

Compendio Normativo MERCOSUR en materia de Defensa del Consumidor

Comité Técnico N° 7 “Defensa del Consumidor”

Resoluciones y Decisiones dictadas por los órganos decisorios
del MERCOSUR, obligatorias para los Estados Partes.



ÍNDICE GENERAL

RESOLUCIONES

MERCOSUR/GMC/RES. N° 123/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - CONCEPTOS..... 4

ANEXO 5

MERCOSUR/GMC/RES. N° 124/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - DERECHOS BÁSICOS..... 6

ANEXO 7

MERCOSUR/GMC/RES. N° 125/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR 8

ANEXO 9

MERCOSUR/GMC/RES. N° 126/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PUBLICIDAD 10

ANEXO 11

MERCOSUR/GMC/RES. N° 42/98

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - GARANTÍA CONTRACTUAL..... 12

ANEXO 13

MERCOSUR/GMC/RES. N° 21/04

DERECHO A LA INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LAS TRANSACCIONES COMERCIALES

EFFECTUADAS A TRAVÉS DE INTERNET..... 14

MERCOSUR/GMC/RES. N° 45/06

DEFENSA DEL CONSUMIDOR -PUBLICIDAD ENGAÑOSA 16

MERCOSUR/GMC/RES. N° 01/10

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE CONSUMIDORES Y USUARIOS - ASPECTOS

OPERATIVOS 18

MERCOSUR/GMC/RES. N° 34/11

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - CONCEPTOS BÁSICOS..... 19

MERCOSUR/GMC/RES. N° 04/17

PROCEDIMIENTO SOBRE ALERTA Y RETIRO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CONSIDERADOS

POTENCIALMENTE NOCIVOS O PELIGROSOS EN EL MERCOSUR 21

MERCOSUR/GMC/RES. N° 36/19

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PRINCIPIOS FUNDAMENTALES..... 25

MERCOSUR/GMC/RES. N° 37/19

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO 27

MERCOSUR/GMC/RES. N° 11/21

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR HIPERVULNERABLE 29

DECISIONES

MERCOSUR/CMC/DEC. N° 10/96

PROTOCOLO DE SANTA MARIA SOBRE JURISDICCION INTERNACIONAL EN MATERIA DE RELACIONES

DE CONSUMO..... 32

ANEXO AL PROTOCOLO DE SANTA MARIA SOBRE JURISDICCION INTERNACIONAL EN MATERIA DE

RELACIONES DE CONSUMO..... 37

MERCOSUR/CMC/DEC. N° 36/17

ACUERDO DEL MERCOSUR SOBRE DERECHO APLICABLE EN MATERIA DE CONTRATOS

INTERNACIONALES DE CONSUMO..... 38

INTERNALIZACIÓN DE NORMAS

TABLA DE INTERNALIZACIÓN POR LOS ESTADOS PARTES..... 42

ÍNDICE TEMÁTICO

CONCEPTOS, PRINCIPIOS Y DERECHOS

MERCOSUR/GMC/RES. N° 123/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - CONCEPTOS..... 4

MERCOSUR/GMC/RES. N° 34/11

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - CONCEPTOS BÁSICOS..... 19

MERCOSUR/GMC/RES. N° 11/21

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR HIPERVULNERABLE 29

MERCOSUR/GMC/RES. N° 36/19

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PRINCIPIOS FUNDAMENTALES..... 25

MERCOSUR/GMC/RES. N° 124/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - DERECHOS BÁSICOS..... 6

PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 125/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR 8

MERCOSUR/GMC/RES. N° 01/10

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE CONSUMIDORES Y USUARIOS - ASPECTOS OPERATIVOS 18

MERCOSUR/GMC/RES. N° 04/17

PROCEDIMIENTO SOBRE ALERTA DE RETIRO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CONSIDERADOS POTENCIALMENTE NOCIVOS O PELIGROSOS EN EL MERCOSUR..... 21

PROTECCION AL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

MERCOSUR/GMC/RES. N° 21/04

DERECHO A LA INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LAS TRANSACCIONES COMERCIALES EFECTUADAS A TRAVÉS DE INTERNET..... 14

MERCOSUR/GMC/RES. N° 37/19

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO 27

PROTECCIÓN CONTRACTUAL

MERCOSUR/GMC/RES. N° 42/98

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - GARANTÍA CONTRACTUAL..... 12

MERCOSUR/CMC/DEC. N° 10/96

PROTOCOLO DE SANTA MARIA SOBRE JURISDICCION INTERNACIONAL EN MATERIA DE RELACIONES DE CONSUMO..... 32

MERCOSUR/CMC/DEC. N° 36/17

ACUERDO DEL MERCOSUR SOBRE DERECHO APLICABLE EN MATERIA DE CONTRATOS INTERNACIONALES DE CONSUMO..... 38

REGULACIÓN DE PUBLICIDAD

MERCOSUR/GMC/RES. N° 126/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PUBLICIDAD 10

MERCOSUR/GMC/RES. N° 45/06

DEFENSA DEL CONSUMIDOR -PUBLICIDAD ENGAÑOSA 16

RESOLUCIONES

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 123/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - CONCEPTOS -

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Resolución N° 126/94 del Grupo Mercado Común, la Propuesta N° 9/96 de la Comisión de Comercio del Mercosur, y la Recomendación N° 1/96 del CT N° 7 “Defensa del Consumidor”

CONSIDERANDO:

Que se encuentra en curso en el ámbito del Mercosur un proceso de armonización de legislaciones en el área de Defensa del Consumidor;

Que se hace necesario progresar en ese proceso de armonización en materia de Defensa del Consumidor;

Que el Comité Técnico N° 7 (Defensa del Consumidor) de la Comisión de Comercio realizó avances en la elaboración del Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor;

Que la Comisión de Comercio acordó elevar progresivamente al Grupo Mercado Común los capítulos del proyecto de Reglamento Común que alcancen consenso, con vistas a registrar los avances logrados;

Que la armonización en esta materia es parcial, razón por la cual a medida que se avance en ese proceso se podrán considerar la complementación de los conceptos actualmente acordados y la realización de adecuaciones que los Estados Partes consideren necesarias;

EL GRUPO MERCADO COMUN RESUELVE:

Art. 1 - Aprobar los Conceptos contenidos en el Anexo a la presente Resolución en idioma Portugués y Español, que integrarán el Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor.

Art. 2 - Los Conceptos aprobados por la presente Resolución se aplican solamente a la normativa de Defensa del Consumidor del Mercosur.

Art. 3 - Instruir a la Comisión de Comercio a proseguir los trabajos de armonización de legislaciones sobre Defensa del Consumidor.

Art. 4 - Esta Resolución solamente será incorporada a los ordenamientos jurídicos nacionales y entrará en vigencia luego de la conclusión del Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor y de su respectivo Glosario.

XXIV GMC - Fortaleza 13/12/96

ANEXO CONCEPTOS

I - CONSUMIDOR: Consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella.

Equipáranse a consumidores a las demás personas, determinables o no, expuestas a las relaciones de consumo.

No se considera consumidor o usuario a aquel que sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

II - PROVEEDOR: Proveedor es toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera así como los entes despersonalizados en los Estados Partes cuya existencia esté contemplada en su ordenamiento jurídico, que desarrollen de manera profesional actividades de producción, montaje, creación seguida de ejecución, construcción, transformación, importación, distribución y comercialización de productos y/o servicios en una relación de consumo.

III - RELACIÓN DE CONSUMO: Relación de consumo es el vínculo que se establece entre el proveedor que, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final.

Se equipara a ésta la provisión de productos y la prestación de servicios a título gratuito cuando se realicen en función de una eventual relación de consumo.

IV - PRODUCTO: Producto es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial.

V - SERVICIO: Las precisiones sobre el concepto de servicios continuarán siendo objeto de armonización por los Estados Partes.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°123/96	-	Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 124/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - DERECHOS BASICOS -

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Resolución N° 126/94 del Grupo Mercado Común, la Propuesta N° 10/96 de la Comisión de Comercio del Mercosur, y la Recomendación N° 2/96 del CT N° 7 “Defensa del Consumidor”

CONSIDERANDO:

Que se encuentra en curso en el ámbito del Mercosur el proceso de armonización de legislaciones en el área de Defensa del Consumidor;

Que se hace necesario progresar en ese proceso de armonización en materia de Defensa del Consumidor;

Que el Comité Técnico N° 7 (Defensa del Consumidor) de la Comisión de Comercio realizó avances en la elaboración del Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor;

Que la Comisión de Comercio acordó elevar progresivamente al Grupo Mercado Común los capítulos del proyecto de Reglamento Común que alcancen consenso, con vistas a registrar los avances logrados;

Que la armonización en esta materia es parcial, razón por la cual a medida que se avance en ese proceso se podrán considerar nuevos derechos, la complementación de los actualmente acordados, inclusive con la elaboración de anexos interpretativos, así como la realización de adecuaciones que los Estados Partes consideren necesarias;

EL GRUPO MERCADO COMUN RESUELVE:

Art. 1 - Aprobar los Derechos Básicos del Consumidor contenidos en el Anexo a la presente Resolución en idioma Portugués y Español, que integrarán el Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor.

Art. 2 - Las precisiones sobre el derecho a la información, contenido en el dispositivo III del artículo anterior, continuarán siendo objeto de armonización por los Estados Partes.

Art. 3 - Los derechos referentes a la protección contra la publicidad abusiva, contra las cláusulas contractuales abusivas y a la facilitación de la defensa de los derechos del consumidor continuarán siendo objeto de tratamiento con vistas a su armonización en el ámbito del Comité Técnico N° 7.

Art. 4 - Instruir a la Comisión de Comercio a proseguir los trabajos de armonización de legislaciones sobre defensa del consumidor y a elaborar un Anexo Interpretativo de la presente Resolución.

Art. 5 - Esta Resolución solamente será incorporada a los ordenamientos jurídicos nacionales y entrará en vigencia luego de la conclusión del Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor y de su respectivo Glosario.

XIV GMC - Fortaleza, 13/12/96

ANEXO
DERECHOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR

Son derechos básicos de los consumidores:

- 1) A la protección de la vida, la salud y la seguridad contra los riesgos causados por las prácticas en el suministro de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;
- 2) A la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, quedando garantizadas la libertad de elegir y el tratamiento igualitario cuando contrate;
- 3) A la información suficiente y veraz sobre los distintos productos y servicios;
- 4) A la protección contra la publicidad engañosa, métodos comerciales coercitivos o desleales, en el suministro de productos y servicios, conforme a los conceptos que se establezcan en los capítulos correspondientes del reglamento común sobre defensa del consumidor
- 5) A la efectiva prevención y resarcimiento de los daños patrimoniales y morales, respecto de los derechos individuales y colectivos o de los intereses difusos;
- 6) Al acceso a organismos judiciales y administrativos para la prevención y el resarcimiento de los daños patrimoniales y morales, respecto de los derechos individuales y colectivos o de los intereses difusos, mediante procedimientos ágiles y eficaces, garantizándose la protección jurídica, administrativa y técnica de los necesitados;
- 7) A la asociación en organizaciones cuyo objeto específico sea la defensa del consumidor y a ser representado por ellas.
- 8) A la adecuada y eficaz prestación de los servicios públicos en general, por proveedores públicos o privados.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°124/96	LA NORMATIVA NO REQUIERE INCORPORACIÓN	

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. 125/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PROTECCION A LA SALUD Y SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR -

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Resolución N° 126/94 del Grupo Mercado Común, la Propuesta N° 11/96 de la Comisión de Comercio del Mercosur, y la Recomendación N° 3/96 del CT N° 7 “Defensa del Consumidor”

CONSIDERANDO:

Que se encuentra en curso en el ámbito del Mercosur un proceso de armonización de legislaciones en el área de Defensa del Consumidor;

Que se hace necesario progresar en ese proceso de armonización en materia de Defensa del Consumidor;

Que el Comité Técnico N° 7 (Defensa del Consumidor) de la Comisión de Comercio realizó avances en la elaboración del Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor;

Que la Comisión de Comercio acordó elevar progresivamente al Grupo Mercado Común los capítulos del proyecto de Reglamento Común que alcancen consenso, con vistas a registrar los avances logrados;

Que la armonización en esta materia es parcial, razón por la cual a medida que se avance en ese proceso se podrán considerar la complementación de los dispositivos actualmente acordados, inclusive con la elaboración de anexos interpretativos, así como la realización de adecuaciones que los Estados Partes consideren necesarias;

EL GRUPO MERCADO COMUN RESUELVE:

Art. 1 - Aprobar el capítulo sobre Protección a la Salud y Seguridad del Consumidor contenido en el Anexo a la presente Resolución en idioma Portugués y Español, que integrará el Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor.

Art. 2 - Instruir a la Comisión de Comercio a proseguir los trabajos de armonización de legislaciones sobre Defensa del Consumidor y a elaborar el Anexo Interpretativo de la presente Resolución.

Art. 3 - Esta Resolución solamente será incorporada a los ordenamientos jurídicos nacionales y entrará en vigencia luego de la conclusión del Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor y de su respectivo Glosario.

XIV GMC - Fortaleza, 13/12/96

ANEXO

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR

I - Los productos y servicios únicamente podrán ser colocados en el mercado de consumo por los proveedores cuando no presenten riesgos para la salud o seguridad de los consumidores, excepto los considerados normales y previsibles por su naturaleza y utilización.

Los proveedores no podrán colocar en el mercado de consumo productos o servicios que presenten para la salud o seguridad del consumidor alto grado de nocividad y peligrosidad, así considerado por las autoridades competentes en ámbito del MERCOSUR, cualquiera sea su uso o utilización.

II-- Los proveedores de bienes y servicios deben suministrar a los consumidores o usuarios, en forma cierta y objetiva, información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales, de acuerdo con la naturaleza de los mismos.

Tratándose de productos industriales, el fabricante deberá prestar las informaciones a que se refiere este artículo.

III - Todos los bienes y servicios, cuya utilización pueda suponer un riesgo, de aquellos considerados normales y previsibles por su naturaleza y utilización, para la salud o la integridad física de los consumidores o usuarios deben comercializarse observando las normas establecidas o razonables para garantizar la seguridad de los mismos.

IV - Los proveedores de productos o servicios peligrosos o nocivos para la salud o seguridad deberán informar, en forma ostensible y adecuada, sobre su peligrosidad o nocividad, sin perjuicio de la adopción de otras medidas que puedan tomarse en cada caso concreto.

Los proveedores de productos o servicios que, posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado de consumo, tengan conocimiento de su peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores mediante anuncios publicitarios.

V - Cuando uno de los Estados Partes tenga conocimiento de la peligrosidad o nocividad de productos o servicios para la salud o seguridad de los consumidores, deberá informarlo a los demás Estados Partes inmediatamente.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°125/96	-	Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 126/96

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - PUBLICIDAD -

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Resolución N° 126/94 del Grupo Mercado Común, la Propuesta N° 18/96 de la Comisión de Comercio del Mercosur y la Recomendación N° 4/96 del CT N° 7 (Defensa del Consumidor).

CONSIDERANDO:

Que se encuentra en curso en el ámbito del MERCOSUR un proceso de armonización de legislaciones en el área de Defensa del Consumidor;

Que se hace necesario progresar en ese proceso de armonización en materia de Defensa del Consumidor;

Que el Comité Técnico N° 7 (Defensa del Consumidor) de la Comisión de Comercio realizó avances en la elaboración del Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor;

Que la armonización en esta materia es parcial, razón por la cual a medida que se avance en ese proceso se podrán considerar la complementación de los conceptos actualmente acordados y la realización de adecuaciones que los Estados Partes consideren necesarias;

Que es necesario adoptar criterios objetivos que sirvan de base para determinar la naturaleza de una publicidad,

EL GRUPO MERCADO COMUN

RESUELVE:

Art. 1o - Aprobar el capítulo referente a la Publicidad, contenido en el Anexo a la presente Resolución, que integrará el Reglamento sobre Defensa del Consumidor.

Art. 2o - Las informaciones referentes a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio y condiciones de comercialización, mencionadas en el punto II) del Anexo, seguirán siendo objeto de tratamiento, con la finalidad de precisar su sentido y alcance.

Art. 3o - El concepto de publicidad abusiva continuará siendo objeto de armonización por los Estados Partes.

Art. 4o - Instruir a la Comisión de Comercio a proseguir los trabajos de armonización de legislaciones sobre el tema.

Art. 5o - Esta Resolución solamente será incorporada a los ordenamientos jurídicos nacionales y entrará en vigencia luego de la conclusión del Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor y de su respectivo Glosario.

XXIV GMC - Fortaleza, 13/12/96

ANEXO PUBLICIDAD

I) Toda publicidad debe ser transmitida y divulgada de tal forma que el consumidor inmediatamente la identifique como tal.

II) Queda prohibida cualquier publicidad engañosa.

Se entenderá por publicidad engañosa cualquier modalidad de información, difusión o comunicación de carácter publicitario que sea entera o parcialmente falsa, o que de cualquier otro modo, inclusive por omisión de sus datos esenciales, sea capaz de inducir a error al consumidor, cuando se suministren informaciones con respecto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio, condiciones de comercialización, y cualesquiera otros datos esenciales sobre productos y servicios que sean necesarios para decidir una relación de consumo.

III) La publicidad comparativa será permitida siempre que sean respetados los siguientes principios y límites:

- a) que no sea engañosa;
- b) su principal objetivo sea el esclarecimiento de la información al consumidor;
- c) tenga como principio básico la objetividad en la comparación y no datos subjetivos, de carácter psicológico o emocional;
- d) la comparación sea pasible de comprobación;
- e) no se configure como competencia desleal, desprestigiando la imagen de productos, servicios o marcas de otras empresas;
- f) no establezca confusión entre los productos, servicios o marcas de otras empresas.

IV) No será permitida la publicidad comparativa cuando su objetivo sea la declaración general e indiscriminada de la superioridad de un producto o servicio sobre otro.

V) Los cargos de la prueba de la veracidad y corrección de la información o comunicación publicitaria recaerá sobre el anunciante.

VI) Cada Estado Parte, internamente, podrá exigir que el proveedor de productos y servicios mantenga en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos fácticos, técnicos y científicos que sustentan en el mensaje publicitario.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°126/96	-	Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 42/98

DEFENSA DEL CONSUMIDOR GARANTÍA CONTRACTUAL

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Resolución N° 127/96 del Grupo Mercado Común y la Propuesta N° 14/98 de la Comisión de Comercio del Mercosur.

CONSIDERANDO:

Que se encuentra en curso en el ámbito del MERCOSUR el proceso de armonización de legislaciones en el área de Defensa del Consumidor y que es necesario registrar avances en este proceso.

Que el Comité Técnico N° 7 (Defensa del Consumidor) de la Comisión de Comercio, en cumplimiento de la metodología de trabajo establecida por la CCM, viene desarrollando negociaciones sobre temas específicos.

Que la armonización en esta materia es parcial, razón por la cual en la medida en que se avance en este proceso se podrá considerar la complementación de conceptos actualmente acordados y la realización de las adecuaciones que los Estados Partes consideren necesarias.

EL GRUPO MERCADO COMÚN RESUELVE:

Art. 1 - Aprobar las normas referentes a la Garantía Contractual, en sus versiones en español y portugués, que figuran en el Anexo a la presente Resolución.

Art. 2 - La Garantía Legal de los productos y servicios continuará siendo objeto de armonización entre los Estados Partes.

Art. 3 - Instruir a la Comisión de Comercio a proseguir los trabajos de armonización de legislaciones sobre otros temas.

Art. 4 - La presente Resolución deja sin efecto la Resolución GMC N° 127/96.

Art. 5 - Los Estados Partes del Mercosur deberán incorporar la presente Resolución a sus ordenamientos jurídicos internos antes de 31/12/1999.

XXXII GMC – Rio de Janeiro, 8/XII/98

ANEXO

GARANTIA CONTRACTUAL

Art. 1º.- Cuando el proveedor de productos y servicios ofrezca garantía, deberá extenderla por escrito, estandarizada para productos idénticos, en el idioma del país de consumo, español o portugués, sin perjuicio que además de éstos puedan utilizarse otros idiomas, debiendo ser de fácil comprensión, con letra clara y legible, e informar al consumidor sobre el alcance de los aspectos más significativos de la misma. No se requiere forma preestablecida para la garantía.

Art. 2º.- El certificado de garantía deberá contener como mínimo las siguientes informaciones:

- a) identificación de quien ofrece la garantía;
- b) identificación del fabricante o importador del producto o prestador de servicio;
- c) identificación precisa del producto o servicio con sus especificaciones técnicas;
- d) condiciones de validez de la garantía, su plazo y coberturas, especificando las partes del producto o servicio que serán cubiertas por la garantía;
- e) domicilio y teléfono, en el país de consumo, de quienes estén obligados contractualmente a prestar la garantía;
- f) condiciones de reparación del producto o servicio, con especificación del lugar en donde se efectivizará la garantía;
- g) costos a cargo del consumidor , si los hubiese, y
- h) lugar y fecha de provisión del producto o servicio al consumidor.

Art. 3º. El certificado de garantía deberá ser completado por el proveedor y entregado con el producto o en el momento de finalizarse la prestación del servicio, conjuntamente con el manual de instrucción, instalación y uso, cuando corresponda, el que tendrá las características establecidas en el artículo 1º del presente Anexo.

Art. 4º. Para los fines de la presente Resolución, se considerará consumidor a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza como destinatario final el producto o servicio garantizado.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°42/98	Argentina, Brasil, Paraguay, y Uruguay	-

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 21/04

DERECHO A LA INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LAS TRANSACCIONES COMERCIALES EFECTUADAS A TRAVÉS DE INTERNET

VISTO: el Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto y la Decisión CMC N° 20/02 y la Resolución N° 91/93 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que la protección del consumidor es un tema prioritario en el proceso de integración, y complementa los esfuerzos de los países para la continua y eficiente defensa del consumidor

Que las relaciones de consumo por medios electrónicos, especialmente a través de INTERNET, han crecido notoriamente en los países del MERCOSUR;

Que la protección del consumidor en las relaciones de consumo realizadas a través de INTERNET favorece la generación de confianza en la utilización de este tipo de medios.

Que el derecho a la información del consumidor es un factor de transparencia que facilita la toma de decisiones del consumidor.

EL GRUPO MERCADO COMÚN RESUELVE:

Art. 1 - En las relaciones de consumo realizadas por comercio electrónico a través de INTERNET, debe garantizarse a los consumidores durante todo el proceso de la transacción comercial, el derecho a la información clara, precisa, suficiente y de fácil acceso sobre el proveedor del producto o servicio; sobre el producto o servicio ofertado; y respecto a las transacciones electrónicas involucradas.

La presente norma será aplicable a todo proveedor radicado o establecido en alguno de los Estados Partes del MERCOSUR.

Art. 2 - El proveedor deberá proporcionar al consumidor, en su sitio en INTERNET, en forma clara, precisa y fácilmente advertible, la información que a continuación se detalla:

- a) características del producto o servicio ofrecido conforme a su naturaleza;
- b) la disponibilidad del producto o servicio ofrecido, así como las condiciones de contratación del mismo y en su caso las restricciones y limitaciones aplicables;
- c) el modo, el plazo, las condiciones y la responsabilidad por la entrega;
- d) los procedimientos para cancelación de la contratación y acceso completo a los términos de la misma antes de confirmar la transacción;
- e) el procedimiento de devolución, intercambio y/o información sobre la política de reembolso, indicando el plazo y cualquier otro requisito o costo que derive del mencionado proceso;
- f) el precio del producto o servicio, la moneda, las modalidades de pago, el valor final, el costo del flete y cualquier otro costo relacionado con la contratación, dejando expresa constancia que los posibles tributos de importación que resulten aplicables, no se encuentran incluidos en el mismo;
- g) advertencias sobre posibles riesgos del producto o servicio;
- h) el procedimiento para la modificación del contrato, si ello fuera posible.

La información prevista en el presente artículo deberá constar en los dos idiomas oficiales de MERCOSUR cuando el proveedor realice transacciones con consumidores de alguno de los Estados Parte cuyo idioma sea distinto al del país de radicación del proveedor.

Art. 3 - Además de la información mencionada en el artículo anterior, el proveedor deberá proporcionar al consumidor en su sitio en INTERNET, en forma clara, precisa, y de fácil acceso, al menos, la siguiente información:

- a) denominación completa del proveedor;
- b) domicilio y dirección electrónica del proveedor;
- c) número telefónico de servicio de atención al cliente y, en su caso, número de fax y/o correo electrónico;
- d) identificación del proveedor en los registros fiscales y/o comerciales que correspondan;
- e) la identificación de los registros de los productos sujetos a sistemas de autorización previa.
- f) el plazo, la extensión, las características y las condiciones a la que esta sujeta la garantía legal y/o contractual del producto según corresponda;
- g) copia electrónica del contrato;
- h) el nivel de seguridad utilizado para la protección permanente de los datos personales;
- i) la política de privacidad aplicable a los datos personales;
- j) métodos aplicables para resolver controversias, si estuvieran previstos
- k) las lenguas ofrecidas para la celebración del contrato.

Art. 4.- El proveedor deberá otorgar al consumidor, en forma clara, precisa y de fácil acceso, los medios técnicos para identificar y corregir errores de introducción de datos antes de efectuar la transacción y un mecanismo de confirmación expresa de la decisión de efectuar la transacción, a efectos de que el silencio del consumidor no sea considerado como consentimiento.

Art. 5 - El proveedor deberá indicar al consumidor, en su sitio en INTERNET: un modo de consulta electrónico de la legislación de defensa al consumidor aplicable al proveedor; la dirección electrónica del organismo nacional de aplicación de la misma, y referencia a los códigos de conducta a los que estuviera adherido.

Art. 6 - Las autoridades nacionales de cada Estado Parte, responsables de la defensa del consumidor, intercambiarán la información necesaria para facilitar la aplicación de la presente normativa.

Art. 7 - Los órganos que incorporarán la presente Resolución en cada uno de los Estados Partes son las siguientes:

Argentina: Secretaría de Coordinación Técnica del Ministerio de Economía y Producción
Brasil: Ministerio de Justicia
Paraguay: Ministerio de Industria y Comercio
Uruguay: Ministerio de Economía y Finanzas

Art. 8 - Los Estados Partes del MERCOSUR deberán incorporar la presente Resolución a sus ordenamientos jurídicos nacionales antes del 30/VI/05.

LV GMC – Brasilia, 08/X/04

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°21/04	Argentina, Brasil y Uruguay	Paraguay

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 45/06

DEFENSA DEL CONSUMIDOR -PUBLICIDAD ENGAÑOSA-

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto y la Resolución N° 126/96 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que la protección del consumidor con relación a la publicidad y el derecho de información se encuentran dentro de los temas prioritarios;

Que sin perjuicio de continuar armonizando los diversos aspectos relacionados con los derechos y obligaciones referidos a los efectos de la publicidad sobre los consumidores, se hace necesario instituir mecanismos de protección de los consumidores en esta cuestión;

Que se hace necesario avanzar en el proceso de armonización en esta materia.

EL GRUPO MERCADO COMÚN RESUELVE:

Art. 1 - Toda publicidad debe ser transmitida y divulgada de tal forma que el consumidor inmediatamente la identifique como tal, independientemente del medio de comunicación utilizado.

Art. 2 - Está prohibida toda publicidad engañosa entendida esta como cualquier modalidad de información, difusión o comunicación de carácter publicitario que sea entera o parcialmente falsa, o que de cualquier otro modo, inclusive por omisión de sus datos esenciales, sea capaz de inducir a error a los consumidores de cualquiera de los países, cuando la provisión de información refiera a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio, condiciones de comercialización o cualquier otro dato esencial sobre productos y servicios que sean necesarios para decidir una relación de consumo.

Art. 3 - La carga de la prueba de la veracidad y corrección de la información o comunicación publicitaria recaerá sobre el anunciante.

Art. 4 - Cada Estado Parte, internamente, podrá exigir que el proveedor de productos y servicios mantenga en su poder, para la información de los legítimos interesados, los datos fácticos, técnicos y científicos, que den sustento al mensaje publicitario.

Art. 5 - Cada Estado Parte puede mantener la materia de defensa o protección del consumidor regulada por esta Resolución, disposiciones más rigurosas para garantizar un nivel de protección más elevado al consumidor en su territorio. Esta Resolución se aplicará observando los criterios de las "Directrices para la Protección del Consumidor" de las Naciones Unidas (Resolución ONU N° 39/248, ampliadas en el año 1999.)



Art. 6 - Los Organismos Nacionales competentes para la implementación de la presente Resolución son:

Argentina: Ministerio de Economía y Producción, Secretaría de Coordinación Técnica

Brasil: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça

Paraguay: Dirección General de Defensa del Consumidor del Ministerio de Industria y Comercio

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

Art. 7 - Los Estados Partes deberán incorporar la presente Resolución a sus ordenamientos jurídicos nacionales.

LXV GMC - Brasilia, 24/XI/06

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°45/06	Brasil y Uruguay	Argentina y Paraguay

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 01/10

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE CONSUMIDORES Y USUARIOS - ASPECTOS OPERATIVOS

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto y la Resolución N° 125/96 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que la protección de la salud y la seguridad de los consumidores y usuarios se encuentran dentro de los temas prioritarios del proceso de integración.

Que se encuentra en curso en el ámbito del MERCOSUR el proceso de armonización de las legislaciones en el área de Defensa del Consumidor.

Que, sin perjuicio de continuar armonizando los diversos aspectos vinculados con los derechos y obligaciones relacionados con la salud y la seguridad de los consumidores y usuarios, es conveniente arbitrar mecanismos de información al respecto entre los Estados Partes.

Que se hace necesario avanzar en dicho proceso de armonización en esta materia.

EL GRUPO MERCADO COMÚN

RESUELVE:

Art. 1 - Los proveedores de productos o servicios que, posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado de consumo, tengan conocimiento de su peligrosidad o nocividad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades nacionales competentes del país que se trate y a los consumidores y usuarios del mismo, mediante anuncios publicitarios, sin perjuicio de otras medidas que cada Estado Parte pueda determinar.

Art. 2 - Cuando cualquier Estado Parte tenga conocimiento debidamente fundado de la peligrosidad o nocividad de productos o servicios para la salud o la seguridad de los consumidores y usuarios, con base en estudios o evaluaciones técnicas, deberá informarlo en forma inmediata a los demás Estados Partes. Se podrá remitir la información sin la fundamentación técnica correspondiente, cuando la comunicación de la nocividad o peligrosidad fuere realizada por el fabricante. Los Estados Partes tendrán la facultad de informar las investigaciones que estén instruyendo sobre los productos peligrosos o nocivos, con los antecedentes que estimen adecuados. En todos los casos, el Estado receptor evaluará la difusión de la información recibida.

Art. 3 - Cada Estado Parte implementará y canalizará las previsiones de los artículos anteriores bajo las condiciones y por intermedio de los organismos que estime pertinentes y lo comunicará a los demás Estados Partes.

Art. 4 - Quedan exceptuados de cumplir las obligaciones previstas en los artículos 1 y 2 de la presente Resolución los proveedores y/o Estados Partes que, con base en la especificidad del producto o servicio y de conformidad con la normativa MERCOSUR correspondiente, deban cursar otras comunicaciones o notificaciones sobre peligrosidad o nocividad de productos o servicios a los organismos nacionales competentes y/o a los Estados Partes.

Art. 5 - Esta Resolución deberá ser incorporada al ordenamiento jurídico de los Estados Partes antes del 15/X/2010.

LXXIX - Buenos Aires, 09/IV/2010.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°01/10	Argentina, Paraguay y Uruguay	Brasil

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 34/11

DEFENSA DEL CONSUMIDOR - CONCEPTOS BÁSICOS

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Decisión N° 64/10 del Consejo del Mercado Común y las Resoluciones N° 123/96 y 124/96 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que se encuentra en curso en el ámbito del MERCOSUR el proceso de armonización de legislaciones en el área de defensa del consumidor.

Que es necesario avanzar e impulsar acciones en el marco de la protección de los derechos del consumidor.

Que sin perjuicio de continuar en esta tarea de armonización a los efectos de la normativa MERCOSUR de defensa del consumidor, deviene pertinente actualizar los conceptos básicos referidos a la protección del consumidor.

EL GRUPO MERCADO COMÚN RESUELVE:

Art. 1 - Adoptar las siguientes definiciones y conceptos aplicables a las relaciones de consumo en los Estados Partes:

A) CONSUMIDOR

Consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en una relación de consumo o como consecuencia o en función de ella. No se considera consumidor aquel que sin constituirse en destinatario final adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos como insumo directo a otros productos o servicios en proceso de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

B) PROVEEDOR

Proveedor es toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, privada o pública, y en este último caso estatal o no estatal, así como los entes despersonalizados de la Administración Pública de los Estados Partes, que desarrolle de manera profesional, aún ocasionalmente, actividades de fabricación, producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, distribución y/o comercialización de productos y/o servicios.

C) RELACIÓN DE CONSUMO

Relación de consumo es el vínculo jurídico que se establece entre el proveedor que provee un producto o presta un servicio y el consumidor, quien lo adquiere o utiliza como destinatario final.

D) PRODUCTO

Producto es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de acuerdo a los ordenamientos jurídicos de los Estados Partes.

E) SERVICIO

Servicio es cualquier actividad remunerada directa o indirectamente, suministrada en el mercado de consumo, por un proveedor profesional, cualquiera sea su objeto, que tenga por finalidad satisfacer necesidades de consumidores en su carácter de destinatarios finales de los mismos, con excepción de las relaciones laborales.

F) DEBER DE INFORMACIÓN

Deber de información es la obligación de todo proveedor de suministrar al consumidor, en forma cierta, clara y detallada, toda la información relacionada con las características esenciales de los bienes y/o servicios que provee según su naturaleza, características, finalidad o utilidad; así como las condiciones de su comercialización, especificando de corresponder y de acuerdo a las normas especiales aplicables, entre otras informaciones, su origen, cantidad, calidad, composición, plazo de validez y precio, así como los riesgos que en su caso presenten o puedan presentar, con la finalidad de que los consumidores puedan realizar una elección adecuadamente informada sobre los productos o servicios de que se traten, así como un uso o consumo adecuado de los mismos.

G) OFERTA VINCULANTE

Oferta vinculante se considera a todo ofrecimiento determinado o precisión publicitaria, efectuada a consumidor indeterminado por parte de un proveedor, relacionada con la provisión de un producto o suministro de un servicio.

Art.2 - Cada Estado Parte podrá mantener en materia de defensa o protección del consumidor regulada por esta Resolución, disposiciones más rigurosas para garantizar un nivel de protección más elevado al consumidor en su territorio.

Art. 3 - Los organismos nacionales competentes para la implementación de la presente Resolución son:

Argentina: Subsecretaría de Defensa del Consumidor, Secretaría de Comercio Interior, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.

Brasil: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, Secretaria de Direito Econômico, Ministério da Justiça.

Paraguay: Dirección General de Defensa del Consumidor, Subsecretaría de Comercio, Ministerio de Industria y Comercio.

Uruguay: Área de Defensa del Consumidor, Dirección General de Comercio, Ministerio de Economía y Finanzas.

Art. 4 - Derogar la Resolución GMC N° 123/96.

Art. 5 - Esta Resolución deberá ser incorporada al ordenamiento jurídico de los Estados Partes antes del 31/XII/2012.

XXXIX GMC EXT. - Montevideo, 17/XII/11.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°34/11	Brasil	Argentina, Paraguay y Uruguay

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 04/17

PROCEDIMIENTO SOBRE ALERTA Y RETIRO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CONSIDERADOS POTENCIALMENTE NOCIVOS O PELIGROSOS EN EL MERCOSUR

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto y las Resoluciones N° 124/96, 125/96, 01/10 y 34/11 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que es necesario avanzar en las acciones de protección de la vida, la salud y la seguridad de los consumidores en el ámbito del MERCOSUR.

Que resulta conveniente armonizar los procedimientos de alerta a los consumidores y retiro de productos y servicios considerados potencialmente nocivos o peligrosos, a fin de mejorar el seguimiento y la fiscalización de los Estados Partes del MERCOSUR en relación a los mismos.

Que es fundamental lograr un estándar común de comunicación relativa a la seguridad de los productos y servicios en la región, así como respecto de su seguimiento por parte de los organismos nacionales competentes.

EL GRUPO MERCADO COMÚN RESUELVE:

Art. 1 - Aprobar el “Procedimiento sobre alerta y retiro de productos y servicios considerados potencialmente nocivos o peligrosos en el MERCOSUR”, que consta como Anexo y forma parte de la presente Resolución.

Art. 2 - Los Estados Partes indicarán en el ámbito del Comité Técnico N° 7 “Defensa del Consumidor” (CT N° 7) los organismos nacionales competentes para la implementación de la presente Resolución.

Art. 3 - Esta Resolución deberá ser incorporada al ordenamiento jurídico de los Estados Partes antes del 06/IV/2018.
CIII GMC - Buenos Aires, 06/IV/17.

ANEXO

PROCEDIMIENTO SOBRE ALERTA Y RETIRO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CONSIDERADOS POTENCIALMENTE NOCIVOS O PELIGROSOS EN EL MERCOSUR

Art. 1 - La presente Resolución regula el procedimiento de alerta y retiro de productos y servicios con potencial riesgo, nocividad o peligrosidad, detectado después de su introducción en el mercado de consumo.

Art. 2 - Comunicación a las autoridades- El proveedor que posteriormente a la introducción de sus productos y/o servicios en el mercado de consumo, en todos o en alguno de los Estados Partes, tenga conocimiento de la potencial nocividad o peligrosidad de aquellos, deberá comunicar inmediatamente tal circunstancia:

- 1° - al órgano nacional de defensa del consumidor de su Estado Parte; y
- 2° - a los órganos reguladores competentes de su Estado Parte, cuando sea aplicable.

Recibida la comunicación, la autoridad nacional de protección al consumidor deberá informarlo inmediatamente a la autoridad de aplicación de los demás Estados Partes a través del Sistema Interamericano de Alertas Rápidas (SIAR).

Art. 3 - Contenido de la comunicación a las autoridades- La comunicación referida en el artículo anterior deberá ser por escrito, conteniendo la siguiente información:

1° - Identificación del o los proveedores del producto o servicio:

- a) personería jurídica o razón social;
- b) nombre o denominación comercial;
- c) actividades económicas principales y secundarias;
- d) número de identificación fiscal;
- e) domicilio del establecimiento;
- f) teléfono, fax y correo electrónico;
- g) nombre y cargo de los representantes responsables; y
- h) existencia de representación del proveedor en los Estados Partes del MERCOSUR, y en su caso indicando su identificación y datos de contacto.

2° - Descripción pormenorizada del producto o servicio, conteniendo la información necesaria para su individualización, en especial:

- a) nombre comercial;
- b) marca;
- c) modelo;
- d) número o código (lote, serie, chasis, código de barras, etc);
- e) fecha inicial y final de fabricación;
- f) país de fabricación;
- g) imagen en formato digital;
- h) cantidad y fecha de comercialización;
- i) productos en stock sin comercializar; y
- j) en su caso, a qué países se ha exportado el producto o servicio

3° - Descripción pormenorizada del defecto, acompañada de la información técnica necesaria e indicación de la fecha y manera en que se detectó el mismo.

4° - Descripción pormenorizada de los riesgos y consecuencias.

5° - Ubicación geográfica de los productos y servicios que presentan el defecto.

6° - Indicación de las medidas ya adoptadas y de las propuestas para corregir el defecto y eliminar el riesgo.

7° - En caso de haberse producido, descripción de los accidentes relacionados al defecto del producto o servicio, con la siguiente información:

- a) lugar y fecha del accidente;
- b) identificación de las víctimas;
- c) daños materiales y físicos causados;

- d) de existir, datos de los procesos judiciales relacionados al accidente, especificando la acción judicial, el nombre de las partes, los distritos judiciales y juzgados en que tramitan y el número de los expedientes; y
- e) disposiciones adoptadas en relación a las víctimas.

8° - Plan de difusión en los medios masivos de comunicación;

9° - Plan de atención al consumidor.

Las autoridades nacionales antes referidas, podrán requerir al proveedor la información adicional o complementaria que estimen pertinente.

Art. 4 - Plan de difusión- Respecto al plan de difusión en los medios masivos de comunicación referido en el artículo 3 numeral 8°, deberá especificarse la siguiente información:

1° - modelo del aviso, incluyendo la imagen del producto;

2° - fechas de inicio y fin de la difusión del aviso;

3° - medios de comunicación (prensa, radio, televisión, internet, etc.) de difusión del aviso, horarios y frecuencia con la que será transmitido, considerando la necesidad de alcanzar a la mayor parte de la población.

Su publicación en Internet y otros medios de comunicación, no eximen al proveedor de la obligación de difundir el aviso en medios masivos de comunicación;

4° - costos del plan de difusión.

Art. 5 - Aviso al consumidor- El aviso deberá contener informaciones claras y precisas sobre:

1° - identificación del proveedor (indicando razón social, nombre comercial y marca);

2° - identificación del producto o servicio afectado, indicando:

a) nombre o denominación comercial;

b) marca;

c) modelo;

d) número o código (lote, serie, chasis, código de barras, etc);

e) fecha inicial y final de fabricación;

f) país de fabricación;

g) imagen; y

h) cantidad y fecha de comercialización;

3° - descripción pormenorizada y clara del defecto.

4° - descripción pormenorizada y clara de los riesgos y consecuencias;

5° - ubicación geográfica de los productos y servicios que presentan el defecto;

6° - medidas preventivas y correctivas que el consumidor debe tomar;

7° - medidas a adoptar por el proveedor;

8° - vías de atención al consumidor. En caso de ser presencial, indicación de los lugares y horarios; y

9°- demás informaciones tendientes a proteger la seguridad de los consumidores del producto o servicio afectado.

El aviso de riesgo debe confeccionarse de tal modo de asegurar información suficiente y fácilmente comprensible por la colectividad de consumidores indeterminados.

Art. 6 - Plan de atención- Respecto al plan de atención al consumidor referido en el artículo 3, numeral 9, deberá especificarse la siguiente información:

1° - vías de atención al consumidor;

2° - en caso de atención presencial, indicación de los lugares y horarios de atención;

3° - indicación del plazo necesario para la solución al consumidor; y

4° - plan de contingencia y estimación del plazo requerido para la adecuación completa de todos los productos o servicios afectados.

Art. 7 - Constancia de la atención al consumidor- El proveedor deberá extender al consumidor la constancia que indica el lugar, fecha, horario y duración de la atención y de la medida adoptada.

Art. 8 - Informes - El proveedor deberá presentar a la autoridad de aplicación y al órgano regulador competente, de corresponder:

1° - informes periódicos de atención, con intervalo máximo de sesenta (60) días, informando la cantidad de productos o servicios efectivamente recogidos o reparados, y su distribución geográfica;

2° - informe final del alerta, informando la cantidad de consumidores atendidos (en número y porcentaje) e identificación de la forma por la cual los consumidores tuvieron conocimiento del aviso de riesgo.

La autoridad de aplicación y el órgano regulador competente, podrán solicitar la presentación del informe con periodicidad inferior a la estipulada en el numeral 1° del presente artículo.

Art. 9 - La autoridad de aplicación y el órgano regulador competente podrán determinar, indistinta o conjuntamente, la prórroga o ampliación del alerta, la que también será a cargo del proveedor, así como otros requisitos o modalidades adicionales, tales como características del aviso, periodicidad del mismo, entre otros.

Art. 10 - La culminación de la alerta, no exime al proveedor de la obligación de reparar o sustituir gratuitamente el producto y/o servicio.

Art. 11 - El incumplimiento por el proveedor de las obligaciones previstas en la presente Resolución, será sancionado conforme a lo establecido en el ordenamiento de los Estados Partes.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°04/17	Argentina, Paraguay y Uruguay	Brasil

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES N° 36/19

DEFENSA DEL CONSUMIDOR – PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Decisión N° 64/10 del Consejo del Mercado Común y las Resoluciones N° 123/96, 124/96 y 34/11 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que resulta importante profundizar la armonización de legislaciones en el área de defensa del consumidor en el ámbito del MERCOSUR.

Que es necesario avanzar e impulsar acciones en el marco de la protección de los derechos del consumidor.

Que en ese sentido resulta pertinente actualizar los principios básicos referidos a la materia.

EL GRUPO MERCADO COMÚN RESUELVE:

Art. 1 - Se reconoce la vulnerabilidad estructural de los consumidores en el mercado. El sistema de protección del consumidor se integra con las normas internacionales y nacionales, y tiene el objetivo de tutelar al consumidor, rigiéndose por los siguientes principios:

1. Principios de progresividad y no regresión. Los Estados Partes adoptarán medidas apropiadas para lograr progresivamente la plena efectividad de los derechos de los consumidores que se derivan de las normas internacionales y nacionales, sin retroceder en los estándares de tutela alcanzados en los niveles normativos de protección ni en la implementación de la política de protección del consumidor, considerando los costos y beneficios de las medidas que se propongan;
2. Principio de orden público de protección. El sistema de protección del consumidor es de orden público;
3. Principio de acceso al consumo. El sistema de protección del consumidor busca garantizar el acceso al consumo de productos y servicios de calidad;
4. Principio de transparencia de los mercados. El sistema de protección del consumidor contribuye al logro de la transparencia de los mercados. Cada Estado Parte controlará las distorsiones que la afecten, a través de sus órganos competentes;
5. Principio de consumo sustentable. El sistema de protección del consumidor impulsa el consumo y la producción sustentables, en función de las necesidades de las generaciones presentes y futuras. Para ello, entre otras medidas, favorece la minimización del uso de materias primas y energías no renovables, así como la generación de la menor cantidad de residuos y el aumento del uso de energías o materias primas renovables o producto de reciclaje;
6. Principio de protección especial para consumidores en situación vulnerable y de desventaja. El sistema de protección del consumidor protege especialmente a grupos sociales afectados por una vulnerabilidad agravada derivada de circunstancias especiales, en particular niñas, niños y adolescentes, adultos/mayores, personas con problemas de salud o con discapacidad, entre otras;
7. Principio de respeto de la dignidad de la persona humana. Los proveedores, en su actuación en el mercado, deben reconocer y respetar la dignidad de la persona humana conforme a los criterios generales que surgen de las Declaraciones y Tratados de Derechos Humanos. Asimismo, en el diseño e implementación de políticas públicas, los Estados Partes deben observar el mismo principio;

8. Principio de prevención de riesgos. Los proveedores actuarán preventivamente cuando exista probabilidad razonable de una amenaza derivada de productos o servicios que afecten la salud o la seguridad de los consumidores;
9. Principio antidiscriminatorio. El sistema de protección del consumidor implementa las acciones conducentes para alcanzar el objetivo que en el mercado no existan actos u omisiones discriminatorios, conforme lo establecido en los ordenamientos jurídicos nacionales;
10. Principio de buena fe. El sistema de protección al consumidor se asienta en la buena fe de las partes intervinientes en el contrato;
11. Principio de Información. Los proveedores deben suministrar a los consumidores información clara, veraz y suficiente que les permita hacer elecciones adecuadas a sus deseos y necesidades;
12. Principio de armonización. Resulta fundamental armonizar los intereses de los participantes de las relaciones de consumo, haciendo compatible una adecuada protección y tutela de los derechos de los consumidores con el desarrollo económico y tecnológico, siempre fundamentado en la buena fe y el equilibrio en las relaciones entre consumidores y proveedores;
13. Principio de reparación integral. El sistema de protección al consumidor debe asegurar a éste una reparación integral en caso de daños derivados de las relaciones de consumo, debiendo preverse la disponibilidad de medios efectivos de solución de controversias y de compensación;
14. Principio de equiparación de derechos. Los Estados Partes deben esforzarse por fomentar la confianza en el comercio electrónico, mediante la formulación de políticas transparentes y eficaces. En el ámbito de la contratación electrónica se reconoce y garantiza un grado de protección que nunca será inferior al otorgado en otras modalidades de comercialización.

Art. 2 - Los Estados Partes podrán mantener en materia de defensa del consumidor principios adicionales a los previstos en la presente Resolución, para garantizar un nivel de protección más elevado al consumidor en su territorio.

Art. 3 - Esta Resolución deberá ser incorporada al ordenamiento jurídico de los Estados Partes antes del 15/1//2020.

LI GMC Ext. - Santa Fe, 15/VII/19.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°36/19	Argentina y Paraguay	Brasil y Uruguay

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. 37/19

DEFENSA DEL CONSUMIDOR PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Decisión N° 64/10 del Consejo del Mercado Común y las Resoluciones N° 123/96, 124/96 y 34/11 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que resulta importante profundizar la armonización de legislaciones en el área de defensa del consumidor en el ámbito del MERCOSUR.

Que es necesario avanzar e impulsar acciones en el marco de la protección de los derechos del consumidor.

Que en ese sentido resulta pertinente regular la protección de los consumidores en el comercio electrónico.

EL GRUPO MERCADO COMÚN

RESUELVE:

Art. 1 - En el comercio electrónico debe garantizarse a los consumidores, durante todo el proceso de la transacción, el derecho a información clara, suficiente, veraz y de fácil acceso sobre el proveedor, el producto y/o servicio y la transacción realizada.

Art. 2 - El proveedor debe poner a disposición de los consumidores, en su sitio web y demás medios electrónicos, en ubicación de fácil visualización y previo a la formalización del contrato, la siguiente información:

- I. nombre comercial y social del proveedor;
- II. dirección física y electrónica del proveedor;
- III. correo electrónico de servicio de atención al consumidor;
- IV. número de identificación tributaria del proveedor;
- V. identificación del fabricante, si corresponde;
- VI. identificación de registros de los productos sujetos a regímenes de autorización previa, si corresponde;
- VII. las características esenciales del producto o servicio, incluidos los riesgos para la salud y la seguridad de los consumidores;
- VIII. el precio, incluidos los impuestos y una discriminación de cualquier costo adicional o accesorio, tales como costos de entrega o seguro;
- IX. las modalidades de pago detallando la cantidad de cuotas, su periodicidad y el costo financiero total de la operación, para el supuesto de ventas a plazo;
- X. los términos, condiciones y/o limitaciones de la oferta y disponibilidad del producto o servicio;
- XI. las condiciones a que se sujetan la garantía legal y/o contractual del producto o servicio; y

XII. cualquier otra condición o característica relevante del producto o servicio que deba ser de conocimiento de los consumidores.

Art. 3 - El proveedor debe asegurar un acceso fácil y de clara visibilidad a los términos de la contratación, asegurando que aquellos puedan ser leídos, guardados y/o almacenados por el consumidor de manera inalterable.

Art. 4 - La redacción del contrato debe ser realizada en forma completa, clara y fácilmente legible, sin menciones, referencias o remisiones a textos o documentos que no se entreguen simultáneamente. El proveedor debe presentar un resumen del contrato antes de la formalización del mismo, enfatizando las cláusulas de mayor significancia para el consumidor.

Art. 5 - El proveedor debe otorgar al consumidor los medios técnicos para conocimiento y corrección de errores en la introducción de datos, antes de efectuar la transacción. Asimismo, debe proporcionar un mecanismo de confirmación expresa de la decisión de efectuar la transacción, de forma que el silencio del consumidor no sea considerado como consentimiento.

Art. 6 - El consumidor podrá ejercer su derecho de arrepentimiento o retracto en los plazos que establezca la normativa aplicable.

Art. 7 - El proveedor debe proporcionar un servicio eficiente de atención de consultas y reclamos de los consumidores.

Art. 8 - Los Estados Partes propiciarán que los proveedores adopten mecanismos de resolución de controversias en línea ágiles, justos, transparentes, accesibles y de bajo costo, a fin de que los consumidores puedan obtener satisfacción a sus reclamos.

Deberá considerarse especialmente los casos de reclamación por parte de consumidores en situación vulnerable y de desventaja.

Art. 9 - En las actividades relacionadas con el comercio electrónico transfronterizo las agencias de protección al consumidor u otros organismos competentes de los Estados Partes procurarán cooperar entre sí para la adecuada protección de los consumidores.

Art. 10 - La presente Resolución alcanza a los proveedores radicados o establecidos en alguno de los Estados Partes o que operen comercialmente bajo alguno de sus dominios de internet.

Art. 11 - Esta Resolución deberá ser incorporada al ordenamiento jurídico de los Estados Partes antes del 15/I/2020.

LI GMC Ext. - Santa Fe, 15/VII/19.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°37/19	Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay	-

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/GMC/RES. N° 11/21

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR HIPERVULNERABLE

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto y las Resoluciones N° 123/96, 124/96, 34/11 y 36/19 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que es importante profundizar la armonización normativa en materia de defensa del consumidor en el ámbito del MERCOSUR.

Que resulta necesario avanzar e impulsar acciones en el marco de la protección de los derechos del consumidor y, en ese sentido, resulta oportuno contemplar la protección de los consumidores en situación de hipervulnerabilidad.

EL GRUPO MERCADO COMÚN RESUELVE:

Art. 1 - Considerar como consumidores en situación de hipervulnerabilidad a las personas físicas con vulnerabilidad agravada, desfavorecidas o en desventaja en razón de su edad, estado físico o mental, o circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores en el acto concreto de consumo que realicen.

La presunción de hipervulnerabilidad no es absoluta y debe ser atendida en el caso concreto, en función de las circunstancias de la persona, tiempo y lugar.

Art. 2 - Pueden constituir causas de hipervulnerabilidad, entre otras:

- a) ser niño, niña o adolescente;
- b) ser persona mayor conforme a la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores;
- c) ser persona con discapacidad;
- d) tener la condición de persona migrante;
- e) tener la condición de persona turista;
- f) pertenecer a comunidades indígenas, pueblos originarios o minorías étnicas;
- g) encontrarse en situación de vulnerabilidad socio-económica;
- h) pertenecer a una familia monoparental a cargo de hijas/os menores de edad o con discapacidad;
- i) tener problemas graves de salud.

Las causas de hipervulnerabilidad a que se refiere este artículo deben ser analizadas según el caso concreto y en perspectiva de integración entre políticas públicas.

Art. 3 - Cada Estado Parte deberá adoptar internamente, de manera gradual y teniendo en cuenta sus particularidades, así como las mejores prácticas internacionales, medidas tendientes a:

- a) favorecer procedimientos eficaces y expeditos para la adecuada resolución de los conflictos de los consumidores hipervulnerables;
- b) eliminar o mitigar obstáculos en el acceso a la justicia de los consumidores hipervulnerables;
- c) implementar políticas de orientación, asesoramiento, asistencia y acompañamiento a los consumidores hipervulnerables en la interposición de reclamos en el marco de las relaciones de consumo;
- d) adecuar los procedimientos administrativos o judiciales para el pleno ejercicio de derechos de los consumidores hipervulnerables;
- e) implementar acciones de educación, divulgación, información y protección diferenciada a los consumidores hipervulnerables;
- f) fomentar la comunicación con lenguaje claro, coloquial, expresado en sentido llano, conciso, entendible y adecuado a las condiciones de los consumidores hipervulnerables;
- g) promover la accesibilidad en el canal de comunicación e información al consumidor;
- h) promover, entre los proveedores de bienes y servicios, buenas prácticas comerciales en materia de atención, trato y protección de derechos de los consumidores hipervulnerables;
- i) proteger contra publicidad y ofertas engañosas o abusivas a consumidores hipervulnerables;
- j) promover la protección de datos e intimidad de los consumidores hipervulnerables.

Art. 4 - Esta Resolución deberá ser incorporada al ordenamiento jurídico de los Estados Partes antes del 15/VIII/2022.

GMC (Dec. CMC N° 20/02, Art. 6) - Montevideo, 26/VIII/21.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N°126/96	-	Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay

DECISIONES

Compendio de Normativa MERCOSUR

INCLUIDO EN EL COMPENDIO A LOS EFECTOS ACADÉMICOS

MERCOSUR/CMC/DEC N° 10/96

PROTOCOLO DE SANTA MARIA SOBRE JURISDICCION INTERNACIONAL EN MATERIA DE RELACIONES DE CONSUMO

VISTO: el Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Decisión N° 1/95 del Consejo del Mercado Común y el Acuerdo N° 8/96 de la Reunión de Ministros de Justicia.

CONSIDERANDO:

Que el Tratado de Asunción establece el compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes.

La voluntad de los Estados Partes de acordar soluciones jurídicas comunes para el fortalecimiento del proceso de integración.

La necesidad de proporcionar al sector privado de los Estados Partes un marco de seguridad jurídica que garantice soluciones justas y la armonía de las decisiones jurisdiccionales vinculadas a las relaciones de consumo.

EL CONSEJO DEL MERCADO COMUN
DECIDE:

Art. 1 - Aprobar el "Protocolo de Santa María sobre Jurisdicción Internacional en Materia de Relaciones de Consumo", que figura en el Anexo y forma parte de la presente Decisión, en idiomas Portugués y Español.

XI CMC - Fortaleza, 17/12/1996.

PROTOCOLO DE SANTA MARIA SOBRE JURISDICCION INTERNACIONAL EN MATERIA DE RELACIONES DE CONSUMO

Los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, en adelante denominados "Estados Partes";

CONSIDERANDO que el Tratado de Asunción establece el compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes;

REAFIRMANDO la voluntad de los Estados Partes de acordar soluciones jurídicas comunes para el fortalecimiento del proceso de integración;

DESTACANDO la necesidad de brindar al sector privado de los Estados Partes un marco de seguridad jurídica que garantice soluciones justas y la armonía de las decisiones jurisdiccionales vinculadas a las relaciones de consumo;

CONVENCIDOS de la necesidad de dar protección al consumidor y de la importancia de adoptar reglas comunes sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo derivadas de contratos entre proveedores de bienes o prestadores de servicios y consumidores o usuarios;

CONSCIENTES de que, en materia de negocios internacionales, la contratación es la expresión jurídica del comercio y éste es especialmente relevante en el proceso de integración;

ACUERDAN:

Capítulo I

AMBITO

Artículo 1

Ambito material

1. El presente Protocolo tiene por objeto determinar la jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo derivadas de contratos en que uno de los contratantes sea un consumidor, cuando se trate de:

- a) venta a plazo de bienes muebles corporales;
- b) préstamo a plazo u otra operación de crédito vinculada al financiamiento en la venta de bienes;
- c) cualquier otro contrato que tenga por objeto la prestación de un servicio o la provisión de objetos muebles corporales. Esta disposición se aplicará siempre que la celebración del contrato haya sido precedida en el Estado del domicilio del consumidor, de una propuesta específica o de una publicidad suficientemente precisa y que éste hubiere realizado, en ese Estado, los actos necesarios para la conclusión del contrato.

2. Quedan excluidas las relaciones de consumo derivadas de los contratos de transportes.

Artículo 2

Ambito espacial

El Protocolo se aplicará a las relaciones de consumo que vinculen a los proveedores y consumidores:

- a) con domicilio en diferentes Estados Partes del Tratado de Asunción;
- b) con domicilio en un mismo Estado Parte y la prestación característica de la relación de consumo se realizare en otro Estado Parte.

Capítulo II

DOMICILIO

Artículo 3

Calificación de domicilio

A los fines del presente Protocolo se considerará domicilio:

1. Cuando se trate de persona física, en el siguiente orden:
 - a) la residencia habitual;
 - b) el centro principal de sus negocios;
2. Cuando se trate de persona jurídica o de un ente despersonalizado, en el siguiente orden:
 - a) la sede principal de la administración;
 - b) el lugar donde funcionen filiales, sucursales, establecimientos, agencias o cualquier otra especie de representación de personas jurídicas.

Capítulo III JURISDICCION

Artículo 4

Regla general

1. Tendrán jurisdicción internacional en las demandas entabladas por el consumidor, que versen sobre relaciones de consumo los jueces o tribunales del Estado en cuyo territorio esté domiciliado el consumidor.
2. El proveedor de bienes o servicios podrá demandar al consumidor ante el juez o tribunal del domicilio de éste.

Artículo 5

Soluciones alternativas

También tendrá jurisdicción internacional excepcionalmente y por voluntad exclusiva del consumidor, manifestada expresamente en el momento de entablar la demanda, el Estado:

- a) de celebración del contrato;
- b) de cumplimiento de la prestación del servicio o de la entrega de los bienes;
- c) del domicilio del demandado.

Artículo 6

Filiales, sucursales, agencias o representaciones

Si el demandado tuviere domicilio en un Estado Parte y en otro Estado Parte filial, sucursal, agencia o cualquier otra especie de representación con la cual realizó las operaciones que generaron el conflicto, el actor podrá demandar en cualquiera de dichos Estados.

Artículo 7

Pluralidad de demandados

Si hubiere varios demandados en una misma acción relativa al mismo objeto, tendrá jurisdicción el Estado Parte del domicilio de cualquiera de ellos.

Capítulo IV ASPECTOS PROCESALES

Artículo 8

Reconvención

Si la reconvención se fundare en actos, hechos u omisiones que sirvieron de base a la demanda principal, tendrá jurisdicción para decidir acerca de aquella el Estado Parte del juez con competencia respecto de la demanda principal.

Artículo 9

Actos procesales practicados a distancia

1. En la medida en que lo autoricen los principios esenciales y básicos del ordenamiento jurídico procesal del foro actuante, el proveedor podrá contestar la demanda, ofrecer pruebas, interponer recursos, así como realizar los actos procesales que de ellos deriven ante los jueces de su propio domicilio, los cuales actuarán como requeridos, remitiendo la documentación al juez requirente.

2. No se aplicará el numeral anterior cuando el proveedor demandado posea filiales, sucursales, establecimientos, agencias o cualquier otra especie de representación en el Estado Parte donde se tramita el proceso.
3. La comunicación entre las autoridades jurisdiccionales se realizará a través de las Autoridades Centrales, conforme al procedimiento previsto en el Protocolo de Cooperación y Asistencia Jurisdiccional en Materia Civil, Comercial, Laboral y Administrativa.
4. La comunicación de que trata el numeral anterior deberá contener la información necesaria sobre el derecho aplicable a la relación de consumo y el derecho procesal del Estado Parte en el cual se tramita el proceso, debidamente certificada por el juez requirente, a fin de que el proveedor demandado pueda ejercitar en tiempo y forma los derechos que le otorga el numeral "1" de este Artículo.
5. La facultad conferida al proveedor en el numeral "1" de este Artículo, no altera la jurisdicción internacional establecida por el presente Protocolo ni las leyes procesales que resultaren aplicables según el Estado que tenga jurisdicción internacional.

Artículo 10

Ley procesal aplicable

A los efectos de este Protocolo, serán aplicables las leyes procesales del

Capítulo V EFICACIA EXTRATERRITORIAL DE LAS SENTENCIAS

Artículo 11 Trámite

La solicitud de reconocimiento o de ejecución de sentencias por parte de las autoridades jurisdiccionales se transmitirá por exhorto o carta rogatoria por intermedio de la Autoridad Central.

Artículo 12 Jurisdicción indirecta

El requisito de la jurisdicción internacional para la eficacia extraterritorial de las sentencias, establecido en el Artículo 20, letra "c", del Protocolo de Cooperación y Asistencia Jurisdiccional en Materia Civil, Comercial, Laboral y Administrativa, se considerará satisfecho si la sentencia o decisión emana de un órgano con jurisdicción internacional, conforme a las reglas establecidas en el presente Protocolo.

Capítulo VI SOLUCION DE CONTROVERSIAS

Artículo 13

Las controversias que surjan entre los Estados Partes, con motivo de la aplicación, interpretación o incumplimiento de las disposiciones contenidas en el presente Protocolo, serán resueltas mediante negociaciones diplomáticas directas.

Si mediante tales negociaciones no se alcanzare un acuerdo, o si la controversia sólo fuera solucionada parcialmente, se aplicarán los procedimientos previstos en el Sistema de Solución de Controversias vigente entre los Estados Partes del Tratado de Asunción.

Capítulo VII

DISPOSICIONES FINALES Y TRANSITORIAS

Artículo 14

Los Estados Partes, al depositar el instrumento de ratificación del presente Protocolo, comunicarán la designación de la Autoridad Central al Gobierno depositario, el cual dará conocimiento a los demás Estados Partes.

Artículo 15

El presente Protocolo, parte integrante del Tratado de Asunción, entrará en vigor, con relación a los dos primeros Estados Partes que lo ratifiquen, treinta días después que el segundo país proceda al depósito del instrumento de ratificación.

Para los demás signatarios, entrará en vigor el trigésimo día posterior al depósito del respectivo instrumento de ratificación.

Artículo 16

La adhesión por parte de un Estado al Tratado de Asunción implicará de derecho la adhesión al presente Protocolo.

Artículo 17

Hasta que entre en vigencia el "Reglamento Común MERCOSUR para la Defensa del Consumidor", regirán las definiciones contenidas en el Anexo al presente Protocolo, con las modificaciones que eventualmente se introduzcan por el Comité Técnico N° 7 de Defensa del Consumidor de la Comisión de Comercio del MERCOSUR.

Artículo 18

La tramitación de la aprobación del presente Protocolo en el ámbito de cada uno de los Estados Partes, con las adecuaciones que fueren necesarias, sólo podrá iniciarse después de la aprobación del "Reglamento Común MERCOSUR para la Defensa del Consumidor" en su totalidad, incluidos sus anexos, si los tuviere, por el Consejo del Mercado Común.

Artículo 19

El Gobierno de la República del Paraguay será el depositario del presente Protocolo y de los instrumentos de ratificación y enviará copias debidamente autenticadas de los mismos a los Gobiernos de los demás Estados Partes.

Igualmente, el Gobierno de la República del Paraguay notificará a los Gobiernos de los demás Estados Partes la fecha de entrada en vigor del presente Protocolo y la fecha de depósito de los instrumentos de ratificación.

Hecho en la ciudad de Santa María, a los veintidos días del mes de noviembre de 1996, en un original en los idiomas portugués y español, siendo ambos textos igualmente auténticos.

ANEXO AL PROTOCOLO DE SANTA MARIA SOBRE JURISDICCION INTERNACIONAL
EN MATERIA DE RELACIONES DE CONSUMO

DEFINICIONES

a) Consumidor

Es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella.

Equipáranse a consumidores las demás personas, determinables o no, expuestas a las relaciones de consumo.

No se considera consumidor o usuario aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

b) Proveedor

Es toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera, así como los entes despersonalizados en los Estados Partes cuya existencia esté prevista en su orden jurídico, que desarrollen de manera profesional actividades de producción, montaje, creación seguida de ejecución, construcción, transformación, importación, distribución y comercialización de productos y/o servicios en una relación de consumo.

c) Relaciones de Consumo

Es el vínculo que se establece entre el proveedor que, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio, y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final.

Equipárase a ésta la provisión de productos y la prestación de servicios a título gratuito, cuando se realicen en función de una eventual relación de consumo.

d) Producto

Es cualquier bien, mueble o inmueble, material o inmaterial.

e) Servicios

Mientras el Comité Técnico N° 7 de Defensa del Consumidor, no haya acordado una definición para "servicios", será adoptada, para los efectos de este Protocolo, la interpretación jurídica del foro actuante.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/CMC/DEC N° 10/96	LA NORMATIVA NO REQUIERE INCORPORACIÓN	

Compendio de Normativa MERCOSUR

MERCOSUR/CMC/DEC. N° 36/17

ACUERDO DEL MERCOSUR SOBRE DERECHO APLICABLE EN MATERIA DE CONTRATOS INTERNACIONALES DE CONSUMO

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto y las Decisiones N° 28/04 y 64/10 del Consejo del Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que resulta necesario dar protección al consumidor y adoptar reglas comunes sobre el derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo, contratos entre proveedores de bienes o prestadores de servicios y consumidores o usuarios en la región.

Que es conveniente buscar soluciones a cuestiones relativas al consumo internacional como medio de contribuir al desarrollo del comercio internacional en la región.

EL CONSEJO DEL MERCADO COMÚN
DECIDE:

Art. 1 - Aprobar el texto del “Acuerdo del MERCOSUR sobre derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo”, que consta como Anexo y forma parte de la presente Decisión.

Art. 2 - La entrada en vigor del Acuerdo adjunto se regirá por lo que establece su Artículo 9.

Art. 3 - Esta Decisión no necesita ser incorporada al ordenamiento jurídico de los Estados Partes, por reglamentar aspectos de la organización o del funcionamiento del MERCOSUR.

LI CMC- Brasilia, 20/XII/17

ACUERDO DEL MERCOSUR SOBRE DERECHO APLICABLE EN MATERIA DE CONTRATOS INTERNACIONALES DE CONSUMO

La República Argentina, la República Federativa del Brasil, la República del Paraguay y la República Oriental del Uruguay, Estados Partes del MERCOSUR.

TENIENDO EN CUENTA que el Tratado de Asunción establece el compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración;

REAFIRMANDO la voluntad de los Estados Partes de acordar soluciones jurídicas comunes para el fortalecimiento del proceso de integración;

DESTACANDO la necesidad de brindar una adecuada protección al consumidor, de acuerdo con las Resoluciones A/RES/39/248 y A/RES/70/186 de la Asamblea General de la ONU;

CONVENCIDOS de la necesidad de dar protección al consumidor y de la importancia de adoptar reglas comunes sobre el derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo, contratos entre proveedores de bienes o prestadores de servicios y consumidores o usuarios en la región;

TENIENDO EN CUENTA la conveniencia de armonizar las soluciones de las cuestiones relativas al consumo internacional como medio de contribuir al desarrollo del comercio internacional de la región y los trabajos sobre la materia desarrollados por el MERCOSUR hasta ahora;

OBSERVANDO que el crecimiento exponencial de las relaciones entre consumidores y profesionales, productores o proveedores de bienes y servicios en la región y las cambiantes modalidades en las que éstas se producen, tornan necesario contar con un marco normativo claro que facilite la contratación internacional y estimule la confianza de las partes en los contratos internacionales de consumo;

CONSCIENTES de que, en materia de negocios internacionales, la contratación es la expresión jurídica del comercio y éste es especialmente relevante en el proceso de integración;

ACUERDAN:

CAPÍTULO PRIMERO DEFINICIONES Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1 - Ámbito de Aplicación

El presente Acuerdo tiene por objeto determinar el derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo, celebrados en el ámbito del MERCOSUR.

Artículo 2 - Definiciones

A los fines del presente Acuerdo:

CONSUMIDOR: significa toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en una relación de consumo o como consecuencia o en función de ella.

No se considera consumidor a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos como insumo directo, a otros productos o servicios en proceso de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

PROVEEDOR: significa toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, privada o pública y en este último caso, estatal o no estatal, así como los entes descentralizados de la Administración Pública de los Estados Partes, que desarrolle de manera profesional, aún ocasionalmente, actividades de fabricación, producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, distribución y/o comercialización de productos y/o servicios.

CONTRATO INTERNACIONAL DE CONSUMO: existe contrato internacional de consumo cuando el consumidor tiene su domicilio, al momento de la celebración del contrato, en un Estado Parte diferente del domicilio o sede del proveedor profesional que intervino en la transacción o contrato.

LUGAR DE CELEBRACIÓN:

1 - En los contratos de consumo a distancia, se considera como lugar de celebración del contrato el domicilio del consumidor.

2 - En los contratos que no sean a distancia, se entiende por lugar de celebración el lugar donde el consumidor y el proveedor se encontraren físicamente para la celebración del contrato.

DOMICILIO: en el caso de contratación internacional de consumo, en especial a distancia, se entiende como domicilio del consumidor el domicilio informado al proveedor profesional de productos o servicios, al momento de celebrarse el contrato entre las partes.

Artículo 3 - Excepciones

1 - Quedan exceptuados del ámbito de aplicación de este Acuerdo:

- a) los contratos comerciales internacionales entre proveedores profesionales de bienes y servicios;
- b) las cuestiones derivadas del estado civil de las personas y la capacidad de las partes;
- c) las obligaciones contractuales que tuviesen como objeto principal cuestiones sucesorias, testamentarias, regímenes matrimoniales o aquellas derivadas de relaciones de familia;
- d) los acuerdos sobre arbitraje o elección de foro y las cuestiones de jurisdicción;
- e) las cuestiones de derecho de sociedades, de seguridad social, tributarias, laborales, sobre nombres de dominio;
- f) los negocios jurídicos sobre los fallidos y sus acreedores y demás procedimientos semejantes, especialmente los concordatos y análogos.

2 - Quedan igualmente exceptuados del ámbito de aplicación de este Acuerdo los demás contratos y relaciones de consumo y las obligaciones de ellos resultantes que, incluyendo consumidores, se encuentren regulados por convenciones internacionales específicas en vigor.

CAPÍTULO SEGUNDO DERECHO APLICABLE

Artículo 4 - Contratos celebrados por el consumidor en el Estado Parte de su domicilio

1 - Los contratos internacionales celebrados estando el consumidor en el Estado Parte de su domicilio, especialmente en caso de contratación a distancia, se rigen por el derecho elegido por las partes, quienes pueden optar por el derecho del domicilio del consumidor, del lugar de celebración o cumplimiento del contrato o de la sede del proveedor de los productos o servicios. El derecho elegido será aplicable siempre que fuera más favorable al consumidor.

2 - En caso de ausencia de elección válida, los contratos internacionales de consumo se rigen por el derecho del Estado del domicilio del consumidor.

Artículo 5 - Contratos celebrados por el consumidor estando fuera del Estado Parte de su domicilio

1 - Los contratos internacionales de consumo celebrados por el consumidor estando éste fuera del Estado Parte de su domicilio, se rigen por el derecho elegido por las partes, quienes pueden optar válidamente por el derecho del lugar de celebración o de cumplimiento del contrato o por el del domicilio del consumidor. El derecho elegido será aplicable siempre que fuera más favorable al consumidor.

2 - En caso de ausencia de elección válida, los contratos internacionales de consumo celebrados por el consumidor, estando éste fuera del Estado Parte de su domicilio, se rigen por el derecho del lugar de celebración.

Artículo 6 - Elección e información del derecho aplicable

1 - La elección del derecho aplicable por las partes debe ser expresa y por escrito, conocida y consentida en cada caso. En caso de elección del derecho aplicable por el proveedor para obtener la adhesión del consumidor, el derecho elegido por éste como aplicable debe estar expresado de forma clara tanto en las informaciones previas brindadas al consumidor, como en el contrato mismo.

2 - En caso de contratación en línea (online), la elección del derecho aplicable debe estar expresada en forma clara y destacada en todas las informaciones brindadas al consumidor.

Artículo 7 - Contratos de viaje y turismo

Los contratos de viaje cuyo cumplimiento tenga lugar fuera del Estado Parte del domicilio del consumidor, contratados en paquete o con servicios combinados, como grupo turístico o conjuntamente con otros servicios de hotelería y/o turismo, serán regulados por el derecho del domicilio del consumidor.

Artículo 8 - Contratos de tiempo compartido y contratos semejantes de uso de bienes inmuebles por turnos

Sin perjuicio de las reglas anteriores, las normas imperativas del Estado Parte donde fue realizada la oferta, publicidad o cualquier actividad de mercadeo (marketing), entre otras actividades realizadas por los representantes o por los propietarios, organizadores o administradores de tiempos compartidos y de sistemas semejantes o contratos de utilización por turno de bienes inmuebles o la suscripción de precontratos o contratos de tiempo compartido o derechos de uso por turno de bienes inmuebles, serán considerados para la interpretación del contrato, la cual será efectuada en favor del consumidor.

CAPÍTULO TERCERO
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 9 - Vigencia y Depósito

1 - El presente Acuerdo, celebrado en el ámbito del Tratado de Asunción, entrará en vigor treinta (30) días después del depósito del instrumento de ratificación por el segundo Estado Parte del MERCOSUR.

Para los Estados Partes que lo ratifiquen posteriormente a su entrada en vigor, el presente Acuerdo estará vigente treinta (30) días después de la fecha en que cada uno de ellos depositen sus respectivos instrumentos de ratificación.

2 - El presente Acuerdo y sus instrumentos de ratificación serán depositados ante la República del Paraguay, que en su calidad de Depositario deberá notificar a los Estados Partes la fecha de los depósitos de esos instrumentos y la entrada en vigor del Acuerdo, así como enviar las copias debidamente autenticada de este.

Artículo 10 - Adhesión

El presente Acuerdo está abierto a la adhesión de los Estados Asociados al MERCOSUR. Hecho en la ciudad de Brasilia, República Federativa del Brasil, a los -----días del mes de ----- de dos mil diecisiete, en un original, en los idiomas portugués y español, siendo ambos los textos igualmente auténticos.

NORMATIVA	INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/CMC/DEC. N°36/17	LA NORMATIVA NO REQUIERE INCORPORACIÓN	

TABLA DE INTERNALIZACIÓN POR LOS ESTADOS PARTES.

Normativa*	ARGENTINA	BRASIL	PARAGUAY	URUGUAY
MERCOSUR/GMC/RES. N° 123/96	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N° 124/96	LA NORMATIVA NO REQUIERE INCORPORACIÓN			
MERCOSUR/GMC/RES. N° 125/96	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N° 126/96	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N° 42/98	Ley N°24.240 del 22/09/1993, publicada en el BO el 15/10/1993. Resolución ex SIC N° 495/98 reglamentaria del art. N°12, inc. j) de la Ley N°22.802 ex SIC.	Ley N°8.078 del 11/09/90, publicada en el DOU el 12/09/90.	Decreto N°7875 del 24/07/06.	Ley N°17.250 del 11/08/2000, publicado en el DO el 17/08/2000.
MERCOSUR/GMC/RES. N° 21/04	Resolución de la SCT N° 104/2005 del 27/06/05, publicada en el BO el 27/06/05.	Ley N°8.078 (Art. 6°, 9°, 30,31, 33, 36 y 37 del 11/09/90, publicada en el DOU de 12/09/90. Artículo 5 b) de la Decisión CMC N° 023/2000. Decreto N° 5.903 del 20/09/06, publicado en el DOU el 21/09/05.	NO INCORPORADO	Decreto del PE N° 246/005 del 08/08/05, publicado en el DO el 11/08/05.
MERCOSUR/GMC/RES. N° 45/06	NO INCORPORADO	Ley N° 8078 arts.36 y 37) del 11/09/90, publicada en el DOU el 12/09/90. Artículo 5 b) de la Decisión CMC N° 23/00.	NO INCORPORADO	Ley N° 17.250 art.11 del 11/08/00. Decreto reglamentario del PE N° 244/000 del 23/08/00, publicado en el DO el 31/08/00.
MERCOSUR/GMC/RES. N° 01/10	Resolución de la SCI N° 724/2020 del 21/12/20, publicada en el BO el 23/12/20.	NO INCORPORADO	Decreto N° 3038 del 09/12/19.	Ley N° 17.250 art.11 del 11/08/00. Decreto reglamentario del PE N° 244/000 del 23/08/00, publicado en el DO el 31/08/00.
MERCOSUR/GMC/RES. N° 34/11	NO INCORPORADO	Art. 11 de la Decisión CMC N° 20/02.	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N° 04/17	Resolución de la SC N° 808-E/2017 del 25/10/17, publicada en el BO el 30/10/17.	NO INCORPORADO	Decreto N° 3039 del 09/12/19.	Decreto del PE N° 399/018 del 03/12/18, publicado en el DO el 11/12/18.
MERCOSUR/GMC/RES. N° 36/19	Resolución de la Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Desarrollo Productivo N° 310/2020 del 10/09/20, publicado en el BO el 11/09/20.	NO INCORPORADO	Decreto N° 3370 del 18/02/20.	NO INCORPORADO
MERCOSUR/GMC/RES. N° 37/19	Resolución de la Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Desarrollo Productivo N° 270/2020 del MDP del 04/09/20, publicado en el BO el 08/09/20.	Decreto N° 10.271 del 06/03/20, publicado en el DOU el 09/03/20.	Decreto N° 4053 del 15/09/20.	Decreto del PE N° 167/021 del 02/06/21, publicado en el DO el 08/06/21.
MERCOSUR/GMC/RES. N° 11/21	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO	NO INCORPORADO
MERCOSUR/CMC/DEC N° 10/96	LA NORMATIVA NO REQUIERE INCORPORACIÓN			
MERCOSUR/CMC/DEC. N° 36/17	LA NORMATIVA NO REQUIERE INCORPORACIÓN			

*Tabla elaborada el 23/05/2022 sujeta a modificaciones.