter público. En esa medida, el Secretario Técnico y la Comisión de

Protección al Consumidor se encuentran facultados para disponer la difusión de información vinculada a los mismos, siempre que lo consideren pertinente en atención a los intereses de los consumidores afectados y no constituya violación de secretos comerciales o industriales.

Artículo 51º.- El Indecopi, previo acuerdo de su Directorio, se encuentra legitimado para promover procesos judiciales relacionados a los temas de su competencia, en defensa de los intereses de los consumidores, conforme a lo señalado por el artículo 82 del Código Procesal Civil, los mismos que se tramitarán en la vía sumarísima. En estos procesos se podrán acumular de manera genérica las pretensiones de indemnización por daños y perjuicios, reparación o sustitución de productos, reembolso de cantidades indebidamente pagadas y en general cualquier otra pretensión necesaria para tutelar el interés y los derechos de los consumidores afectados, que guarde conexidad con aquéllas. El Indecopi podrá delegar esta facultad en entidades públicas y privadas que estén en capacidad de representar los intereses de los consumidores. El Juez admitirá la legitimidad para obrar de la entidad respectiva, sin más trámite que la presentación del documento en que consta la delegación efectuada por Indecopi. El Juez conferirá traslado de la demanda el mismo día que se efectúen las publicaciones a la que se hace referencia en la norma mencionada en el párrafo anterior. El Indecopi representará a todos los consumidores afectados por los hechos en que se funde el petitorio si aquéllos no manifestaran expresamente y por escrito su voluntad de no hacer valer su derecho o de hacerlo por separado, dentro del plazo de 30 días de realizadas dichas publicaciones, vencido el cual se citará a la audiencia de conciliación.

Una vez consentida o ejecutoriada la sentencia que ordena el cumplimiento de la obligación demandada, ésta será cobrada por el Indecopi, quien luego prorrateará su monto o velará por su ejecución entre los consumidores que se apersonen ante dicho organismo, acreditando ser titulares del derecho discutido en el proceso.

Transcurrido un año desde la fecha en que el Indecopi cobre efectivamente la indemnización, el saldo no reclamado se destinará a un fondo especial para el financiamiento y la difusión de los derechos de los consumidores, de información relevante para los mismos y del sistema de patrocinio de intereses difusos.

Mediante Decreto Supremo se establecerán los alcances y mecanismos para llevar a cabo el adecuado uso del fondo mencionado en el párrafo anterior, así como para regular los

procedimientos de distribución del monto obtenido o de ejecución de las obligaciones en favor de los consumidores afectados.

Sin perjuicio de lo establecido en los párrafos anteriores, el Indecopi podrá representar los intereses individuales de los consumidores ante cualquier autoridad pública o cualquier otra persona o entidad privada, bastando para ello la existencia de una simple carta poder suscrita por el consumidor afectado. Tal poder faculta al Indecopi a exigir y ejecutar cualquier derecho del consumidor en cuestión.

**CONFERENCIA DE LAS NACIONES
UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO
DIRECTRICES DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL
CONSUMIDOR (Ampliadas en 1999)**

Prefacio

La Cuarta Conferencia de las Naciones Unidas encargada de examinar todos los aspectos del conjunto de principios y normas equitativos convenidos multilateralmente para el control de las prácticas comerciales restrictivas, celebrada en Ginebra los días 25 a 29 de septiembre de 2000, decidió, entre otras cosas, en su resolución que la UNCTAD: «*considerare la posibilidad de convocar una Reunión de Expertos sobre Política de Consumo como órgano distinto del Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Política de Competencia*».

Con objeto de partir de la labor ya realizada por las Naciones Unidas en la esfera de la protección del consumidor, se decidió que la Reunión de Expertos, en sus deliberaciones y recomendaciones, se guiara por las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección de Consumidor. Se convino también que la Reunión de Expertos se centrara en la búsqueda de medidas que pudieran conducir a una aplicación más efectiva de las disposiciones contenidas en esas Directrices. Las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor se reproducen en esta serie de la UNCTAD sobre cuestiones relativas al Derecho y Política de Competencia.

I. Objetivos

1. Teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los países, y particularmente de los países en desarrollo; reconociendo que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación; y teniendo en cuenta que los consumidores deben tener el derecho de acceso a productos que no sean peligrosos, así como la importancia de promover un desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenido, y la protección del medio ambiente, las presentes directrices para la protección del consumidor persiguen los siguientes objetivos:

- a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;
- b) Facilitar las modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;
- c) Instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta;
- d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores;
- e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;
- g) Promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos;
- h) Promover un consumo sostenible.

II. Principios generales

2. Corresponde a los gobiernos formular, o mantener una política enérgica de protección del consumidor, teniendo en cuenta las directrices que figuran más adelante y los acuerdos internacionales, pertinentes. Al hacerlo, cada gobierno debe establecer sus propias prioridades para la protección de los consumidores, según las circunstancias económicas, sociales y ecológicas del país y las necesidades de su población y teniendo presentes los costos y los beneficios que entrañan las medidas que se propongan.

3. Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes:

- a) La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad;
- b) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;
- c) El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;
- d) La educación del consumidor, incluida la educación sobre la repercusión ambiental social y económica que tienen las elecciones del consumidor;
- e) La posibilidad de compensación efectiva al consumidor;
- f) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten;
- g) La promoción de modalidades sostenibles de consumo.

4. Las modalidades de producción y consumo insostenibles, particularmente en los países industriales, son la causa principal de que siga degradándose el medio ambiente mundial. Todos los países deben procurar el fomento de modalidades de consumo sostenibles; los países desarrollados deben ser los primeros en lograr modalidades de consumo sostenible, mientras que los países en desarrollo deben procurar lograrlas en su proceso de desarrollo, prestando la debida atención al principio de responsabilidad común pero diferenciada. Deberán tenerse plenamente en cuenta la situación y las necesidades especiales de los países en desarrollo en esta esfera.

5. Las políticas de fomento del consumo sostenible deben tener en cuenta como objetivos la erradicación de la pobreza, la satisfacción de las necesidades básicas de todos los miembros de la sociedad y la reducción de la desigualdad, tanto en el plano nacional como en las relaciones entre los países.

6. Los gobiernos deben establecer o mantener una infraestructura adecuada que permita formular, aplicar y vigilar el funcionamiento de las políticas de protección del consumidor. Debe prestarse especial atención a la necesidad de garantizar que las medidas de protección del consumidor se apliquen en beneficio de todos los sectores de la población, y en particular de la población rural y los pobres.

7. Todas las empresas deben acatar las leyes y reglamentos aplicables en los países en que realizan sus operaciones. Deben también acatar las normas internacionales pertinentes para la protección del consumidor que hayan accedido a aplicar las autoridades competentes del país de que se trate. (En lo que sigue, las referencias a las normas internacionales en las directrices deben entenderse en el contexto del presente párrafo.)

8. Al elaborar políticas de protección del consumidor debe tenerse en cuenta el posible papel positivo que pueden desempeñar las universidades y las empresas públicas y privadas en la investigación.

III. Directrices

9. Las siguientes directrices serán aplicables tanto a los bienes y servicios producidos en el país como a los importados.

10. Al aplicar cualesquiera procedimientos o reglamentos para la protección del consumidor, deberá velarse porque no se conviertan en barreras para el comercio internacional y que sean compatibles con las obligaciones del comercio internacional. Al aplicar cualesquiera procedimientos o reglamentos para la protección del consumidor, deberá velarse porque no se conviertan en barreras para el comercio internacional y que sean compatibles con las obligaciones del comercio internacional.

A. Seguridad física

11. Los gobiernos deben adoptar o fomentar la adopción de medidas apropiadas, incluidos sistemas jurídicos, reglamentaciones de seguridad, normas nacionales o internacionales, normas voluntarias y el mantenimiento de registros de seguridad, para garantizar que los productos sean inocuos en el uso al que se destinan o normalmente previsible.

12. Se deben adoptar medidas adecuadas para garantizar que los artículos producidos por los fabricantes sean inocuos para el uso al que se destinan y para el normalmente previsible. Los responsables de introducir los artículos en el mercado, en particular los proveedores, exportadores, importadores, minoristas y similares (en lo que sigue denominados «distribuidores») deben velar por que, mientras están a su cuidado, esos artículos no pierdan su inocuidad debido a manipulación o almacenamiento inadecuados.

Se deben facilitar a los consumidores instrucciones sobre el uso adecuado de los artículos e información sobre los riesgos que entraña el uso al que se destinan o el normalmente previsible. Dentro de lo posible, la información de vital importancia sobre cuestiones de seguridad debe comunicarse a los consumidores mediante símbolos comprensibles internacionalmente.

13. Se deben adoptar medidas adecuadas para que los fabricantes o distribuidores notifiquen sin demora a las autoridades competentes y al público, según proceda, la existencia de peligros no previstos de que se hayan percatado con posterioridad a la introducción de los productos en el mercado. Los gobiernos también deben estudiar los métodos para garantizar que los consumidores estén debidamente informados sobre esos peligros.

14. Los gobiernos deben adoptar, cuando proceda, políticas en virtud de las cuales, si se descubre que un producto adolece de un defecto grave y/o constituye un peligro considerable

aun cuando se utilice en forma adecuada, los fabricantes y/o distribuidores deban retirarlo y reemplazarlo o modificarlo, o sustituirlo por otro producto; si no es posible hacerlo en un plazo prudencial, debe darse al consumidor una compensación adecuada.

B. Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores

15. Las políticas de los gobiernos deben tratar de hacer posible que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos.

También deben tratar de alcanzar las metas en materia de producción satisfactoria y normas de funcionamiento, procedimientos adecuados de distribución, prácticas comerciales leales, comercialización informativa y protección efectiva contra las prácticas que puedan perjudicar los intereses económicos de los consumidores y la posibilidad de elegir en el mercado.

16. Los gobiernos deben intensificar sus esfuerzos para impedir el empleo de prácticas que perjudiquen los intereses económicos de los consumidores, garantizando que los productores, los distribuidores y cuantos participan en la provisión de bienes y servicios cumplan las leyes y las normas obligatorias vigentes. Se debe dar aliento a las organizaciones de consumidores para que vigilen prácticas perjudiciales como la adulteración de alimentos, la comercialización basada en afirmaciones falsas o capciosas y los fraudes en la prestación de servicios.

17. Los gobiernos deben elaborar, reforzar o mantener, según proceda, medidas relativas al control de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo abusivo que puedan perjudicar a los consumidores, así como medios para hacer efectivas esas medidas. Al respecto, los gobiernos deben guiarse por su adhesión al Conjunto de principios y normas equitativos convenidos multilateralmente para el control de las prácticas comerciales restrictivas, aprobado por la Asamblea General en su resolución 35/ 63, de 5 de diciembre de 1980.

18. Los gobiernos deben adoptar o mantener políticas que especifiquen las responsabilidades del fabricante para asegurar que los artículos satisfagan los requisitos normales de durabilidad, utilidad y fiabilidad y sean aptos para el fin a que se destinan y que el vendedor vele por que estos requisitos se cumplan. Las mismas políticas deben regir la prestación de servicios.

19. Los gobiernos deben alentar la competencia leal y efectiva a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos.

20. Los gobiernos deben velar, si procede, por que los fabricantes o minoristas aseguren la disponibilidad adecuada de un servicio confiable posterior a la venta y de piezas de repuesto.

21. Los consumidores deben gozar de protección contra abusos contractuales como el uso de contratos uniformes que favorecen a una de las partes, la no inclusión de derechos fundamentales en los contratos y la imposición de condiciones excesivamente estrictas para la concesión de créditos por parte de los vendedores.

22. Las prácticas de promoción empleadas en la comercialización y la venta deben basarse en el principio del trato justo de los consumidores y deben satisfacer los requisitos jurídicos. Ello requiere el suministro de la información necesaria para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas e independientes, así como la adopción de medidas para asegurar la exactitud de la información suministrada.

23. Los gobiernos deben alentar a todos los interesados a participar en la libre circulación de información exacta sobre todos los aspectos de los productos de consumo.

24. Debe procurarse que los consumidores tengan más acceso a información inequívoca sobre los efectos de los productos y los servicios en el medio ambiente, recurriendo a medios como la elaboración de perfiles ambientales de los productos, la presentación de informes sobre el medio ambiente por parte de la industria, el establecimiento de centros de información para los consumidores, la ejecución de programas voluntarios y transparentes de etiquetado ecológico y los servicios de consulta telefónica directa sobre los productos.

25. Los gobiernos, en estrecha colaboración con los fabricantes, los distribuidores y las organizaciones de consumidores, deben adoptar medidas contra las afirmaciones o la información capciosas en relación con el medio ambiente en las actividades de publicidad y otras actividades de comercialización. Debe fomentarse la elaboración de códigos y normas de publicidad adecuadas para reglamentar y verificar las afirmaciones que se hacen en relación con el medio ambiente.

26. Los gobiernos deben, dentro de sus propios países, promover la formulación y aplicación por parte de las empresas, en colaboración con las organizaciones de consumidores, de códigos de comercialización y otras prácticas comerciales para asegurar una adecuada protección del consumidor. También pueden concertarse acuerdos voluntarios conjuntos por parte de las empresas, las organizaciones de consumidores y otras partes interesadas. Estos códigos deben recibir una publicidad adecuada.

27. Los gobiernos deben examinar periódicamente las normas jurídicas relacionadas con pesas y medidas y determinar la eficacia de sus mecanismos de aplicación.

C. Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo

28. Los gobiernos deberán, según proceda, formular o promover la formulación y aplicación, en los planos nacional e internacional, de normas, voluntarias o de otra índole, de seguridad y calidad de los bienes y servicios y dar a dichas normas la publicidad apropiada. Las normas y reglamentaciones nacionales relativas a la seguridad y calidad de los productos deberán revisarse de tanto en tanto para cerciorarse de que, en lo posible, se ajusten a normas internacionales de aceptación general.

29. Cuando debido a las condiciones económicas locales se aplique una norma de nivel inferior al de una norma internacional de aceptación general, deberán hacerse todos los esfuerzos necesarios para elevar dicho nivel lo antes posible.

30. Los gobiernos deben fomentar y garantizar la disponibilidad de servicios para ensayar y certificar la seguridad, la calidad y el buen funcionamiento de los servicios y bienes de consumo esenciales.

D. Sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales

31. Cuando proceda, los gobiernos deberán examinar la posibilidad de:

a) Adoptar o mantener políticas para asegurar la distribución eficiente de bienes y servicios a los consumidores; cuando proceda, deberán estudiarse políticas especiales para asegurar la distribución de bienes y servicios absolutamente esenciales cuando dicha distribución se vea amenazada, como podría ocurrir, sobre todo, en el caso de las zonas rurales.

Tales políticas podrían incluir la prestación de asistencia para la creación de instalaciones apropiadas de almacenamiento y venta al por menor en los centros rurales, la estimulación del autovalimiento del consumidor y el perfeccionamiento del control de las condiciones en que se suministran los bienes y servicios esenciales en las zonas rurales;

b) Fomentar la creación de cooperativas de consumidores y las actividades comerciales afines y la información al respecto, especialmente en las zonas rurales.

E. Medidas que permiten a los consumidores obtener compensación

32. Los gobiernos deben establecer o mantener medidas jurídicas o administrativas para permitir que los consumidores o, en su caso, las organizaciones competentes obtengan compensación mediante procedimientos oficiales o extraoficiales que sean rápidos, justos, poco costosos y asequibles.

Al establecerse tales procedimientos deben tenerse especialmente en cuenta las necesidades de los consumidores de bajos ingresos.

33. Los gobiernos deben alentar a todas las empresas a solucionar las controversias con los consumidores en forma justa, rápida y exenta de formalidades, y a crear mecanismos

voluntarios, como servicios de asesoramiento y procedimientos extraoficiales para presentar reclamaciones, que puedan prestar asistencia a los consumidores.

34. Se debe facilitar a los consumidores información sobre los procedimientos vigentes y otros procedimientos para obtener compensación y solucionar controversias.

F. Programas de educación e información

35. Los gobiernos deben formular o estimular la formulación de programas generales de educación e información del consumidor, incluida la información sobre los efectos en el medio ambiente de las decisiones y el comportamiento de los consumidores y de las consecuencias, incluidos costos y beneficios, que pueda tener la modificación de las modalidades de consumo, teniendo en cuenta las tradiciones culturales del pueblo de que se trate. El objetivo de tales programas debe consistir en capacitar a los consumidores para que sepan discernir, puedan hacer elecciones bien fundadas de bienes y servicios, y tengan conciencia de sus derechos y obligaciones.

Al formular dichos programas, debe prestarse especial atención a las necesidades de los consumidores que se encuentran en situación desventajosa, tanto en las zonas rurales como urbanas, incluidos los consumidores de bajos ingresos y aquellos que sean casi o totalmente analfabetos.

Los grupos de consumidores, las empresas y otras organizaciones pertinentes de la sociedad civil deben participar en esa labor de educación.

36. La educación del consumidor debe, si procede, llegar a formar parte integrante del programa básico del sistema educativo, de preferencia como componente de asignaturas ya existentes.

37. Los programas de educación e información del consumidor deben abarcar aspectos de la protección del consumidor tan importantes como los siguientes:

- a) Sanidad, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y adulteración de los alimentos;
- b) Peligros de los productos;
- c) Rotulado de productos;
- d) Legislación pertinente, forma de obtener compensación y organismos y organizaciones de protección al consumidor;
- e) Información sobre pesas y medidas, precios, calidad, condiciones para la concesión de créditos y disponibilidad de los artículos de primera necesidad;
- f) Protección del medio ambiente;
- g) Utilización eficiente de materiales, energía y agua.

38. Los gobiernos deben alentar a las organizaciones de consumidores y a otros grupos interesados, incluidos los medios de comunicación, a que pongan en práctica programas de educación e información, incluso sobre los efectos de las modalidades de consumo en el medio ambiente y las consecuencias, incluidos costos y beneficios, que pueda tener la modificación de esas modalidades.

39. El comercio, cuando proceda, debe emprender programas objetivos y pertinentes de educación e información del consumidor, o participar en ellos.

40. Teniendo en cuenta la necesidad de llegar a los consumidores rurales y a los consumidores analfabetos, los gobiernos deberán, cuando proceda, formular o alentar la formulación de programas de información del consumidor destinados a los medios de comunicación de masas.

41. Los gobiernos deben organizar o alentar la organización de programas de formación para educadores, profesionales de los medios de comunicación de masas y consejeros del consumidor, que les permitan participar en la ejecución de los programas de información y educación del consumidor.

G. Promoción de modalidades sostenibles de consumo

42. Consumo sostenible significa que las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes y futuras se satisfacen de modo tal que puedan sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental.

43. Puesto que la responsabilidad del consumo sostenible la comparten todos los miembros y organizaciones de la sociedad, los consumidores informados, los gobiernos, las empresas, los sindicatos y las organizaciones ecologistas y de consumidores desempeñan funciones particularmente importantes. Corresponde a los consumidores informados una función esencial en la promoción de modalidades de consumo que pueden sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental, incluso influyendo en los productores con sus decisiones. Los gobiernos deben promover la formulación y aplicación de políticas de consumo sostenible y la integración de esas políticas con otras políticas públicas. Las políticas públicas deberán formularse en consulta con el comercio, las organizaciones ecologistas y de consumidores y otros grupos interesados.

Al comercio incumbe la particularmente en beneficio de los grupos de consumidores de bajos ingresos de las zonas rurales y urbanas. Responsabilidad de promover el consumo sostenible mediante el diseño, producción y distribución de bienes y servicios. Las organizaciones ecologistas y de consumidores tienen la responsabilidad de promover la participación y el debate públicos en lo que respecta al consumo sostenible, informar a los consumidores y trabajar con los gobiernos y las empresas con miras a promover modalidades sostenibles de consumo.

44. Los gobiernos, en asociación con el comercio y las organizaciones pertinentes de la sociedad civil, deben formular y ejecutar políticas que contribuyan a promover modalidades sostenibles de consumo mediante una combinación de políticas que podrían abarcar reglamentos; instrumentos económicos y sociales; políticas sectoriales como las que rigen el uso de la tierra, el transporte, la energía y la vivienda; programas de información para sensibilizar al público sobre las repercusiones de las modalidades de consumo; la eliminación de subvenciones que contribuyan a fomentar modalidades no sostenibles de consumo y producción; y la promoción de prácticas mejores de ordenación del medio en sectores concretos.

45. Los gobiernos deben promover el diseño, la elaboración y la utilización de productos y servicios que ahorren energía y no sean tóxicos, teniendo en cuenta las repercusiones que puedan tener durante todo su ciclo vital. Los gobiernos deben promover programas de reciclaje que alienten a los consumidores a reciclar los desechos y a comprar productos reciclados.

46. Los gobiernos deben promover la formulación y aplicación de normas ecológicas nacionales e internacionales de salud y seguridad para productos y servicios; tales normas no deben dar lugar a restricciones comerciales injustificadas.

47. Los gobiernos deben alentar el ensayo independiente de los efectos de los productos en el medio ambiente.

48. Los gobiernos deben controlar, en condiciones de seguridad, el uso de sustancias perjudiciales para el medio ambiente y alentar el desarrollo de sucedáneos ecológicamente racionales de esas sustancias. Las nuevas sustancias potencialmente peligrosas deben someterse a ensayo antes de ser distribuidas, con objeto de determinar sus efectos a largo plazo en el medio ambiente.

49. Los gobiernos deben sensibilizar al público acerca de los beneficios para la salud de las modalidades sostenibles de consumo y producción, teniendo en cuenta los efectos directos en la salud de cada persona y los efectos colectivos de la protección del medio ambiente.

50. Los gobiernos, en asociación con el sector privado y otras organizaciones pertinentes, deben alentar la modificación de las modalidades no sostenibles de consumo mediante el desarrollo y la utilización de nuevos productos y servicios ecológicamente racionales y nuevas tecnologías, incluidas la tecnología de la información y las comunicaciones, que puedan satisfacer las

necesidades de los consumidores y contribuir a la vez a reducir la contaminación y el agotamiento de los recursos naturales.

51. Se alienta a los gobiernos a que creen mecanismos reguladores eficaces para proteger a los consumidores, que abarquen diversos aspectos del consumo sostenible, o a que fortalezcan los mecanismos existentes.

52. Los gobiernos deben considerar la posibilidad de usar diversos instrumentos económicos, como algunos instrumentos fiscales y la internalización de los costos ambientales, para promover el consumo sostenible, teniendo en cuenta las necesidades sociales y la necesidad de desalentar el empleo de prácticas no sostenibles y alentar el de prácticas más sostenibles, evitando al mismo tiempo que perjudiquen el acceso a los mercados, en particular el de los países en desarrollo.

53. Los gobiernos, en cooperación con las empresas y otros grupos pertinentes, deben elaborar indicadores, métodos y bases de datos para medir los progresos realizados en pro del consumo sostenible en todos los planos. Deberá procurarse que esa información sea de dominio público.

54. Los gobiernos y los organismos internacionales deben tomar la iniciativa introduciendo prácticas sostenibles en su propio funcionamiento, en particular mediante sus políticas de compras. Cuando proceda, en las compras del sector público se deben alentar la elaboración y el uso de productos y servicios ecológicamente racionales.

55. Los gobiernos y otras organizaciones pertinentes deben promover las investigaciones relativas al comportamiento del consumidor y los daños ambientales conexos a fin de determinar la forma de lograr modalidades de consumo más sostenibles.

H. Medidas relativas a esferas concretas

56. Al promover los intereses del consumidor, particularmente en los países en desarrollo, los gobiernos deberán, cuando proceda, dar prioridad a las esferas de interés esencial para la salud del consumidor, como los alimentos, el agua y los productos farmacéuticos. Deberán adoptarse o mantenerse políticas para lograr el control de calidad de los productos, medios de distribución adecuados y seguros, sistemas internacionales normalizados de rotulado e información, así como programas de educación e investigación en estas esferas. Deberán formularse directrices estatales respecto de esferas concretas en el contexto de las disposiciones del presente documento.

Alimentos

57. Al formular políticas y planes nacionales relativos a los alimentos, los gobiernos deben tener en cuenta la necesidad de seguridad alimentaria que tienen todos los consumidores y apoyar y, en la medida de lo posible, adoptar las normas del Codex Alimentarius de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación y la Organización

Mundial de la Salud o, en su defecto, otras normas alimentarias internacionales de aceptación general. Los gobiernos deben mantener, formular o mejorar las medidas de seguridad alimentaria, incluidos, entre otras cosas, los criterios de seguridad, las normas alimentarias y los requisitos nutricionales y los mecanismos de vigilancia, inspección y evaluación.

58. Los gobiernos deben promover políticas y prácticas agrícolas sostenibles, la conservación de la diversidad biológica y la protección del suelo y el agua, teniendo en cuenta los conocimientos tradicionales.

Agua

59. En el marco de los objetivos y propósitos enunciados para el Decenio Internacional del Agua Potable y del Saneamiento Ambiental, los gobiernos deben formular, mantener, o fortalecer políticas nacionales para mejorar el abastecimiento, la distribución y la calidad del agua potable.

Debe prestarse la debida atención a la elección de los niveles apropiados de servicios, calidad y tecnología, la necesidad de contar con programas de educación y la importancia de la participación de la comunidad.

60. Los gobiernos deben atribuir un alto grado de prioridad a la formulación y aplicación de políticas y programas relacionados con los usos múltiples del agua, teniendo en cuenta que el agua es muy importante para el desarrollo sostenible en general y que es un recurso finito.

Productos farmacéuticos

61. Los gobiernos deben elaborar o mantener normas y disposiciones adecuadas y sistemas de reglamentación apropiados para asegurar la calidad y el uso adecuado de los productos farmacéuticos mediante políticas nacionales integradas en materia de medicamentos, que pueden abarcar, entre otras cosas, la adquisición, la distribución, la producción, los mecanismos de concesión de licencias, los sistemas de registro y la disponibilidad de información fidedigna sobre los productos farmacéuticos. Al hacerlo, los gobiernos deben tener especialmente en cuenta la labor y las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud en materia de productos farmacéuticos. Para determinados productos, debe alentarse el uso del sistema de certificación de la calidad de los productos farmacéuticos objeto de comercio internacional, de esa organización, y de otros sistemas internacionales de información sobre productos farmacéuticos. Se deben adoptar también, según proceda, medidas para fomentar el uso de los medicamentos con sus denominaciones comunes internacionales, aprovechando la labor realizada por la Organización Mundial de la Salud.

62. Además de las esferas prioritarias indicadas, los gobiernos deben adoptar las medidas que proceda en otras esferas, como la de los plaguicidas y las sustancias químicas, con respecto, cuando proceda, a su uso, producción y almacenamiento, habida cuenta de la información pertinente en materia de salud y medio ambiente que los fabricantes deben proporcionar e incluir en el rotulado de los productos.

IV. Cooperación internacional

63. Los gobiernos deben ocuparse, especialmente en un contexto regional o subregional, de:

a) Establecer, examinar, mantener o fortalecer, según proceda, los mecanismos para el intercambio de información relativa a políticas y medidas nacionales en la esfera de la protección del consumidor;

b) Cooperar o alentar la cooperación en la aplicación de las políticas de protección del consumidor para conseguir mejores resultados en el marco de los recursos existentes. Como ejemplos de ese tipo de cooperación podrían citarse la colaboración en el establecimiento o utilización conjunta de instalaciones de ensayo, procedimientos comunes de ensayo, intercambio de información de interés para el consumidor y de programas de educación, programas conjuntos de capacitación y preparación conjunta de reglamentaciones;

c) Cooperar para mejorar las condiciones en que los productos esenciales se ofrecen a los consumidores, prestando la debida atención a los precios y a la calidad. Entre las formas que podría revestir esa cooperación figuran la adquisición conjunta de productos esenciales, el intercambio de información sobre las distintas posibilidades de adquisición y la adopción de acuerdos sobre especificaciones regionales para los productos.

64. Los gobiernos deben desarrollar o estrechar los vínculos de información en relación con los productos que han sido prohibidos, retirados o sometidos a restricciones rigurosas, a fin de que los países importadores puedan tomar precauciones adecuadas contra los efectos nocivos de esos productos.

65. Los gobiernos deben velar por que la calidad de los productos y la información relativa a los productos no varíe de un país a otro de manera que pueda tener efectos perjudiciales para los consumidores.

66. A fin de promover el desarrollo sostenible, los gobiernos, los organismos internacionales y las empresas deben colaborar en el desarrollo, la transferencia y la difusión de una tecnología ecológicamente racional, por ejemplo logrando que los países desarrollados presten el apoyo financiero necesario con ese fin, y también deben establecer mecanismos nuevos e innovadores

para financiar la transferencia de esa tecnología entre todos los países, en particular hacia los países en desarrollo y los países con economías en transición y entre esos países.

67. Los gobiernos y las organizaciones internacionales, cuando proceda, deben promover y facilitar la creación de capacidad en la esfera del consumo sostenible, sobre todo en los países en desarrollo y los países con economías en transición. En particular, los gobiernos deben también facilitar la cooperación entre los grupos de consumidores y otras organizaciones pertinentes de la sociedad civil, con miras a fomentar la capacidad en esa esfera.

68. Los gobiernos y los órganos internacionales, cuando proceda, deben promover los programas de educación e información del consumidor.

69. Los gobiernos deben esforzarse por que las políticas y las medidas adoptadas para proteger al consumidor se apliquen de manera que no se conviertan en barreras para el comercio internacional y sean compatibles con las obligaciones de ese comercio.

PROYECTO DE "LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO"

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

CAPITULO UNICO

OBJETO Y PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 1. (Objeto). La presente Ley tiene por objeto reconocer el valor jurídico y probatorio de:

a) Los actos jurídicos celebrados mediante medios electrónicos u otros de mayor avance tecnológico realizados por personas naturales, jurídicas, empresas colectivas o unipersonales, comunidades de bienes y otras entidades que constituyan una unidad económica sujeta a derechos y obligaciones.

b) El uso de firmas electrónicas debidamente certificadas por una Entidad de Certificación acreditada bajo lo estipulado en la presente ley.

c) Los actos civiles y comerciales que utilicen directa o indirectamente medios electrónicos u otros de mayor avance tecnológico para realizar actividades del comercio electrónico.

Artículo 2. (Ámbito de aplicación).

I. Los principios y normas establecidas en esta Ley se aplicarán a los actos jurídicos otorgados o celebrados a través de mensajes de datos y documentos electrónicos que den origen a contratos, operaciones o servicios.

Igualmente, será aplicable a todo tipo de información que tenga relación con la naturaleza de los servicios de la sociedad de la información utilizada en el contexto de actividades del comercio electrónico.

II. Las disposiciones contenidas en esta Ley no alteran, sino complementan las normas relativas a la celebración, formalización, validez, eficacia y extinción de los contratos y cualquier otro acto jurídico efectuado por medios electrónicos u otro de mayor avance tecnológico.

Tampoco altera las normas relativas al tipo de instrumento en que deba constar un acto jurídico.

III. Las disposiciones de la presente Ley se aplicarán en materia tributaria siempre y cuando no contravengan su normativa especial y respondan a los principios, naturaleza y fines de la misma.

IV. Quedan excluidas del ámbito de aplicación de la presente Ley las actividades realizadas en el marco del sistema de pagos, a través de medios electrónicos u otros de mayor avance tecnológico, correspondiendo al Poder Ejecutivo por intermedio del Banco Central de Bolivia establecer el marco normativo que brinde seguridad y operatividad al mismo.

Artículo 3. (Interpretación, aplicación y definiciones).

I. Las definiciones se encuentran contenidas en términos generales en el Glosario de Términos (Anexo) que forma parte de la presente disposición para facilitar su interpretación.

II. Por Reglamento se establecerán las definiciones técnicas. Dicho instrumento se sujetará a las siguientes directrices:

a) Las definiciones técnicas de cada una de las áreas que regula la presente ley, tomarán en cuenta los principios y alcances técnicos de esta disposición.

b) Toda complementación, modificación o actualización a las definiciones, se efectuará en función del avance tecnológico.

c) Tomará en cuenta los derechos adquiridos para otorgar seguridad jurídica a los usuarios del sistema.

III. Cualquier discrepancia, desacuerdo, reclamo o controversia relativa a materias reguladas por esta Ley que no esté expresamente establecida su forma de resolución, se dirimirá a través de la apreciación de la prueba de acuerdo a la valoración que le otorga el ordenamiento jurídico vigente.

Artículo 4. (Principios). Las actividades reguladas por esta Ley se sujetarán a los siguientes principios:

a) Neutralidad tecnológica, en virtud de la cual no favorece ni restringe el uso de ciertas tecnologías, en tanto y en cuanto cumplan los requisitos y presupuestos establecidos en las normas aplicables;

b) Asimilación jurídica, en el entendido de que los actos jurídicos celebrados por medios electrónicos, gozarán de la validez y eficacia jurídica reconocida para los medios convencionales vigentes;

c) Equivalente funcional, reconoce la misma validez jurídica y fuerza probatoria a los mensajes de datos, documentos electrónicos, firmas electrónicas y demás procedimientos tecnológicos respecto de los medios convencionales para manifestar la voluntad, hacer constar información por escrito e instrumentar un acto jurídico;

d) Compatibilidad internacional, observa concordancia, complementariedad

y armonización de las distintas normas y principios del derecho internacional en materia de comunicación de datos, contratación y firmas electrónicas.

Artículo 5. (Protección de datos personales).

I. La utilización de los datos personales respetará los derechos a la intimidad personal y familiar, imagen, honra, reputación, y demás derechos garantizados por la Constitución Política del Estado.

II. El tratamiento de datos personales en el sector público y privado en todas sus modalidades, incluyendo entre éstas las actividades de recolección, grabación, conservación, elaboración, modificación, bloqueo, cancelación, transferencias, consultas e interconexiones, requerirá del consentimiento previo, expreso e informado del titular, el que será brindado por escrito o por otro medio equiparable de acuerdo a las circunstancias. Este consentimiento podrá ser revocado cuando exista causa justificada para ello, pero tal revocatoria no tendrá efecto retroactivo.

III. Las personas a las que se les solicite datos personales deberán ser previamente informadas de que sus datos serán objeto de tratamiento, de la finalidad de la recolección de éstos; de los potenciales destinatarios de la información; de la identidad y domicilio del responsable del tratamiento o de su representante; y de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, actualización, cancelación, objeción, revocación y otros que fueren pertinentes. Los datos personales objeto de tratamiento no podrán ser utilizados para finalidades distintas de las expresadas al momento de su recolección.

IV. Los datos personales objeto de tratamiento solo podrán ser utilizados, comunicados o transferidos a un tercero, previo consentimiento del titular u orden escrita de autoridad competente. No será necesario el consentimiento del titular, cuando los datos personales se recojan para el ejercicio de las funciones propias de la Administración Pública en el ámbito de su competencia; cuando expresamente una ley lo prevea; cuando los datos figuren en fuentes de acceso público irrestricto, ni cuando el tratamiento tenga fines históricos, estadísticos o científicos, o derive de una relación contractual, negocial, laboral, administrativa o de negocio.

V. El responsable del tratamiento de los datos personales, tanto del sector público como del privado, deberá adoptar las medidas de índole técnica y organizativas necesarias que garanticen la seguridad de los datos personales y eviten su alteración, pérdida, tratamiento no autorizado, las que deberán ajustarse de conformidad con el estado de la tecnología, la naturaleza de los datos almacenados y los riesgos a que están expuestos, ya provengan de la acción humana o del medio físico o natural.

VI. Las definiciones, principios y procedimientos relativos al tratamiento de los datos personales se desarrollarán en una norma específica.

Artículo 6. (Consejo Interinstitucional).

I. Se creará un Consejo Interinstitucional de asesoramiento para coadyuvar en el diseño de políticas públicas a los Ministerios encargados de la promoción y difusión, desarrollo de políticas, estándares, reglamentos de la presente Ley.

II. Las atribuciones, coordinación, funcionamiento y otros aspectos inherentes del Consejo Interinstitucional se establecerán mediante reglamento.

III. El Consejo estará integrado por la Vicepresidencia de la República, a través de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia, los Ministerios de Relaciones Exteriores y Cultos, Hacienda, Justicia, Planificación del Desarrollo,

Centro de Promoción Bolivia; incorporando al sector privado, representado por las Cámaras de Comercio, el sector financiero representado por la Asociación de Bancos Privados de Bolivia, la sociedad civil involucrada en las nuevas tecnologías y de los PyMES. La presidencia del Consejo la ejercerá el representante de la Vicepresidencia de la República. El consejo estará integrado por un máximo de diez personas.

TÍTULO II

DOCUMENTOS Y CONTRATACION ELECTRONICA

CAPÍTULO I

REGLAS GENERALES

Artículo 7. (Reconocimiento jurídico).

I. En razón a su naturaleza jurídica, los documentos electrónicos podrán ser clasificados en:

- a) Documentos públicos firmados electrónicamente por personas que legalmente cuenten con la atribución y la facultad de dar fe pública, judicial, registra, notarial o administrativa, siempre y cuando actúen en el ámbito de sus competencias y de acuerdo a los requisitos exigidos por ley.
- b) Documentos expedidos y firmados electrónicamente por funcionarios públicos en el ejercicio de sus funciones, de conformidad a la legislación específica.
- c) Documentos privados.
- d) Documentos tributarios de acuerdo a la normativa específica.

II. No se negará efectos y validez jurídica y/o probatoria, a la información contenida en documentos por la sola razón de estar en forma electrónica, sea que la información se encuentre encriptada y/o cifrada, y respaldada por un certificado electrónico.

III. Los documentos electrónicos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos, siempre que se encuentren suscritos con firma electrónica. Su eficacia, valoración y efectos se someterán al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y sus reglamentos.

IV. La factura electrónica, la declaración jurada y otros documentos que no precisen de certificación expresa conforme a normativa tributaria, tendrán pleno valor probatorio.

Artículo 8. (Celebración por escrito). En todos los casos en que se exija que una información conste por escrito o deba ser presentada de esa forma, o bien se prevea la existencia de consecuencias jurídicas para el evento de que la información no conste por escrito, se entenderá que un documento electrónico cumple con el requisito de escrituración, cuando la información contenida en el mismo sea legible, esté íntegra, sea susceptible de ser archivada y recuperada en cualquier momento y sea posible la verificación del remitente o de su creador.

Artículo 9. (Exigencia de documento original).

I. Cuando para algún efecto legal se requiera que la información sea presentada y conservada en su forma original, se entenderá por original el soporte en el que por primera vez se consignó la información.

II. Este requisito quedará satisfecho cuando:

- a) Exista garantías fidedignas de que se ha conservado la integridad de la información a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como documento o en alguna otra forma.

b) Que la información pueda ser presentada a la persona con interés legítimo, si fuera requerida.

III. Este requisito se aplicará conforme lo dispuesto por el Código Civil, en todo lo que fuera pertinente.

Artículo 10. (Digitalización de documentos).

I. Mediante Resolución, la Máxima Autoridad Ejecutiva podrá disponer la digitalización total o parcial de la documentación cursante en archivos de su institución conforme lo dispuesto en la presente Ley y el reglamento correspondiente.

II. La digitalización de los documentos, no significa la destrucción del soporte papel, cuya conservación se regirá por las normas pertinentes.

III. Los documentos digitalizados se conservarán conforme lo establecido por el artículo 11 de esta Ley.

Artículo 11. (Conservación de documentos).

Los documentos serán conservados en un repositorio que reúna las siguientes condiciones y lo establecido en el artículo 51 de la presente Ley:

a) Que la información que contenga el documento sea accesible para su posterior consulta.

b) Que sea conservado con el formato en que se hubiera generado, enviado o recibido o con algún formato que demuestre la reproducción exacta de la información generada, enviada o recibida.

c) Que conserve todo dato que permita determinar el origen, el destino del documento electrónico, la fecha y hora en que fue creado, generado, procesado, enviado, recibido y archivado.

d) Que garantice la integridad del documento electrónico almacenado.

Artículo 12. (Conservación de registros y archivos judiciales). La conservación de registros y archivos judiciales podrá ser realizada mediante documentos electrónicos de acuerdo a los requisitos establecidos en la Ley y sus reglamentos

Artículo 13. (Notificaciones y actos procesales electrónicos).

I. Podrán practicarse notificaciones electrónicas, a cuyo fin, el sujeto a ser notificado deberá elegir como domicilio especial una dirección de correo electrónico de acuerdo al reglamento.

II. Los actos y actuaciones de las entidades públicas notificadas por medios electrónicos, deberán cumplir los procedimientos correspondientes, las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

III. En todos los casos, las notificaciones practicadas por medios electrónicos, deberán asegurar la autenticidad, integridad y no repudio, así como la constancia de la fecha y hora de su envío y recepción, conforme las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

IV. En las demandas, recursos o consultas interpuestas ante el Tribunal

Constitucional las partes podrán hacer uso de los medios electrónicos, en los siguientes actos procesales:

a. Admisión, defectos formales subsanables, rechazo y comunicaciones de resoluciones de los recursos presentados por vía electrónica.

b. Notificaciones a cuyo fin las partes establecerán domicilio procesal mediante correo electrónico.

V. Quien decida hacer uso de los medios electrónicos deberá contar con un certificado electrónico extendido por una entidad de certificación acreditada.

Artículo 14. (Equiparación).

I. A los efectos de esta Ley el correo electrónico personal se equipara a la correspondencia epistolar, estando comprendido dentro del alcance su inviolabilidad establecida en el ordenamiento jurídico vigente. La protección de los mensajes de datos abarca su creación, transmisión y almacenamiento.

II. Se exceptúan de la regulación del Parágrafo I, al correo electrónico laboral que tiene la calidad de herramienta de trabajo, por lo que la información contenida en el mismo y su titularidad le corresponden al empleador, que podrá acceder al contenido previa autorización judicial.

III. Las reuniones o juntas de directorio de carácter civil, comercial u otras podrán realizarse por videoconferencia u otros medios electrónicos equivalentes, teniendo el mismo valor jurídico y probatorio que las realizadas en presencia física de las personas, salvo que normativa específica o las partes dispongan lo contrario. A ese fin se levantara el acta mediante documento electrónico, que podrá ser suscrito con el uso de la firma electrónica.

CAPÍTULO II

DOCUMENTOS PÚBLICOS

Artículo 15. (Documentos y expedientes públicos electrónicos).

I. Dichos instrumentos públicos electrónicos deberán observar por analogía y en todo lo que fuere aplicable, los requisitos, formalidades y solemnidades exigidas por el Código Civil, la Ley 2341, demás normas pertinentes y lo establecido por reglamento.

II. Todas las actuaciones administrativas relativas a una misma solicitud o procedimiento, expresadas en documentos electrónicos, serán reunidas en un expediente electrónico, que deberá ser contemplado como tal en los sistemas de información que se desarrollen.

III. Los actos administrativos desarrollados en las instituciones públicas relacionadas a través de los medios electrónicos y que se refieran a un mismo asunto, se acumularán en un expediente electrónico y será contemplado como tal en los sistemas de información que se desarrollen.

Artículo 16. (Otorgación de escritura pública). Cuando para efectos legales se exija la existencia o el otorgamiento de una escritura pública, o bien se prevea consecuencias jurídicas para el evento de que falta dicha solemnidad, se entenderá que un documento electrónico cumple con esa exigencia si satisface las siguientes condiciones:

a) Que el Notario de Fe Pública dé fe del acto jurídico, mediante los medios establecidos en la presente Ley y sus reglamentos.

b) Que se haya utilizado un procedimiento que permita identificar a los comparecientes en el documento electrónico, para indicar que su contenido cuenta con la aprobación de aquellas, y que permita que las partes lo firmen electrónicamente y un Notario de fe Pública autorizará mediante una firma electrónica.

c) Que el método o procedimiento utilizado cumpla los requisitos exigidos por la Ley del Notariado, Código Civil y disposiciones aplicables, según la naturaleza del contrato.

Artículo 17. (Comparecencia por medios electrónicos). Cuando para efectos legales se exija la comparecencia física de una persona ante un Notario de Fe

Pública, este requisito quedará satisfecho siempre y cuando el funcionario notarial:

a) Reciba un mensaje de datos con firma electrónica que acredite la hora y fecha de envío.

b) Pueda tomar convicción de que la comparecencia de una persona por medios electrónicos u otros de mayor avance tecnológico se realiza en ese momento.

Artículo 18. (Archivos notariales).

I. Los archivos notariales deberán tener la calidad de archivo electrónico de las escrituras públicas otorgadas en soporte electrónico, así como de los documentos que deban protocolizarse o autenticarse de acuerdo a Ley y que formen parte del archivo y del soporte electrónico.

Para los efectos anteriores, el protocolo electrónico deberá cumplir los siguientes requisitos:

a) Los indicados en esta Ley para los originales que deban ser archivados en el protocolo electrónico.

b) Que permita al Notario cumplir con otras exigencias legales de orden tributario o judicial.

II. Tales archivos notariales, podrán ser llevados en forma electrónica siempre que se garantice el cumplimiento de las funciones previstas en esta Ley y demás disposiciones aplicables.

Artículo 19. (Sujeción a disposiciones especiales). Serán aplicables por analogía al protocolo y documentos extraprotocolares electrónicos, las disposiciones de la Ley del Notariado, de acuerdo a la naturaleza de los documentos y archivos electrónicos.

Artículo 20. (Función notarial). Todas las funciones de los Notarios de Fe Pública señaladas en las normas generales y especiales respectivas, salvo las que exijan la comparecencia personal del funcionario notarial para dar fe, podrán ser realizadas a través de medios electrónicos.

Artículo 21. (Ciclo vital de la información electrónica). El Administrador del Sistema Informático de cada institución generará un mecanismo automatizado de conservación y accesibilidad de los Documentos y Expedientes Electrónicos generados como resultado de la atención de los trámites y determinará la vigencia y custodia de la información, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

I. **Fase activa de la documentación electrónica.** Todos los documentos y expedientes que conserven el valor administrativo y fiscal (contable) de los actos administrativos, serán almacenados y administrados en los Archivos de Gestión Electrónicos.

II. **Fase inactiva de la documentación electrónica.** Todos los documentos y expedientes electrónicos que hubiesen prescrito en su valor administrativo y fiscal (contable), y por tanto ingresan en inactividad, se transferirán al Archivo Central Electrónico, para constituir la Memoria Institucional Electrónica.

III. **Fase de valor permanente.** Todos los documentos y expedientes electrónicos que hubiesen prescrito en su valor legal, por lo que ya no son necesarios para la administración que los ha creado y constituyen la memoria histórica de la Nación.

CAPÍTULO III

DESPACHO Y RECEPCIÓN DE MENSAJES DE DATOS

Artículo 22. (Asimilación Jurídica). Todos los actos jurídicos, podrán celebrarse por medios electrónicos, otorgándose la misma validez a los mensajes de datos respecto de la voluntad de las partes, que la reconocida jurídicamente para los medios convencionales vigentes.

Artículo 23. (Cumplimiento de formalidades). Cualquier actividad, operación comercial, financiera o de servicios, tales como declaraciones juradas, registros contables y otras, que se realicen a través de mensajes de datos, se someterán a los requisitos y solemnidades establecidos en la Ley que corresponda, a los reglamentos específicos y a lo establecido en la presente disposición en lo que fuere aplicable, adquiriendo el mismo valor y efectos jurídicos reconocidos por esta Ley.

Artículo 24. (Envío y recepción de los mensajes de datos). Salvo pacto en contrario, se presumirá que el tiempo y lugar de emisión y recepción del mensaje de datos, son los siguientes:

I. El momento de la emisión del mensaje de datos será cuando el mensaje de datos entre en un sistema de información que no esté bajo el control del iniciador o de la persona que envió el mensaje de datos en nombre del iniciador o del dispositivo electrónico autorizado para el efecto.

II. El momento de recepción de un mensaje de datos será cuando se produzca una de las siguientes condiciones:

a) Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de mensajes de datos, la recepción tendrá lugar en el momento en que entre el mensaje de datos en el sistema de información designado; o cuando se envíe el mensaje de datos a un sistema de información del destinatario que no sea el sistema de información designado, se producirá la recepción en el momento en que el destinatario recupere el mensaje de datos.

b) Si el destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción tendrá lugar al entrar el mensaje de datos en un sistema de información del destinatario.

III. El lugar de emisión y recepción de los mensajes de datos será el lugar donde las partes tienen sus domicilios legales, el domicilio que consta en el certificado de firma electrónica del emisor o del destinatario, o el domicilio establecido en el sitio Web del emisor o del destinatario. Si no se los pudiere establecer por estos medios, se tendrán por tales, el lugar de trabajo, o donde desarrollen el giro principal de sus actividades o la actividad relacionada con el mensaje de datos.

Artículo 25. (Acuse de recibo del mensaje de datos). Cuando el iniciador de un mensaje de datos condicione los efectos de dicho mensaje a la recepción de un acuse de recibo del o los mensajes de datos enviados por parte del destinatario, se aplicarán las reglas siguientes:

I. Cuando el iniciador no haya acordado con el destinatario que el acuse de recibo se realice en alguna forma determinada o utilizando un método determinado, se podrá acusar recibo mediante toda comunicación del destinatario, automatizada o no, o todo acto del destinatario considerado suficiente para indicar al iniciador que se ha recibido el mensaje de datos.

II. Cuando el iniciador haya indicado que los efectos del mensaje de datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo, se entenderá que el mensaje de datos no ha sido enviado, en tanto no se hubiera recibido el acuse de recibo.

III. Salvo en lo que se refiere al envío o recepción del mensaje de datos, el presente artículo no obedece al propósito de regir las consecuencias jurídicas que puedan derivarse de ese mensaje de datos o de su acuse de recibo.

Artículo 26. (Iniciador). Se entenderá que un mensaje de datos proviene del iniciador si ha sido enviado:

a) Por el iniciador o alguna persona facultada para actuar en nombre del iniciador respecto de ese mensaje de datos.

b) Por un sistema de información programado por el iniciador o en su nombre para que opere automáticamente.

CAPÍTULO IV

CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

Artículo 27. (Validez de los contratos electrónicos).

I. Los contratos civiles, comerciales y de otra naturaleza previstos en normas generales y especiales nominados o innominados, podrán ser instrumentados mediante documentos electrónicos. A ese fin, podrá tenerse en cuenta las regulaciones contenidas en los artículos 491, 492 y 493 del Código Civil vigente. No se negará efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a un contrato, a las manifestaciones de voluntad u otras declaraciones por la sola razón de estar en forma de uno o más mensajes de datos.

II. Lo dispuesto en el presente Capítulo no será aplicable a aquellos contratos en los cuales la Ley o el mismo contrato excluya expresamente la validez de los mensajes de datos.

Artículo 28. (Formación del contrato). En el marco de lo determinado por los artículos 455 y 462 del Código Civil y artículo 816 del Código de Comercio, si las partes no convinieran otra cosa, la oferta, contraoferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de mensajes de datos.

Artículo 29. (Perfeccionamiento).

I. La formación del consentimiento en los actos jurídicos se producirá cuando el iniciador reciba la aceptación del destinatario, mediante el envío del correspondiente mensaje de datos y se entenderá que el acto se ha perfeccionado en el lugar de la oferta o de la oferta modificada; si hubiera acuerdo especial, se tendrá como lugar de perfeccionamiento el que acordaren las partes.

II. El perfeccionamiento de los contratos electrónicos se someterá en todo lo que fuere aplicable a los requisitos y solemnidades previstos en el ordenamiento jurídico vigente.

III. La recepción, confirmación de recepción, o apertura del mensaje de datos, no implica aceptación del contrato electrónico, salvo acuerdo de las partes.

Artículo 30. (Jurisdicción).

I. En caso de controversia, las partes se someterán a la jurisdicción estipulada en el contrato. A falta de ésta, se sujetarán a las normas previstas en la normativa civil vigente, esta Ley y las normas especiales aplicables.

II. Para la identificación de la procedencia de un mensaje de datos, se utilizarán los medios tecnológicos disponibles, aplicando las disposiciones señaladas en esta Ley y demás normas aplicables.

Artículo 31. (Arbitraje). Se reconoce validez y eficacia jurídica a la cláusula arbitral acordada entre las partes a través de medios electrónicos.

CAPÍTULO V

REGLAS PROBATORIAS

Artículo 32. (Admisión y valoración).

I. Constituyen prueba plena los mensajes de datos, documentos electrónicos, contratos electrónicos, firmas electrónicas y certificados electrónicos u otro contenido en medios electrónicos que cumplan los requisitos establecidos en la presente Ley.

II. Para la admisión, valoración y efectos legales se observará lo dispuesto en la presente Ley, el Código Civil, Código de Comercio, Código de Procedimiento Civil, Ley de Procedimiento Administrativo y demás normas aplicables.

Artículo 33. (Fuerza probatoria). En función de los principios establecidos en la presente Ley, para otorgar fuerza probatoria a los mensajes de datos, documentos electrónicos, contratos electrónicos, firmas electrónicas, certificados electrónicos u otros contenidos en medios electrónicos, se deberá considerar lo siguiente:

- a) La fiabilidad de la forma en la que se haya generado.
- b) La fiabilidad de la forma en la que se haya archivado o comunicado el mensaje.
- c) La fiabilidad de la forma en la que se haya conservado la integridad y la autenticidad de la información.
- d) La forma en la que se identifique a su iniciador y cualquier otro factor pertinente que sea establecido en la presente Ley y sus reglamentos.

TÍTULO III

FIRMA ELECTRÓNICA, CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS, ENTIDAD

CERTIFICADORA Y ENTIDAD ACREDITADORA

CAPÍTULO I

FIRMA ELECTRÓNICA

Artículo 34. (Requisitos esenciales de la firma electrónica). El uso de la firma electrónica deberá cumplir con los siguientes requisitos: a) Que vincule exclusivamente el mensaje de datos o documento a su titular.

- b) Que permita verificar inequívocamente la autoría e identidad del signatario.
- c) Que el dispositivo de creación y verificación sea confiable, seguro e inalterable para el propósito para el cual fue generado y/o comunicado.
- d) Que los datos de creación de la firma estén, al momento de la firma bajo el control exclusivo del signatario y su posterior fiscalización.
- e) Que permita detectar cualquier alteración de esa información hecha después del momento de la firma.

Artículo 35. (Efectos).

I. La firma electrónica tendrá la misma fuerza, validez y efectos jurídicos que la ley otorga a la firma manuscrita, cuando ésta cumpla con los requisitos establecidos en el artículo 34 y se encuentre respaldada por un certificado electrónico vigente.

II. La vigencia y validez de la firma electrónica quedará sujeta a lo determinado por el artículo 44 de la presente Ley.

Artículo 36. (Presunciones). Se presume, salvo prueba en contrario, que toda firma electrónica pertenece al titular del certificado electrónico que permite la verificación de dicha firma, que el mensaje de datos o documento vinculado a la firma electrónica no ha sido modificado desde el momento de su envío, si el resultado del procedimiento de verificación así lo indica.

Artículo 37. (Uso de la firma electrónica en el sector público).

I. Con el objeto de salvaguardar las garantías procedimentales, las entidades del sector público, podrán establecer condiciones de uso adicionales a las determinadas para el uso de la firma electrónica, las que serán determinadas mediante reglamento por la Entidad Acreditadora.

II. La utilización de la firma electrónica en las comunicaciones que afecten a la información clasificada, a la seguridad pública o a la defensa nacional se regirá por normativa específica.

CAPÍTULO II

CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS

Artículo 38. (Requisitos de los certificados electrónicos).

I. Los requisitos de los certificados electrónicos emitidos o generados para respaldar la identidad del signatario deberán contener:

- a) El código identificativo único del certificado.
- b) La identidad y domicilio de la Entidad de Certificación que expide el certificado.
- c) La firma electrónica de la Entidad de Certificación o la entidad pública que expide el certificado.
- d) La identificación del signatario, en el supuesto de personas naturales, por su nombre y apellidos y su número de cédula de identidad o a través de un seudónimo, que permita la identificación del signatario.
- e) Los datos de verificación de firma que correspondan a los datos de creación de firma que se encuentren bajo el control del signatario.
- f) El comienzo y el fin del período de validez del certificado.

II. A los certificados electrónicos emitidos con un fin específico, se les deberá incorporar el propósito con el que se generan.

Artículo 39. (Certificados electrónicos de personas jurídicas).

I. Las personas jurídicas podrán solicitar certificados electrónicos a través de los representantes legales de acuerdo a lo determinado en la normativa civil y comercial.

II. La custodia de los datos de creación de firma asociados a cada certificado electrónico de persona jurídica será responsabilidad de la entidad solicitante.

III. Lo dispuesto en este artículo no será de aplicación a los certificados que se expidan en favor de los funcionarios de las entidades públicas, que estarán sujetas a la normativa reglamentaria específica.

Artículo 40. (Obligaciones del titular del certificado). El titular del certificado electrónico deberá cumplir con las siguientes obligaciones:

- a) Actuar con la debida diligencia y tomar las medidas de seguridad necesarias, para mantener los datos de creación de la firma electrónica, tal como la clave privada, bajo su estricto control, y evitar toda utilización no autorizada.
- b) Comunicar a la Entidad de Certificación, cuando exista el riesgo de que su firma sea controlada por terceros no autorizados por el titular y pueda ser utilizada indebidamente.
- c) Proporcionar los datos de su identidad personal u otras circunstancias objeto de certificación y brindar declaraciones exactas y completas.
- d) No utilizar los datos de creación de firma cuando haya expirado el período de validez del certificado electrónico o la Entidad de Certificación le notifique la extinción o revocatoria de su vigencia.
- e) Cumplir con las obligaciones establecidas en la presente Ley y sus reglamentos.

Artículo 41. (Derechos del titular del certificado). El titular del certificado electrónico tiene los siguientes derechos:

- a) A ser informado por la Entidad de Certificación, de las características generales de los procedimientos de creación y de verificación de firma electrónica, así como de las

reglas sobre prácticas de certificación y toda información generada que guarde relación con la prestación del servicio con carácter previo al inicio del mismo, así como de toda modificación posterior.

b) A la confidencialidad de la información proporcionada a la Entidad de Certificación. Para ello la Entidad de Certificación empleará los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y privacidad a la información aportada. Los usuarios tendrán derecho a recibir información de las características generales de dichos elementos, con carácter previo al inicio de la prestación del servicio.

c) A ser informado, antes de la emisión de un certificado, acerca del precio de los servicios de certificación, incluyendo cargos adicionales y formas de pago, de las condiciones precisas para la utilización del certificado, de las limitaciones de uso, de los procedimientos de reclamación y de resolución de litigios previstos en las leyes o los que se acordaren.

d) A que la Entidad de Certificación le proporcione la información sobre su domicilio en el país y sobre todos los medios a los que el titular pueda acudir para solicitar aclaraciones, dar cuenta del mal funcionamiento del, servicio contratado, o la forma en que presentará sus reclamos.

e) A ser informado, al menos con noventa (90) días de anticipación, por la Entidad de Certificación el cese de su actividad, con el fin de hacer valer su oposición al traspaso de los datos de sus certificados a otra Entidad de Certificación, en cuyo caso dichos certificados se extinguirán, o bien, para que tomen conocimiento de la extinción de los efectos de sus certificados, si no existiere posibilidad de traspaso a otra Entidad de Certificación, de acuerdo a reglamento.

f) A acceder por medios electrónicos en cualquier momento al Registro de Entidades de Certificación que mantendrá la Entidad Acreditadora.

g) A ser indemnizado y hacer valer los seguros comprometidos.

Artículo 42. (Certificados emitidos por entidades extranjeras).

I. Los certificados electrónicos emitidos por Entidades de Certificación extranjeras tendrán la misma validez y eficacia jurídica reconocida en la presente ley, siempre y cuando tales certificados sean reconocidos por una Entidad de Certificación nacional que garantice, en la misma forma que lo hace con sus propios certificados, el cumplimiento de los requisitos, el procedimiento, así como la validez y la vigencia del certificado.

II. Los certificados electrónicos emitidos por Entidades de Certificación extranjeras, que se encuentren reconocidas en virtud de un acuerdo bilateral o multilateral entre Bolivia y terceros países u organizaciones internacionales, previa a la autorización del Congreso de la República, tendrán el mismo valor legal que los certificados expedidos en el territorio nacional, aunque estos no hayan sido reconocidos por la Entidad Acreditadora.

Artículo 43. (Vigencia de los certificados electrónicos). El período de validez de los certificados electrónicos será adecuado a las características y tecnología empleada para generar los datos de creación de firma. Dicho período no podrá ser superior al fijado en el reglamento de la presente Ley.

Artículo 44. (Extinción de la vigencia de los certificados electrónicos).

I. Son causas de extinción de la vigencia de un certificado electrónico:

- a) Solicitud formulada por el signatario, un tercero legalmente autorizado por él, o a solicitud del representante legal de la persona jurídica.
- b) La extinción de capacidad de generar la firma electrónica.
- c) Expiración del período de validez que figura en el certificado.
- d) Fallecimiento del titular, extinción de la representación legal del signatario, incapacidad sobrevenida, disolución de la persona jurídica.
- e) Alteración de los datos aportados para la obtención del certificado o modificación de las circunstancias verificadas para la expedición del certificado, así como las relativas al cargo o a las facultades de representación.
- f) Resolución judicial o administrativa emanada por autoridad competente, debidamente comunicada a la Entidad de Certificación.
- g) Revocación.
- h) Cualquier otra causa prevista en la declaración de prácticas de certificación.

II. La extinción del certificado electrónico no exime a su titular de las obligaciones previamente contraídas derivadas de su uso.

III. La extinción de la vigencia de un certificado electrónico surtirá efectos contra terceros desde que se excluya del Registro actualizado de certificados de la Entidad de Certificación.

Artículo 45. (Revocación de la vigencia de los certificados electrónicos).

I. La Entidad de Certificación revocará la vigencia del certificado electrónico expedido si concurre alguna de las siguientes causas:

- a) A solicitud del signatario, sea la persona natural o el representante legal de la persona jurídica.
- b) Cuando compruebe la falsedad de los datos consignados por el titular del certificado.
- c) Cuando se produzca el incumplimiento del contrato celebrado entre la Entidad de Certificación y el titular de la firma electrónica.
- d) Por cualquier otra causa prevista en la Declaración de Prácticas de Certificación.

II. La revocación de la vigencia de un certificado electrónico surtirá efectos desde que se excluya del Registro actualizado de certificados de la Entidad de Certificación.

Artículo 46. (Certificados electrónicos con propósito específico).

I. En el marco de las atribuciones y funciones conferidas por la normativa especial a la Administración Tributaria y al Banco Central de Bolivia, en el ámbito de sus competencias podrán expedir certificados electrónicos con propósito específico para realizar lo siguiente:

- a) Acreditar y certificar a sus funcionarios para cumplir sus funciones en el marco de su normativa específica.
- b) Acreditar y certificar a los sujetos pasivos de la relación jurídica tributaria, para la Administración Tributaria.
- c) Acreditar y certificar a los participantes y administradores del Sistema de Pagos en el país, para el Banco Central de Bolivia.

II. La acreditación y certificación, realizada por estas entidades públicas, no se considerará como una actividad de una Entidad de Certificación.

Artículo 47. (Certificados electrónicos para el sector estatal).

I. La Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia, mediante convocatoria pública invitara a las instituciones del sector estatal a prestar el servicio

de certificación para el sector estatal, conforme las normas contenidas en la presente Ley.

II. La entidad certificadora acreditada, cubrirá todas aquellas relaciones que necesiten ser seguras en términos de garantía de autenticidad, integridad y no repudio, entre las distintas entidades del sector público, funcionarios públicos y los ciudadanos.

III. La entidad certificadora acreditada estará exenta de cumplir con lo establecido en el artículo 48.

CAPÍTULO III

ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN

Artículo 48. (Naturaleza jurídica de las entidades de certificación).

I. Podrán constituirse y operar como Entidades de Certificación, las personas jurídicas de derecho privado o público, nacionales o extranjeras, que cumplan los requisitos técnicos, económicos y legales establecidos en la presente Ley y sus reglamentos.

II. Las entidades públicas o privadas interesadas en la prestación de servicios de certificación electrónica, se sujetarán a las normas previstas en la presente Ley y sus reglamentos. La Entidad Acreditadora elaborará las normas pertinentes que regularán y detallarán su funcionamiento y tendrá a su cargo el control y fiscalización de las actividades desempeñadas por las Entidades de Certificación.

Artículo 49. (Requisitos generales para la prestación de servicios de certificación). La Entidad Acreditadora verificará que la Entidad de Certificación:

a) Cuenta con la experiencia y solvencia necesaria para prestar servicios de certificación.

b) Cuenta con un seguro de responsabilidad civil para responder por los daños y perjuicios que pudiera ocasionar la mala emisión de los certificados electrónicos.

Artículo 50. (Funciones). Las Entidades de Certificación de acuerdo a la presente Ley y sus reglamentos, podrán prestar los siguientes servicios:

a) Emitir o revocar certificados electrónicos.

b) Sellado de tiempo. Este servicio deberá ser acreditado técnicamente por la Entidad Acreditadora.

c) Notificaciones electrónicas.

d) Otros servicios que se les asigne mediante reglamento.

Artículo 51. (Obligaciones de las Entidades de Certificación). Las Entidades de Certificación tendrán las siguientes obligaciones:

a) Formular una Declaración de Prácticas de Certificación en la que detallarán en el marco de esta Ley y sus reglamentos, las obligaciones a cumplir en relación a la gestión de los datos de creación y verificación de firma y de los certificados electrónicos. La Declaración de Prácticas de Certificación estará disponible al público en forma fácil y gratuita, pudiendo utilizar para ello la vía electrónica.

b) Mantener un Registro Público actualizado de los certificados electrónicos eficiente y seguro, en el que se indicarán la situación de los certificados emitidos, sean vigentes, extinguidos o revocados.

c) Brindar un servicio de certificación electrónica permanente, inmediato, confidencial, oportuno y seguro.

d) La integridad del Registro actualizado de certificados electrónicos deberá estar protegido con mecanismos de seguridad adecuados.

- e) Conservar en forma de registro, toda la información y documentación relativa a un certificado electrónico y las declaraciones de prácticas de certificación vigentes en cada momento, al menos durante seis (6) años contados desde el momento de su expedición.
- f) No almacenar, copiar o duplicar las claves privadas de firma electrónica de una persona a la que hayan prestado sus servicios.
- g) Demostrar políticas de seguridad y utilizar sistemas confiables protegidos contra toda alteración, que garanticen la seguridad técnica y en su caso, criptográfica de los procesos de certificación a los que sirven de soporte.
- h) Facilitar a la Entidad Acreditadora toda la información y colaboración para el ejercicio de sus funciones.
- i) Estar acreditada por la Entidad Acreditadora.
- j) Asumir la responsabilidad en lo relativo al resguardo y protección de los datos personales contenidos en sus repositorios.
- k) Mantener informada a la Entidad Acreditadora de todo cambio o modificación que se hubiera producido, respecto de las condiciones que permitieron su acreditación.
- l) Proceder de forma inmediata, a la revocación de certificados electrónicos previo mandato de la Entidad Acreditadora, en los casos determinados en esta Ley y sus reglamentos.
- m) Publicar los métodos, técnicas, procesos y procedimientos aplicados por la entidad aseguradora, para la prestación de sus servicios.
- n) Cumplir con las demás obligaciones establecidas en esta Ley y sus reglamentos.

Artículo 52. (Seguridad, integridad y disponibilidad de la información).

Todo repositorio deberá garantizar la seguridad, integridad y disponibilidad de la información en el contenido, estar respaldada con copias de seguridad y cumplir las siguientes características:

- a) Estar respaldada con cada proceso de actualización de documentos.
- b) Mantener una copia de seguridad en el lugar de operación de los sistemas de información y otra en un centro de almacenamiento de datos electrónicos; en cuyo caso deberá cumplir con los requisitos establecidos en el parágrafo I del presente artículo.
- c) El esquema de respaldo deberá ser simple y basado en la generación de copias acumulativas, con el objeto de mantener la historia de la información en el mínimo de versiones posibles.

Artículo 53. (Revocación del certificado electrónico a solicitud de la Entidad Acreditadora).

I. La Entidad Acreditadora podrá solicitar la revocación de un certificado electrónico, cuando concurriera alguna de las siguientes causas:

- a) La Entidad de Certificación cese en sus actividades y los certificados vigentes no sean asumidos por otra Entidad de Certificación.
- b) Se produzca la quiebra técnica de la Entidad de Certificación declarada judicialmente.
- c) Por otras causas señaladas en esta Ley y sus reglamentos.

II. La revocatoria y sus causas deberán ser inmediatamente notificadas al titular del certificado por la Entidad Acreditadora.

III. Las consecuencias derivadas de la extinción y revocación de un certificado electrónico, serán precisadas por los reglamentos de esta Ley.

Artículo 54. (Responsabilidades).

I. Sin perjuicio de las sanciones previstas en la presente Ley, las Entidades de Certificación responderán por los daños y perjuicios que pudiesen causar por mala emisión de certificados electrónicos, negligencia en la revocatoria o actualización de los registros. Corresponderá a la Entidad de Certificación demostrar que actuó con la debida diligencia.

II. A los efectos de este artículo los contratos que suscriba una Entidad de Certificación con los usuarios, deberán incluir una cláusula de responsabilidad.

III. Las Entidades de Certificación responderán de acuerdo a los convenios de suscripción del servicio por los daños y perjuicios ocasionados a los usuarios derivados de la mala emisión de certificados electrónicos.

IV. Sin perjuicio de lo dispuesto en el parágrafo I, las Entidades de Certificación no serán responsables de los daños originados por el uso indebido o fraudulento de un certificado electrónico.

V. En ningún caso, la responsabilidad que pueda emanar de una certificación electrónica efectuada por una Entidad de Certificación privada comprometerá la responsabilidad, pecuniaria del Estado que la acredita.

Artículo 55. (Cesación de actividades).

I. Cuando una Entidad de Certificación cese en sus funciones, tiene la obligación de comunicar por escrito con noventa días calendario de anticipación a la Entidad Acreditadora, así como el destino de los certificados expedidos especificando con claridad, la situación en que se encuentran.

También comunicará cualquier otra circunstancia relevante que impida la continuación de su actividad.

Por reglamento se establecerá el procedimiento a seguir en estos casos.

II. En el plazo señalado en el parágrafo anterior, comunicará el cese de sus funciones a las personas naturales y jurídicas titulares de las firmas electrónicas, que hubieran utilizado los certificados electrónicos expedidos, pudiendo transferir con su consentimiento expreso, la gestión de los certificados electrónicos válidos a otra Entidad de Certificación de idénticas características.

CAPÍTULO IV

ENTIDAD ACREDITADORA

Artículo 56. (Entidad Acreditadora).

I. Para efectos de esta Ley, la Entidad Acreditadora, será el organismo encargado de autorizar, regular, fiscalizar y controlar a las Entidades de Certificación, de acuerdo a las facultades y atribuciones establecidas en la presente Ley y sus Reglamentos.

II. La Entidad Acreditadora actuará como autoridad normalizadora competente y podrá adaptar, reconocer y aprobar los estándares, formatos, instrucciones y códigos calificadores para los mensajes de datos.

III. A los efectos de la presente Ley la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB) será la Entidad Acreditadora.

Artículo 57. (Funciones).

I. La Entidad Acreditadora ejercerá las facultades que legalmente le han sido asignadas respecto de las Entidades de Certificación y tendrá como funciones:

a) Autorizar la actividad de las Entidades de Certificación en el territorio nacional.

- b) Velar por el funcionamiento y la eficiente prestación del servicio por parte de las Entidades de Certificación.
- c) Establecer, previa recomendación del Consejo Interinstitucional, los estándares tecnológicos y operativos de la infraestructura de la firma electrónica.
- d) Mantener, procesar, resguardar y custodiar el Registro de las Entidades de Certificación.
- e) Revocar o suspender la autorización para operar como Entidad de Certificación.
- f) Solicitar la información pertinente para el ejercicio de sus funciones.
- g) Imponer sanciones a las Entidades de Certificación en caso de incumplimiento o cumplimiento parcial de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio.
- h) Ordenar la suspensión o revocación de la autorización de funcionamiento a la Entidad de Certificación cuando emita certificados que no cumplen lo establecido en la presente ley y sus reglamentos;
- i) Emitir certificados en relación con las firmas electrónicas de las Entidades de Certificación.
- j) Designar los repositorios y Entidades de Certificación en los eventos previstos en la ley.
- k) Liquidar, recaudar y administrar las multas establecidas en la Ley y sus reglamentos.
- l) Realizar auditorias a las Entidades de Certificación.
- m) Dictar reglamentos sobre firma y certificados electrónicos en coordinación con el Consejo Interinstitucional.
- n) Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, competencia desleal y protección del consumidor, en los mercados atendidos por las Entidades de Certificación.
- o) Publicar en su sitio web, en forma permanente e ininterrumpida, los domicilios, números telefónicos y direcciones de Internet tanto de las Entidades de Certificación como los propios y su certificado electrónico.
- p) Supervisar la ejecución del plan de cese de actividades de las Entidades de Certificación que discontinúan sus funciones.
- q) Las demás atribuidas en la Ley y sus reglamentos.

II. Las Entidades de Certificación que no lleven a cabo la acreditación, quedarán sujetas a las facultades de inspección de la Entidad

Acreditadora, para los efectos de velar por el cumplimiento de las obligaciones correspondientes que establece esta Ley y sus reglamentos.

Artículo 58. (Registro obligatorio). Las Entidades de Certificación, con carácter previo a su funcionamiento, deberán solicitar su registro ante la Entidad Acreditadora, acompañando para el efecto la documentación legal y técnica que acredite su constitución.

Artículo 59. (Infracciones). La Entidad Acreditadora, aplicará a los infractores, las sanciones de apercibimiento, multa, suspensión temporal y revocatoria de la autorización de funcionamiento. La gradación de las sanciones, los montos y formas de pago se establecerán en el reglamento. Todo ello sin perjuicio de la responsabilidad penal que pudiere existir.

TÍTULO IV

COMERCIO ELECTRÓNICO
CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 60. (Servicios de la sociedad de la información). Son servicios de la sociedad de la información, todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario.

Asimismo, comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios.

Artículo 61. (Información general de los prestadores de servicios).

I. El prestador de servicios estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como de los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información:

a) Su nombre o denominación social; su residencia o domicilio, o en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en

Bolivia; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.

b) Los datos de su inscripción y/o constitución en el Registro de Comercio, reconocimiento de personería jurídica u otro documento que acredite su existencia jurídica.

c) El número de identificación tributaria que le corresponda.

d) Información clara y exacta sobre los precios de los productos o servicios, indicando si incluyen o no los impuestos aplicables y, en su caso, los gastos de envío.

e) En caso de la prestación de servicios profesionales regulados deber indicar el número de matrícula del colegio correspondiente.

II. La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador incluye en su sitio Web las condiciones señaladas en el párrafo I.

III. Toda otra información relativa a los diversos servicios y las operaciones comerciales realizadas por medios electrónicos estarán sujetas a la normativa pertinente.

Artículo 62. (Consentimiento para el uso de medios electrónicos). De requerirse que la información relativa a un servicio de comercio electrónico, deba constar por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si:

a) El consumidor ha consentido expresamente en el uso y no ha objetado tal consentimiento.

b) El consumidor en forma previa, a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción de forma clara y precisa, sobre:

i. Su derecho u opción de recibir la información en papel o por medios no electrónicos;

ii. Su derecho a objetar su consentimiento en lo posterior y las consecuencias de cualquier tipo al hacerlo, incluidas la terminación contractual o el pago de cualquier tarifa por dicha acción;

iii. Los procedimientos a seguir por parte del consumidor para retirar su consentimiento y para actualizar la información proporcionada; y,

iv. Los procedimientos para que, posteriormente al consentimiento, el consumidor pueda obtener una copia impresa en papel de los registros electrónicos y el costo de esta copia, en caso de existir.

Artículo 63. (Responsabilidad de los prestadores de servicios). Los prestadores de servicios están sujetos a la responsabilidad civil, penal y administrativa establecida con carácter general en el ordenamiento jurídico, sin perjuicio de lo dispuesto en esta Ley.

Artículo 64. (Confidencialidad en el comercio electrónico). Se prohíbe cualquier forma de interceptación o vigilancia de las comunicaciones relacionadas con el comercio electrónico, que no sea su remitente o su destinatario, salvo que esté legal y/o judicialmente autorizado.

Artículo 65. (De los diferendos y controversias).

I. Todos los conflictos y controversias emergentes de los servicios de la sociedad de la información, en particular del comercio electrónico, podrán ser resueltos por conciliación o arbitraje, incluyendo la nulidad y anulabilidad de los actos jurídicos.

II. Las Cámaras de Comercio deberán elaborar un conjunto de normas obligatorias, que enmarquen el Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva, a los cuales se podrán adscribir los prestadores de servicios de la sociedad de la información.

Artículo 66. (Promoción y difusión del comercio electrónico). Para efectos de la presente Ley, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Cultos y el Centro de Promoción Bolivia, serán los responsables de la promoción y difusión de los servicios electrónicos de Bolivia, en coordinación con los entes empresariales para impulsar la promoción económica, comercial e inversiones dentro y fuera del país.

CAPÍTULO II

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

EN EL AMBITO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Artículo 67. (Protección al consumidor).

I. Se establecerá un reglamento de protección al consumidor de comercio electrónico que describirá las condiciones mínimas para el desistimiento de la adquisición del bien o servicio, prestaciones, restricciones e información veraz y completa que debe poner a disposición del consumidor el proveedor de servicios.

II. El reglamento establecerá procedimientos para que los usuarios puedan presentar reclamos por la prestación de bienes y servicios.

Artículo 68. (Información al consumidor).

I. En la prestación de servicios electrónicos el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, así como de los equipos y programas que requiera para acceder a dichos servicios.

II. Cuando se trate de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados.

Artículo 69. (Derechos de los destinatarios de los mensajes de datos comerciales).

I. Si el destinatario de servicios debiera facilitar su dirección de correo electrónico durante el proceso de contratación o de suscripción a algún servicio, y el prestador de servicios pretendiera utilizarla posteriormente para el envío de mensajes de datos comerciales con otra finalidad, deberá poner en conocimiento de su cliente esa intención y solicitar su consentimiento para la recepción de dichos mensajes.

II. El destinatario podrá revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de mensajes de datos comerciales con la simple notificación de su voluntad al emisor.

III. Los prestadores de servicios deberán habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios de servicios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado. Asimismo, deberán facilitar información accesible por medios electrónicos sobre dichos procedimientos.

Artículo 70. (Consentimiento para aceptar mensajes de datos).

I. Previamente a que el consumidor exprese su consentimiento el prestador de servicios deberá cumplir con las disposiciones del presente título.

II. Si con posterioridad al consentimiento del consumidor existen cambios de cualquier tipo, incluidos cambios en equipos, programas o procedimientos, necesarios para mantener o acceder a servicios electrónicos, el prestador de servicios tiene la obligación de informarle y subsanar los mismos.

III. En el caso de que estas modificaciones afecten los derechos del consumidor, se le deberán proporcionar los medios necesarios para evitarle perjuicios, hasta la terminación del contrato o el acuerdo que motivó su consentimiento previo.

Artículo 71. (Publicidad).

I. La publicidad, promoción e información de servicios por medios electrónicos, se realizará de conformidad con la ley, y su incumplimiento será sancionado de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente.

II. En la publicidad y promoción por medios electrónicos, se asegurará que el consumidor pueda acceder a toda la información disponible sobre un bien o servicio, sin restricciones, en las mismas condiciones y con las facilidades disponibles para la promoción del bien o servicio de que se trate.

III. En el envío periódico de mensajes de datos con información de cualquier tipo, en forma individual o a través de listas de correo, directamente o mediante cadenas de mensajes, el emisor de los mismos deberá proporcionar medios rápidos para que el destinatario, en cualquier momento, pueda confirmar su suscripción o solicitar su exclusión de las listas, cadenas de mensajes o bases de datos, en las cuales se halle inscrito y que ocasionen el envío de los mensajes de datos referidos.

IV. La solicitud de exclusión es vinculante para el emisor desde el momento de la recepción de la misma. La persistencia en el envío de mensajes periódicos no deseados de cualquier tipo, se sancionará de acuerdo a lo dispuesto en la presente ley.

V. El usuario de medios electrónicos, podrá optar o no por la recepción de mensajes de datos que en forma periódica, sean enviados con la finalidad de informar sobre productos o servicios de cualquier tipo.

TÍTULO V

MODIFICACIONES AL CODIGO PENAL Y DELITOS INFORMÁTICOS

CAPÍTULO I

MODIFICACIONES AL CODIGO PENAL

Artículo 72. (Modificaciones al Código Penal). Se modifica el Código Penal, en los siguientes términos:

1. Inclúyase al artículo 179 bis del Código Penal lo siguiente:

Artículo 179 bis. "(DESOBEDIENCIA A RESOLUCIONES EN PROCESOS DE HABEAS CORPUS, HABEAS DATA Y AMPARO CONTITUCIONAL).

El funcionario o particular que no diere exacto cumplimiento a las resoluciones judiciales, emitidas en procesos de hábeas corpus, hábeas data o amparo constitucional, será sancionado con reclusión de dos a seis años y con multa de cien a trescientos días."

2. Sustitúyase el artículo 188 del Código Penal, por el siguiente:

Artículo 188. "(EQUIPARACIÓN DE VALORES A LA MONEDA).

A los efectos de la ley penal, quedan equiparados a la moneda:

1. Los billetes de Banco legalmente autorizados
2. Los bonos de la deuda nacional
3. Los valores, cédulas y acciones al portador, emitidos legalmente por los Bancos, entidades, compañías o sociedades autorizados para ello
4. Los cheques.

El presente artículo se aplicará también a los instrumentos señalados en los numerales 2, 3 y 4 que se encuentran digitalizados y representados en documentos electrónicos.

3. Añádase como segundo o tercer párrafo de los artículos 198 (FALSEDAD MATERIAL), 199 (FALSEDAD IDEOLÓGICA) y 200 (FALSIFICACIÓN DE DOCUMENTO PRIVADO) del Código Penal, lo siguiente:

"El presente artículo se aplicará también a los documentos electrónicos".

4. Sustitúyase el artículo 300° del Código Penal, por el siguiente:

Artículo 300°.- (VIOLACIÓN DE LA CORRESPONDENCIA Y PAPELES PRIVADOS)

El que indebidamente abriere una carta, un pliego cerrado, correo electrónico o una comunicación telegráfica, radiotelegráfica, telefónica u otros medios electrónicos, dirigidos a otra persona, o el que, sin abrir la correspondencia, por medios técnicos se impusiere de su contenido, será sancionado con reclusión de tres meses a un año o multa de sesenta a doscientos cuarenta días.

Con la misma pena será sancionado el que de igual modo se apoderare, ocultare o destruyere una carta, un pliego, un despacho, correo electrónico u otro papel privado, aunque estén abiertos, o el que arbitrariamente desviare de su destino la correspondencia que no le pertenece.

Se elevará el máximo de la sanción a dos años, cuando el autor de tales hechos divulgare el contenido de la correspondencia y despachos indicados".

5. Sustitúyase el artículo 301 del Código Penal, por el siguiente:

Artículo 301. "(VIOLACIÓN DE SECRETOS EN CORRESPONDENCIA NO DESTINADA A LA PUBLICIDAD)

El que grabare, utilizando cualquier método analógico o digital, las palabras de otro no destinadas al público, sin su consentimiento o el que mediante procedimientos técnicos escuchare manifestaciones privadas que no le estén dirigidas, o el que hiciere lo mismo con papeles privados o con una correspondencia epistolar, telegráfica o correo electrónico aunque le hubieren sido dirigidos, siempre que el hecho pueda ocasionar algún perjuicio, será sancionado con privación de libertad de tres meses a un año".

6. Añádase como segundo párrafo del artículo 362 del Código Penal, lo siguiente:

Artículo 362. "(DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD INTELECTUAL)

"Incurrirá en la misma sanción quién por medios electrónicos obtenga un beneficio indebido y en perjuicio ajeno:

1. El que incorpore por cualquier soporte electrónico una obra protegida sin la correspondiente autorización de los titulares de los derechos de propiedad intelectual o de sus concesionarios.
2. El que almacene definitivamente en un dispositivo interno o externo, o imprima en soporte papel una obra protegida sin la correspondiente autorización de los titulares de los derechos de propiedad intelectual o de sus concesionarios".

CAPÍTULO II

DELITOS INFORMÁTICOS

Artículo 73. (Delitos informáticos)

I. Sustitúyase el artículo 363° bis del Código Penal, por el siguiente:

"Artículo 363 bis.- (MANIPULACIÓN INFORMÁTICA) El que con la intención de obtener un beneficio indebido para sí o un tercero, incurra en la realización de una manipulación informática, ocasionando de esta manera una transferencia patrimonial en perjuicio de un tercero, será sancionado con reclusión de uno a cinco años y con multa de sesenta a doscientos días. Se entiende por manipulación informática, toda acción conducente a alterar en su contenido o forma los datos de entrada o de salida, los que se encuentran en proceso, o el proceso mismo de un sistema de información, o los que se encuentran almacenados en una base de datos de cualquier estructura, con el objetivo de obtener un resultado diferente al que se hubiera producido sin la intervención del autor, existiendo intencionalidad por parte del autor y sin la autorización expresa del titular de los datos de referencia.

II. Sustitúyase el artículo 363 ter del Código Penal, por el siguiente:

"Artículo 363 ter. "(ALTERACION, ACCESO Y USO INDEBIDO DE DATOS INFORMÁTICOS) El que sin estar autorizado o haciendo abuso de la autorización, se apodere, acceda, utilice, modifique, suprima, oculte o inutilice, datos almacenados en una computadora o en cualquier soporte informático, o que se encuentren en proceso de transmisión mediante cualquier sistema electrónico y/o informático de datos, ocasionando perjuicio al titular de la información o a un tercero u obtenga beneficio indebido, será sancionado con reclusión de seis meses a dos años".

III. Inclúyase como artículo 363 quater del Código Penal, el siguiente:

"Artículo 363 quater. (FALSIFICACIÓN Y SUPLANTACIÓN DE IDENTIDAD ELECTRÓNICA) Será sancionado con reclusión de uno a seis años, el que causando perjuicio ajeno u obteniendo beneficio para sí o un tercero:

1. Simule o altere un mensaje de datos en todo o en parte, utilizando una identidad física o electrónica que no le pertenece.
2. Altere el contenido de un mensaje de datos en algunos de sus elementos o etapas de transmisión.
3. Intercepte, interfiera y/o altere el proceso mismo de transmisión del mensaje de datos entre los titulares de origen y destino del mismo.

IV. Inclúyase como artículo 363 quinquies del Código Penal, el siguiente: "Artículo 363° quinquies.- (SABOTAJE INFORMÁTICO) Quien obstaculice, modifique o atente contra el normal funcionamiento de un sistema de información, impidiendo la ejecución de sus funciones, haciendo más lentos los mismos, mediante recursos físicos o lógicos; incurrirá en privación de libertad de uno a tres años".

V. Inclúyase como artículo 363 sexties del Código Penal, el siguiente:

"Artículo 363 sexties. (DISPOSICIÓN COMÚN) En los casos previstos por este Título, cuando fueren autores servidores públicos o las personas encargadas por su oficio o profesión de la administración de un sistema de información, se impondrá la sanción con privación de libertad de tres a seis años".

TÍTULO VI

DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera. (Sellado de tiempo). Con excepción de la Administración Tributaria, hasta que se aprueben los correspondiente Reglamentos de la presente Ley, la prestación del servicio de sellado de tiempo, deberá cumplir con los requisitos de seguridad e inalterabilidad exigidos para la firma electrónica y los certificados electrónicos.

Segunda. (Administración del comercio sin papeles). El Estado procurará poner a disposición del público en general en forma electrónica todos los documentos que tengan relación con el comercio. Se esforzará por aceptar los documentos de administración del comercio presentados electrónicamente como el equivalente legal de la versión en papeles de dichos documentos.

Tercera. (Medios técnicos en las entidades públicas). La incorporación de medios técnicos en las entidades públicas, se sujetará a las siguientes regulaciones:

- a) Las entidades públicas impulsarán el empleo y aplicación de las técnicas y medios electrónicos, informáticos, para el desarrollo de su actividad y el ejercicio de sus funciones y atribuciones;
- b) Cuando sea compatible con los medios técnicos de que dispongan las entidades públicas, los ciudadanos podrán relacionarse con ellas para ejercer sus derechos a través de los medios electrónicos, con respecto de las garantías y requisitos previstos en cada procedimiento;
- c) La Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de Información en Bolivia, coordinará las tareas y acciones para la creación del Equipo de Respuesta para Emergencias Informáticas en Bolivia, el cual estará encargado del monitoreo, vigilancia y respuesta frente a posibles ataques cibernéticos generados hacia y desde las redes electrónicas del Estado;
- d) Los procedimientos que se tramiten y terminen en soporte electrónico garantizarán la identificación y el ejercicio de la competencia por el órgano que la ejerce; y
- e) El Ministerio de Salud y Deportes impulsará y promoverá la implementación de la Historia Clínica Electrónica a nivel nacional; a este fin elaborará la reglamentación que sea necesaria.

CAPÍTULO II

DISPOSICIONES FINALES

Primera. (Vigencia). La presente Ley entrará en vigencia plena a los dieciocho meses después de su publicación en la Gaceta Oficial de Bolivia.

Segunda. (Consejo Interinstitucional).

I. Una vez publicada la presente Ley, la presidencia del Consejo Interinstitucional conformará el Consejo Interinstitucional y conformará con fines de elaboración del reglamento para su funcionamiento en un plazo máximo de sesenta días.

II. Al vencimiento del plazo establecido en el Parágrafo I precedente, el Consejo Interinstitucional conformará las comisiones necesarias para la elaboración de los reglamentos a los que hace referencia la presente Ley, en un plazo máximo de ciento veinte días para su aprobación.

III. Asimismo, el Consejo Interinstitucional planificará, coordinará y supervisará las actividades a ser desarrolladas para la implementación y difusión de la presente ley.

Tercera. (Derogaciones). A partir de la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, quedan derogadas todas las disposiciones contrarias a la presente disposición.

BIBLIOGRAFÍA.

CABANELLAS DE TORRES, Guillermo (2008), "Diccionario Jurídico Elemental" 14ta. Edición. Editorial Heliasta. Buenos Aires Argentina.

CORREA, Carlos M. (1994), "Derecho Informático" 1ra. Reimpresión. Ediciones Depalma. Buenos Aires.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, promulgada en fecha 25 de enero de 2009.

DECRETO SUPREMO N 0065, promulgada en fecha 3 de abril de 2009.

DIRECTRICES DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR. Versión ampliada de 1999. Departamento de asuntos Económicos y Sociales NN.UU.

DROMI, Roberto (2009), "Derecho Administrativo". Editorial Ciudad. Buenos Aires Argentina.

GUIBOURG, Ricardo A. (1996), "Manual de Informática Jurídica". Editorial Astrea. Buenos Aires Argentina.

MAYO, Marie Claude (1991), "Informática Jurídica". Editorial Jurídica de Chile. Santiago Chile.

MOSCOSO DELGADO, Jaime (2003), "Introducción al Derecho". Editorial Juventud. La Paz Bolivia.

MOSTAJO MACHICADO, Max (2006), "Guía, Metodológica, Estructura y Contenido Formal para la Elaboración de la Monografía, en la Modalidad de Graduación por Trabajo Dirigido".

OSSORIO, Manuel. Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Editorial Heliasta, Buenos Aires, 1989.

PAREDES MUNOS, Ana María “Como Exponer Una Investigación Universitaria”. Editorial Idea Graf. La Paz, Bolivia.

RESOLUCION MINISTERIAL N 68/09, “Reglamento de Atención y Gestión de Reclamos del VDUUC”. Promulgada en fecha 30 de abril de 2009.

SALAMANCA KASIC, Hugo Z. (2006), “Manual de Derecho Informático”. Editorial Watalo. La Paz, Bolivia.

TOBON, Samin Gilberto; Carácter Ideológico de la filosofía del Derecho y el Uso Alternativo del Derecho.

VALDA DAZA, Jorge José (2005), “Manual de Derecho Constitucional Argumento y Fundamento para una Asamblea Constituyente en Bolivia”. Producciones Cima. La Paz, Bolivia.

VIASCO EMILIO. (2000), “Análisis de los Denominados Derechos Básicos del Consumidor”. www.ccee.edu.uy.

www.mific.gob.ni. “Política de Defensa del Consumidor”, Ministerio de Fomento, Industria y Comercio de Nicaragua.

www.informatica-juridica.com, “CRIMINALIDAD INFORMÁTICA EN BOLIVIA”.

www.adsib.gob.bo PROYECTO DE LEY 080/2007"LEY DE DOCUMENTOS, FIRMAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO"