

NOALAYBJMIANYREASFIHDSZGOPJABOZGEM
NVXPREFCOHGEXESGKNIRXGUXJHVTPWBPMS
XPKC **OMG** PQKOEBSFEQFYJPOXUICBTX
RLVQLTR GFVHXKNPRBAIWZDFILSVS
EFHNSIEKZLRHWEJIDMAUDEFGLHAIKAILQ
UXJHKNIRXGUXJHVOVZPWXLTSOMAMNGOFD
XRMAIRYORAXUJRT

LEY GENERAL NO. 358-05, DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR O USUARIO

LEY GENERAL NO. 358-05, DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR O USUARIO

EL CONGRESO NACIONAL

En Nombre de la República

Res. No. 358-05

CONSIDERANDO: Que es función del Estado proteger y garantizar efectiva y eficientemente el goce de las prerrogativas constitucionales, con el auxilio de medidas administrativas y disposiciones legales adecuadas;

CONSIDERANDO: Que dentro de la política económica gubernamental se debe promover el crecimiento y desarrollo económico en un ambiente de libre competencia que facilite las condiciones para la formación de precios justos y estables que fortalezcan el poder adquisitivo de la población, especialmente el de los sectores más pobres y desprotegidos de la sociedad;

CONSIDERANDO: Que la preparación del país para los desafíos de la globalización requiere de la actualización urgente de los instrumentos legales e institucionales para la defensa de los derechos de la población consumidora;

CONSIDERANDO: Que es necesario la creación de un marco legal en el que los derechos de los consumidores o usuarios de bienes y servicios se encuentren real y efectivamente consagrados y contemplando especialmente el derecho a información, orientación, educación y transparencia en los mercados de bienes y servicios;

CONSIDERANDO: Que mediante la Resolución No.2-95, del Congreso Nacional, promulgada por el Poder Ejecutivo en fecha 20 de enero de 1995, la República Dominicana ratificó el Acuerdo de Marrakech por el cual se establece la Organización Mundial del Comercio, acuerdo que persigue, entre otros objetivos, "que las relaciones entre países en la esfera de la actividad comercial y económica" tiendan "a elevar los niveles de vida, a lograr el pleno empleo y un volumen considerable y en constante aumento de ingresos reales y demanda efectiva y a acrecentar la producción y el comercio de bienes y servicios...", para lo cual es preciso que estas relaciones se realicen en un marco de justicia y respeto de los derechos de los consumidores;

CONSIDERANDO: Que la República Dominicana se comprometió con la aplicación de las directrices para la protección del consumidor aprobadas por aclamación en la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, mediante Resolución Número 39/248, del 9 de abril de 1985, en las que se especifica el rol que deben jugar los gobiernos para proteger y salvaguardar los derechos e intereses de los consumidores.

HA DADO LA SIGUIENTE:

LEY GENERAL DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR O USUARIO

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Naturaleza, objeto, ámbito y definiciones.

Las disposiciones de la presente ley tienen por objeto establecer un régimen de defensa de los derechos del consumidor y usuario que garantice la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores, consumidores de bienes y usuarios de servicios, sean de derecho público o privado, nacionales o extranjeros, en armonía con las disposiciones al efecto contenidas en las leyes sectoriales. En caso de duda, las disposiciones de la presente ley serán siempre interpretadas de la forma más favorable para el consumidor.

Art. 2.- Las disposiciones referentes al derecho del consumidor y usuario son de orden público, imperativas y de interés social, y tendrán un carácter supletorio frente a las disposiciones contempladas en las leyes sectoriales.

Art. 3.- A efectos de la aplicación de la presente ley, se entenderá por:

a) **Aceptación:** Es el consentimiento manifestado de la voluntad de contratar por parte del consumidor o usuario, de forma verbal o escrita o mediante el pago del bien o servicio;

b) **Bienes duraderos:** Son aquellos cuyas características les permiten ser utilizados sucesivamente hasta agotar sus propiedades durante su vida útil;

c) **Bienes perecederos:** Aquellos cuyo consumo en condiciones óptimas sólo puede tener lugar durante un período limitado de tiempo;

d) **Consumidor o usuario:** Persona natural o jurídica, pública o privada que adquiera, consuma, utilice o disfrute productos y servicios, a título oneroso, como destinatario final de los mismos para fines personales, familiares o de su grupo social. En consecuencia, no se considerarán consumidores o

usuarios finales quienes adquieran, almacenen, consuman o utilicen productos o servicios con el fin de integrarlos a un proceso de producción, transformación, comercialización o servicios a terceros;

e) **Consumo sostenible:** Es la satisfacción de las necesidades del consumidor o usuario sin deteriorar su calidad de vida ni afectar negativamente o agotar el medio ambiente;

f) **Demanda temeraria:** Aquella que, sin existir violación de las disposiciones de la presente ley, pudiera ser interpuesta con el propósito de perjudicar una empresa o sector determinado;

g) **Empresa:** Toda persona natural o jurídica, pública o privada que realiza actividades económicas con o sin fines de lucro;

h) **Producto:** Cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, producido o no en el país, objeto de una transacción comercial entre proveedores y consumidores;

i) **Oferta:** Es la declaración o manifestación unilateral de la voluntad hecha pública a personas determinadas o indeterminadas, por parte del fabricante industrial, distribuidor, proveedor y comerciante de ventas, de ceder, vender, alquilar o prestar un determinado bien o servicio

j) **Órganos reguladores sectoriales:** Todas aquellas entidades públicas creadas por leyes especiales responsables de organizar y asegurar la prestación de bienes y servicios, que deben tener políticas y programas específicos de protección a los derechos de los consumidores y usuarios de dichos servicios;

k) **Promoción de ventas:** Son actividades o acciones, complementarias a la publicidad, dirigidas a incrementar las ventas, ya sea en puntos de ventas directamente al consumidor, o bien al intermediario y/o al mayorista y que generalmente conllevan ofertas de algún beneficio extra o valor agregado para el sector del público al que van dirigidas;

l) **Proveedor:** Persona física o jurídica, pública o privada, que habitual u ocasionalmente, produce, importa, manipula, acondiciona, envasa, almacena, distribuye, comercializa o vende productos o presta servicios en el mercado a consumidores o usuarios, incluyendo los servicios profesionales liberales que requieran para su ejercicio un título universitario, en lo que concierne a la relación comercial que conlleve su ejercicio y la publicidad que se haga de su ofrecimiento o cualquier acto equivalente;

m) **Publicidad:** Es toda forma o medio de comunicación que directa o indirectamente es realizada por una persona física o moral, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional,

con el fin de informar, motivar o inducir a la aceptación y/o adquisición de la oferta de bienes y servicios;

n) **Servicio:** Cualquier actividad o prestación que sea objeto de una transacción comercial entre proveedor y usuario, incluyendo las suministradas por profesionales liberales, conforme los términos de la definición de proveedor;

o) **Organizaciones de defensa de los derechos de los consumidores y afines:** Todas aquellas asociaciones constituidas conforme a las leyes de la República que tengan como actividad exclusiva o principal la difusión, promoción, gestión y defensa de los derechos de los consumidores y usuarios. Se considerarán afines a las asociaciones de los consumidores, las asociaciones de amas de casa, juntas de vecinos, entidades profesionales, sindicales o medioambientales caracterizadas por asumir en forma destacada y continua la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios;

p) **Secretos comerciales o industriales sometidos a reglas de confidencialidad:** Cualquier información comercial no divulgada que una persona natural o jurídica posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero. Se reconocerá como tal para los efectos de su protección cuando la información que la constituye no fuese, como conjunto o en la configuración y reunión precisa de sus componentes, generalmente conocida, ni fácilmente accesible por quienes se encuentran en los círculos que normalmente manejan la información respectiva, y cuando haya sido objeto de medidas razonables tomadas por su legítimo poseedor para mantenerla secreta.

CAPÍTULO II

DEL INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR, "PRO CONSUMIDOR"

Art. 4.- A partir de la promulgación de esta ley queda suprimida la Dirección General de Control de Precios, creada mediante la Ley No. 13, del 27 de abril de 1963, que crea la Dirección General de Control de Precios.

Art. 5.- Creación de Pro Consumidor.

Se crea el Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, "Pro Consumidor", como entidad estatal descentralizada, con autonomía funcional, jurisdiccional y financiera, patrimonio propio y personalidad jurídica con la responsabilidad de definir, establecer y reglamentar las políticas, normas y procedimientos necesarios para la aplicación adecuada de esta ley, su reglamento y las normas que se dicten para la obtención de los objetivos y metas perseguidos a favor de consumidores y usuarios de bienes y servicios en la República Dominicana.

Art. 6.- Pro Consumidor estará integrado por un Consejo Directivo y una Dirección Ejecutiva.

Art. 7.- El Consejo Directivo de Pro Consumidor será jerárquicamente superior a la Dirección Ejecutiva, en el sentido de las disposiciones contenidas en el Artículo 1, numeral 3ro., de la Ley 1494, del 2 de agosto de 1947, que instituye la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

Art. 8.- Sede.

La sede de Pro Consumidor estará en la ciudad de Santo Domingo y establecerá oficinas en todo el territorio de la República de acuerdo a las necesidades de la población y a sus disponibilidades presupuestarias. Para realizar sus labores de orientación, educación y tramitación de denuncias, Pro Consumidor recibirá el apoyo de un funcionario de enlace en los ayuntamientos.

Art. 9.- Del Consejo Directivo de Pro Consumidor.

El Consejo Directivo de Pro Consumidor y afines estará integrado por los siguientes miembros:

- a) El Secretario de Estado de Industria y Comercio, quien lo presidirá;
- b) Un representante de la Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales;
- c) Un representante del sector salud, seleccionado por el Poder Ejecutivo a partir de una terna que presenten de consenso los organismos del Gobierno y las asociaciones privadas del sector;
- d) Un representante de empresas productoras de mercancías seleccionado por el Poder Ejecutivo a partir de una terna de candidatos presentada por el consenso de las asociaciones empresariales;
- e) Un representante de empresas suplidoras de servicios seleccionado por el Poder Ejecutivo a partir de una terna de candidatos presentada por el consenso de las asociaciones empresariales; y
- f) Dos representantes de las organizaciones de defensa de los derechos de los consumidores, seleccionados por el Poder Ejecutivo a partir de una terna que presenten de consenso las agrupaciones defensoras de los derechos del consumidor y afines legalmente constituidas, registradas y representativas.

Art. 10.- La membresía en el Consejo Directivo de Pro Consumidor de los representantes del sector privado y de las organizaciones de defensa de los derechos del consumidor tendrá una duración de dos (2) años, pudiendo ser

extendida solamente por un período adicional de dos (2) años siguiendo el mismo procedimiento de designación.

Art. 11.- El Director Ejecutivo de Pro Consumidor, será el Secretario del Consejo Directivo de Pro Consumidor, quien participará en el mismo con voz, pero sin voto.

Art. 12.- En ausencia del Secretario de Estado de Industria y Comercio, asumirá la Presidencia del Consejo Directivo el Sub-secretario de la misma cartera en quien el titular haya delegado su participación por causa justificada.

Art. 13.- El Consejo Directivo de Pro Consumidor sesionará ordinariamente por lo menos una (1) vez por mes, para conocer de los asuntos que le han dado origen y de los que le fuesen sometidos por la vía correspondiente; y de manera extraordinaria, siempre que lo estime necesario el Presidente, el Director Ejecutivo, o lo soliciten por lo menos dos (2) de sus miembros, expresando en cada caso el motivo y objeto de la convocatoria. Las decisiones se tomarán válidamente con la aprobación de por lo menos cuatro (4) de sus miembros.

Art. 14.- El Consejo Directivo de Pro Consumidor podrá sesionar y tomar decisiones válidas con la asistencia mínima de cinco (5) de sus miembros, entre los cuales deberá estar el Presidente o su sustituto, así como los productores o suplidores y los consumidores o usuarios, según se corresponda con el tema de agenda en discusión. En este caso la decisión se deberá tomar a unanimidad.

Art. 15.- Las resoluciones que dicte el Consejo Directivo de Pro Consumidor serán de aplicación obligatoria en todo el territorio nacional, excepto que las mismas señalen lo contrario.

Art. 16.- Incompatibilidades y causas de inhibición y recusación.

No podrán ser miembros del Consejo Directivo ni Director Ejecutivo de Pro Consumidor:

a) Los que desempeñaren cargos o empleos remunerados en cualquiera de los organismos del Estado o de las municipalidades, ya sea por elección popular o mediante nombramiento, salvo los cargos de carácter docente;

b) Dos (2) o más personas que sean parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad; o que pertenezcan a la misma sociedad en nombre colectivo, o que formen parte de un mismo directorio de una sociedad por acciones;

c) Las personas que hayan sido declaradas en estado de quiebra, así como aquellas contra las cuales estuvieren pendientes procedimientos de quiebra;

d) Los titulares, socios, empleados o personas que tengan intereses en empresas sujetas a la facultad reglamentaria de Pro Consumidor en un porcentaje que fije la reglamentación, o haberlo sido o haberlos tenido en los dos (2) años previos a la designación;

e) Las que presentaren las mismas causas de inhibición y recusación que las correspondientes a los miembros del Poder Judicial; o

f) Aquellas que por cualquier razón sean legalmente incapaces.

Art. 17.- Funciones Generales del Consejo Directivo de Pro Consumidor

a) Establecer políticas generales para la protección de los derechos del consumidor;

b) Dictar las resoluciones pertinentes a las funciones y responsabilidades que le acredita esta ley;

c) Conocer y aprobar los reglamentos de Pro Consumidor;

d) Conocer y aprobar las solicitudes de asistencia técnica y financiera negociadas por la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor

e) Desarrollar comunicación y coordinación adecuadas con las demás organizaciones y entidades públicas y privadas que tienen incidencia o relación, por su operatividad y por disposiciones legales, con la protección de los derechos del consumidor, en cuanto a salud, seguridad social, medio ambiente, educación, seguridad jurídica, alimentación, telecomunicaciones, energía, servicios financieros, entre otros, remitiendo a las mismas los asuntos que fueren de su competencia;

f) Conocer y aprobar los informes que les son presentados por el Director Ejecutivo, sobre el funcionamiento de Pro Consumidor, incluyendo memoria anual y presupuesto de gastos e ingresos anuales;

g) Aprobar o rechazar los contratos que de acuerdo a resolución emitida por el Consejo Directivo necesiten de su aprobación;

h) Conocer y decidir sobre la estructura de organización interna de la Dirección Ejecutiva, incluyendo los movimientos de los recursos humanos y asignación de sueldos y otras compensaciones;

i) Nombrar el personal para el cumplimiento de las funciones estipuladas en la presente ley. Dicho personal deberá serle recomendado por la Dirección Ejecutiva en base a los concursos de selección celebrados al efecto. Una vez nombrado dicho personal, recibirá una remuneración competitiva con la prevaleciente en los mismos niveles gerenciales en los organismos

reguladores sectoriales de los principales servicios públicos y será inamovible, con las excepciones contempladas en la Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa;

j) Conocer los casos que les sean sometidos mediante recursos jerárquicos y dictar las resoluciones de lugar;

k) Emitir consultas, dentro de los treinta (30) días de serle requeridas sobre todas aquellas reglamentaciones o medidas adoptadas por órganos reguladores sectoriales y susceptibles de afectar los derechos e intereses de los consumidores y usuarios. El trámite de solicitar consulta previa será necesario para la validez de dichas reglamentaciones o medidas. Transcurrido el plazo arriba indicado sin que se haya respondido a la solicitud de consulta, se interpretará el silencio como no objeción a la reglamentación o medida adoptada. Las recomendaciones u objeciones formuladas por Pro Consumidor no obligan a los órganos reguladores sectoriales en sus decisiones, las cuales podrán ser impugnadas por Pro Consumidor mediante los recursos administrativos correspondientes;

l) Reglamentar las operaciones, la financiación y los requisitos de operación de las asociaciones de consumidores;

m) Conocer de cualquier otro asunto no contemplado y que no sea de la responsabilidad específica del Director Ejecutivo;

n) Proponer a los órganos reguladores sectoriales de servicios regidos por leyes especiales, acciones, normativas o programas que favorezcan los derechos e intereses de sus consumidores y usuarios;

o) Solicitar, previa realización de estudios e investigaciones de los órganos reguladores de servicios, la adopción que mejoren las condiciones generales de su prestación;

p) Solicitar al Instituto de Estabilización de Precios (INESPRE), al Programa de Medicamentos Esenciales (PROMESE) y a otras instituciones públicas afines, la ejecución de acciones y programas dirigidos a garantizar, cuando sea necesario el abastecimiento a precios accesibles de alimentos esenciales y medicamentos prioritarios;

q) Proponer al Poder Ejecutivo, ante la ocurrencia de desastres naturales la adopción de medidas provisionales de emergencia para la protección del consumidor o usuario, mientras dure la causa de la emergencia;

r) Solicitar al órgano de promoción de competencia, cuando éste fuere creado, realizar estudios sobre el funcionamiento de los mercados, así como la adopción de medidas que estimulen la competencia.

CAPÍTULO III

DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRO CONSUMIDOR

Art. 18.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor estará a cargo de un funcionario que se denominará Director Ejecutivo de Pro Consumidor, quien será designado por decreto del Poder Ejecutivo, según se establece en el Artículo 30 de esta ley.

Art. 19.- La Dirección Ejecutiva tendrá a su cargo:

- a) Organizar, dirigir, coordinar, vigilar y ejecutar las medidas, planes y programas que se adopten en la República Dominicana, tendentes a la defensa de los derechos del consumidor y usuario de bienes y servicios;
- b) Realizar las investigaciones que sean requeridas sobre pesos, calidad y medida de los bienes y servicios, en coordinación con la Dirección Ejecutiva de Normas y Sistemas de Calidad (DIGENOR);
- c) Educar, promover e informar sobre las necesidades, intereses y problemas de consumidores y usuarios;
- d) Promover la organización de la población consumidora o usuaria de bienes y servicios, en grupos comunitarios para la defensa de sus intereses;
- e) Ejercer la representación legal de Pro Consumidor;
- f) Ejercer la administración interna del Instituto, en cumplimiento de los mandatos del Consejo Directivo;
- g) Someter a los infractores ante las instancias judiciales competentes, así como asistir y asesorar al ministerio público de las mismas cuando éste lo requiera;
- h) Negociar convenios de colaboración con entidades homólogas de otros países, mediante los cuales asegurar, entre otros objetivos posibles, la defensa de los derechos del consumidor en sus respectivos territorios;
- i) Representar el país en las reuniones y negociaciones internacionales sobre protección del consumidor;
- j) Organizar y dirigir el trámite de conciliación previa por ante Pro Consumidor, entre proveedores y consumidores de bienes y servicios;
- k) Organizar y fiscalizar el adecuado funcionamiento de las instancias de arbitraje de consumo por ante Pro Consumidor;

l) Procurar asistencia o representación legal a aquellos consumidores y usuarios que la requieran en sus reclamaciones ante los órganos reguladores sectoriales;

m) Elaborar el plan general de inspecciones;

n) Organizar un sistema de información y orientación de los consumidores y usuarios relativos al comportamiento de los precios de los productos prioritarios en los mercados, alternativas de consumo de bienes y servicios, responsabilidad en el consumo, así como sobre los beneficios o riesgos de los bienes y servicios ofertados en el mercado;

o) Las demás funciones que le encomiende el Consejo Directivo.

Art. 20.- La Dirección Ejecutiva tendrá un subdirector técnico y un subdirector administrativo, que serán designados conforme a lo estipulado en el acápite i) del Artículo 17.

Art. 21.- Dependiendo de los sub-directores técnicos estarán los encargados de los departamentos que sean creados por el Consejo Directivo.

Art. 22.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, estará facultada para representar los intereses de la población consumidora ante toda clase de autoridad u organismo público o privado, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que sean requeridos.

Art. 23.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor es el organismo competente para conocer, por la vía administrativa, los casos de conflictos relativos a esta ley.

Art. 24.- Servicios de inspección y vigilancia.

La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor desarrollará los servicios de inspección y vigilancia de las entidades públicas y privadas para la aplicación y cumplimiento de esta ley. Para ello podrá:

a) Requerir informaciones y datos relevantes para los casos de conflictos relativos a esta ley;

b) Hacer visitas de inspección y supervisión.

Art. 25.- Las personas físicas o morales tendrán obligación de proporcionar a las autoridades competentes los informes y datos que se les requieran, relacionados con los fines de la presente ley y demás disposiciones derivadas. Las autoridades competentes preservarán la confidencialidad de los secretos comerciales e industriales salvo cuando se compruebe que dichos secretos oculten riesgos contra la salud o la seguridad del consumidor.

Art. 26.- Las visitas de inspección se practicarán en días y horas hábiles únicamente por personal autorizado por las autoridades competentes, las cuales deberán previamente identificarse. Cuando dichas visitas recaigan sobre empresas reguladas por leyes especiales, deberán coordinarse previamente con los organismos reguladores sectoriales competentes a fin de que sean conjuntas. Igualmente, cuando dichas visitas sean realizadas por los organismos reguladores sectoriales competentes, deberán coordinarse previamente con Pro Consumidor a los fines de que sean conjuntas. Para facilitar las labores de inspección y supervisión, Pro Consumidor y los organismos reguladores sectoriales mantendrán un intercambio permanente y fluido de información.

Art. 27.- En caso de encontrar violación a las disposiciones de esta ley, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor deberá ejecutar las acciones correctivas y las penalizaciones que contemple la ley, aplicable dentro de la esfera de su competencia y observando el debido proceso.

Art. 28.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor será responsable además de tomar las medidas de lugar para garantizar los derechos del consumidor en caso de inexactitud de pesos y medidas, deficiencias de calidad y normas técnicas, de los productos y servicios que se ofertan en el mercado, en coordinación con DIGENOR.

Art. 29.- El Consejo Directivo de Pro Consumidor establecerá mediante reglamento, el régimen de las inspecciones, que deberá consignar por lo menos los siguientes aspectos:

- a) Reclutamiento y promoción por mérito;
- b) Perfil específico del inspector;
- c) Sistema aleatorio para las inspecciones regulares;
- d) Órgano de control interno y supervisión;
- e) Reglas de confidencialidad;
- f) Credenciales;
- g) Incentivos;
- h) Horarios;
- i) Descripción sucinta del mecanismo para las inspecciones;
- j) Formalidad del acto que se levanta en ocasión de la inspección;
- k) Creación del departamento de inspectoría; y

- l) Nombramiento de la dirección del control interno de los inspectores por el Consejo Directivo de Pro Consumidor.

Párrafo I.- El proceso de inspección y vigilancia deberá llevarse a cabo sin lesionar la confidencialidad de datos y documentos suministrados de conformidad con la presente ley.

Párrafo II.- En caso de violación de las obligaciones establecidas en la presente ley por parte del personal nombrado por Pro Consumidor, éstos serán susceptibles de las sanciones previstas en la Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa y en el Código Penal.

Art. 30.- Requerimientos generales para directores y sub-directores de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor.

El Director Ejecutivo será designado por el Poder Ejecutivo a partir de una terna sometida por el Consejo Directivo de Pro Consumidor. Para ser nominado, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Mayor de treinta (30) años de edad;
- b) Profesional titulado de una universidad reconocida, con no menos de cinco (5) años de experiencia práctica profesional acreditable y relevante para la materia de esta ley;
- c) Poseer capacidad y experiencia demostrada en gerencia administrativa;
- d) No formar parte de grupo o partido político alguno ni de las Fuerzas Armadas;
- e) Estar en pleno ejercicio de sus derechos civiles y políticos;
y
- f) Estar en plenas condiciones físicas e intelectuales para ejercer el cargo.

Párrafo I.- El Director Ejecutivo durará en sus funciones dos (2) años y podrá ser confirmado hasta por otros dos (2) períodos consecutivos de igual duración, por su adecuado desempeño, mediante decisión tomada por el voto secreto del Consejo Directivo de Pro Consumidor.

Párrafo II.- Los requerimientos, derechos y deberes señalados para el Director Ejecutivo de Pro Consumidor, serán los mismos para las personas que ocuparán las posiciones de sub-directores.

Art. 31.- Funciones del Director Ejecutivo de Pro Consumidor:

a) Administrar y dirigir la dirección y recomendar al Consejo Directivo de Pro Consumidor, los nombramientos y remociones del personal a su cargo;

b) Someter al Consejo Directivo las creaciones de unidades técnicas y administrativas que se requieran para el buen funcionamiento de la dirección;

c) Cumplir con las funciones y disposiciones que le establece la presente ley, así como las que se puedan establecer en el futuro en el reglamento de aplicación de la presente ley y en las resoluciones del Consejo Directivo;

d) Establecer y desarrollar actividades, proyectos y programas dirigidos a la educación y orientación de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, realizados por la misma Dirección Ejecutiva y/o por otros organismos y entidades públicas y privadas, entre los cuales:

1. Diseñar programas de educación para los consumidores y usuarios de bienes y servicios y fomentar su implementación a nivel nacional, utilizando diferentes instancias:

1.1 Educación formal: (básica, media, superior);

1.2 Educación informal: (organizaciones comunitarias en general y juntas de vecinos, centros de madres etc.).

2. Establecer centros de información, orientación y reclamación para consumidores y usuarios;

3. Elaborar en coordinación con diferentes entidades, materiales educativos que apoyen la realización de los programas en los niveles señalados;

4. Seleccionar temas de investigación que faciliten la orientación de los programas de educación a través de los diversos medios de comunicación social;

5. Fomentar e implementar convenios y proyectos con entidades y organizaciones reconocidas, con el fin de realizar programas conjuntos de educación a consumidores y usuarios de bienes y servicios;

6. Desarrollar actividades, proyectos y programas tendentes a sensibilizar a la población sobre la calidad, seguridad y precios de los bienes y servicios que consume, así como de la necesidad de organizarse para la defensa de sus derechos;

7. Atender y orientar a los consumidores en sus reclamos relacionados con infracciones a la ley de protección de los derechos del consumidor, indicándoles los procedimientos a seguir para formalizar sus denuncias.

e) Realizar estudios de mercado, mediante:

1. Encuestas, análisis de precios y de abasto de los bienes y servicios que por su incidencia en el gasto familiar sean considerados como de primera necesidad, con fines de orientación y educación al consumidor;

2. Estudios de oferta y demanda de los bienes y servicios de mayor incidencia en el presupuesto familiar (alimentación, educación, salud, transporte, vestido, vivienda, energía eléctrica, comunicación), con fines de orientar a la población;

3. Informando y orientando al público sobre dónde dirigirse con sus quejas y reclamaciones, indicándole el departamento interno correspondiente;

4. Asegurar de que las políticas, métodos y procedimientos adoptados por otros organismos del Estado se ejecuten en la forma más idónea para los intereses de los consumidores y usuarios.

f) Desarrollar servicios de inspección y supervisión:

1. Verificando el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en lo referente a publicidad, precios, rotulación y etiquetados de los productos que se mercadean;

2. Verificando el contenido neto y efectividad de vencimiento de los productos que se mercadean, de acuerdo a procedimientos de inspección y muestreo establecidos en las respectivas normas técnicas. Garantizando que los productos básicos y estratégicos que se comercializan en el mercado lleguen al consumidor con la idoneidad, origen, naturaleza, especificaciones en orden de mayor contenido de ingredientes y componentes, tamaño, precio, volumen correcto y buena calidad, con la finalidad de proteger en forma efectiva el interés de los consumidores y propiciando a la vez la sana competencia en el mercado;

3. Verificando las características de calidad de productos, mediante análisis practicados en laboratorios acreditados, de acuerdo a los requisitos establecidos en las normas técnicas u otras disposiciones legales;

4. Realizando estudios de calidad del servicio utilizando los procedimientos apropiados al caso de que se trate;

5. Atendiendo los reclamos interpuestos por consumidores y usuarios, por presuntas violaciones a la ley de protección de los derechos del consumidor; y

6. Denunciando y/o tramitando a la Dirección Ejecutiva violaciones comprobadas a la ley y su reglamento, para los fines correspondientes.

g) Asegurar que los derechos de los usuarios de servicios públicos y privados y sus reclamaciones ante un servicio ineficiente sean atendidos en forma satisfactoria, debiendo requerir a los organismos competentes el cumplimiento de sus obligaciones legales en la materia correspondiente;

h) Fomentar, realizar, coordinar y participar en actividades, proyectos y programas de educación y asesoramiento a consumidores y usuarios;

i) Regular el adecuado funcionamiento de organizaciones de consumidores y usuarios de bienes y servicios en base al reglamento de esta ley, estableciendo requisitos apropiados y registros para las que sean autorizadas, sea a nivel nacional, regional o municipales, conforme a lo dispuesto en el capítulo VIII de la presente ley;

j) Dictar resoluciones relativas a la aplicación de esta ley en caso de infracciones y violaciones que deban ser conocidas y resueltas, en primera instancia, a su nivel de competencia;

k) Atender consultas que el público efectúe personalmente, por escrito o por teléfono o cualquier otro medio, referente a la aplicación de las normas legales y reglamentarias;

l) Proporcionar asesoría y orientación legal a consumidores y usuarios en relación a las situaciones que puedan constituir incumplimiento o violación a las disposiciones de esta ley a través del Departamento de Educación y Orientación;

m) Establecer los procedimientos administrativos, financieros y de contraloría que le permitan gestionar sus actividades de acuerdo al manual de funciones generales que se apruebe en coordinación con la Oficina Nacional de Planificación (ONAP), Oficina Nacional de Presupuesto (ONAPRES) y la Contraloría General de la República;

n) Comunicar al público y promover las labores que realiza:

1. Haciendo llegar a la ciudadanía la información elaborada por los diferentes departamentos de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, principalmente del departamento de Educación y Orientación, mediante comunicados, conferencias de prensa, avisos pagados, notas de prensa y programas radiales y televisivos educativos;

2. Publicando y distribuyendo de manera regular mediante impresos, medios televisivos y radiales, internet y cualquier otro medio de comunicación de alcance nacional para información, orientación y educación de la población en cuanto a consumo y uso de bienes y servicios;

3. Informando y orientando al público sobre dónde dirigirse con sus quejas y reclamaciones, indicándole el departamento interno correspondiente dentro de Pro Consumidor o la autoridad sectorial competente según el caso;

4. Manteniendo a disposición de consumidores y usuarios, los resultados de las investigaciones realizadas que no tengan el carácter de confidencial, de conformidad con el Artículo 121 de la presente ley.

Art. 32.- Remoción de los Miembros del Consejo Directivo y del Director Ejecutivo de Pro Consumidor.

El Poder Ejecutivo podrá remover a los miembros del Consejo Directivo, así como al Director Ejecutivo, en cualquiera de los casos siguientes:

a) Cuando por cualquier causa no justificada debidamente, hubieren dejado de concurrir a seis (6) sesiones ordinarias al año;

b) Cuando por incapacidad física no hubieren podido desempeñar su cargo durante seis (6) meses seguidos; o

c) Por sentencia que tenga la autoridad de la cosa irrevocablemente juzgada dictada en juicio criminal.

CAPÍTULO IV

DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Art. 33.- Enumeración.

Sin perjuicio de los derechos del consumidor conferidos en disposiciones legales y reglamentarias vigentes y en el derecho común, se reconocen como derechos fundamentales del consumidor o usuario:

a) La protección a la vida, la salud y seguridad física en el consumo o uso de bienes y servicios;

b) La educación para el consumo y el uso de bienes y servicios;

c) Recibir de los proveedores por cualquier medio de mensaje de datos, internet, servicios de mensajería, promoción o cualquier otro medio análogo; una información veraz, clara, oportuna, suficiente, verificable y escrita en idioma español sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como también sobre sus precios, características, funcionamiento, calidad, origen,

naturaleza, peso, especificaciones en orden de mayor contenido de sus ingredientes y componentes que permita a los consumidores elegir conforme a sus deseos y necesidades, así como también cualquier riesgo que eventualmente pudieren presentar;

d) La protección de sus intereses económicos mediante un trato equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios;

e) La reparación oportuna y en condiciones técnicas adecuadas de los daños y perjuicios sufridos por el consumidor, siempre y cuando el riesgo o daño no haya sido previamente informado por el proveedor, conforme a la letra c) del presente artículo;

f) Asociarse y constituir agrupaciones de consumidores y/o usuarios de bienes y servicios;

g) Acceder a los órganos jurisdiccionales correspondientes para la protección de sus derechos y legítimos intereses, mediante un procedimiento breve y gratuito;

h) Acceder a una variedad de productos o servicios que permitan su elección libre, al igual que le permitan seleccionar al proveedor que a su criterio le convenga;

i) Vivir y trabajar en un medio ambiente digno y sano que no afecte su bienestar ni le sea peligroso.

CAPÍTULO V

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD

Art. 34.- Protección General.

Los productos y servicios deben ser suministrados o prestados en forma tal que, consumidos o utilizados en condiciones normales o previsibles, no presenten peligro o nocividad ni riesgos imprevistos para la salud y la seguridad del consumidor o usuario. Los riesgos previsibles, usuales o reglamentariamente admitidos, deberán ser previamente puestos en conocimiento de los consumidores y usuarios a través de instructivos o señales de advertencias fácilmente perceptibles o por cualquier otro medio apropiado para garantizar la seguridad del consumo del producto o uso del servicio.

Párrafo I.- Comprobada, por cualquier medio idóneo, peligrosidad o toxicidad no manifestada, no informada o no prevista en las especificaciones o advertencias de salud para el uso o consumo de un producto o servicio, en niveles considerados como nocivos o de alto riesgo para la salud o seguridad

de los consumidores o usuarios, en violación a las disposiciones correspondientes, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, ya sea de oficio o a petición o denuncia de parte, dispondrá el retiro inmediato del producto en el mercado y la prohibición de circulación del mismo hasta tanto no se haya regularizado o advertido al consumidor o usuario la condición del bien o servicio, o la suspensión o paralización de la prestación del servicio. En estos casos, y sin perjuicio de las responsabilidades a que hubiere lugar, el proveedor tendrá que devolver lo abonado por el consumidor o usuario, contra la presentación del producto, su envase u otro medio que acredite la adquisición del producto o servicio, según sea el caso.

Párrafo II.- Las sustancias tóxicas, venenosas, irritantes, cáusticas, inflamables, explosivas, corrosivas, abrasivas o radioactivas y productos que en su composición las comprendan, y cuya producción, importación o comercialización no estén prohibidas, deberán ser envasadas, transportadas, depositadas y comercializadas con las debidas garantías. Del mismo modo, deberán llevar por lo menos, en español, en forma visible, clara e inequívoca, las indicaciones que adviertan los riesgos de su uso o manipulación. La tenencia, almacenamiento o manipulación de estas sustancias y productos en instalaciones y locales de producción, almacenamiento o venta deberá ser reglamentada por las autoridades que apliquen en los casos específicos.

Párrafo III.- El cumplimiento de estas obligaciones deberá ser exigido y vigilado por la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, la cual podrá auxiliarse de cualquier organismo público o privado para obtener informaciones o realizar investigaciones que le permitan decidir el asunto sometido.

Art. 35.- Riesgos no previstos.

Luego de introducido un producto o servicio en el mercado, si se estableciera la existencia de riesgos no previstos, defectos o alteraciones que lo conviertan en peligroso para la salud o seguridad, el proveedor estará obligado a informarlo, de forma inmediata y pública, a las autoridades competentes y a la población en general, debiendo utilizar para ello todos los medios adecuados, de manera que se asegure una oportuna información sobre los riesgos del producto o servicio a toda la población. El cumplimiento de esta obligación no exime al proveedor de las responsabilidades que pudieran establecerse en cada caso.

Art. 36.- El proveedor estará obligado, asimismo, a la adopción de medidas oportunas y al acatamiento de las medidas dispuestas por las autoridades competentes para eliminar o reducir el peligro, incluyendo el retiro o suspensión de los productos o servicios afectados, así como su sustitución o reparación, según sea el caso.

Art. 37.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor tendrá competencia para hacer exigibles esas medidas.

Art. 38.- Regulación de productos y servicios.

En toda regulación sobre productos y servicios que afecten o pudieran afectar la salud y/o la seguridad de los consumidores, se hará exigible la determinación, por lo menos de:

- a) La naturaleza, características, propiedades y utilidad;
- b) Los procedimientos y normas técnicas aplicables o permitidos para la producción almacenamiento, transporte, comercialización y prestación;
- c) Los métodos oficiales de análisis, control de calidad e inspección;
- d) Las exigencias de control en el uso de sustancias de uso controlado o de productos tóxicos y de servicios peligrosos de uso autorizado, de manera que pueda comprobarse con rapidez y eficacia su origen, utilización y destino;
- e) Las normas de etiquetado, presentación y publicidad, en forma legible e inteligible;
- f) El régimen de autorización, registro y control;
- g) Las garantías, responsabilidades y medidas;
- h) Cuando proceda, las contraindicaciones; y
- i) Las normas reguladoras para productos tóxicos y servicios peligrosos no autorizados.

Art. 39.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor tendrá competencia para hacer exigibles esas medidas.

Art. 40.- Prohibiciones de importación e internación.

Se prohíbe la importación e internación de productos cuya comercialización, prestación, uso o consumo estén suspendidos o prohibidos en su país de origen, por razón de protección de la salud y seguridad. Esta prohibición podrá extenderse a productos cuya comercialización, prestación, uso o consumo estén suspendidos o prohibidos en terceros países siempre y cuando dichas suspensiones o prohibiciones hayan sido debidamente justificadas mediante procedimientos científicos y de análisis de riesgo de conformidad a los acuerdos internacionales relevantes vigentes en la materia.

Art. 41.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, en coordinación con la Dirección Ejecutiva de Normas y Sistemas de Calidad (DIGENOR) establecerá mediante reglamento, los plazos mínimos previos a la fecha de expiración que deberán ser satisfechos para la internación de los bienes perecederos de origen importado. Este reglamento deberá prever que la Dirección General de Aduanas no autorice el despacho de importación de productos de consumo que no cumplan con este requisito, que no tengan registro sanitario, que no tengan fecha de expiración, cuya fecha de expiración se encuentre vencida, cuyas etiquetas o rotulados no estén por lo menos, en idioma español o que no tengan las advertencias de salud conforme a las normas vigentes, cuando corresponda.

Art. 42.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor tendrá dentro de sus funciones velar por el cumplimiento de estas disposiciones y tomará las medidas de lugar para sancionar las violaciones.

Art. 43.- Adulteración de fechas de expiración.

Se prohíbe la adulteración o eliminación de las fechas de expiración o de uso permitido, en materia de alimentos, medicamentos u otros productos perecederos, por constituir acciones fraudulentas que conllevan riesgos para la salud y seguridad de los consumidores. La violación de esta prohibición será sancionada por la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor con la incautación de los productos, multa y reparación de daños ocasionados al consumidor, sin perjuicio de otras acciones que conforme a la ley puedan ejercerse.

Art. 44.- Todo proveedor final tiene la obligación de retirar del comercio los productos, cuyo período de vigencia haya transcurrido.

En caso de no hacerlo a la fecha de vencimiento del producto comprometerá su responsabilidad penal y civil.

CAPÍTULO VI

PROTECCIÓN DE LOS INTERESES ECONÓMICOS

Art. 45.- Condiciones de la oferta.

La oferta de productos y servicios se ajustará a la naturaleza, calidad, condiciones y precio e incluirá los impuestos de venta aplicables o un mensaje del ofertante advirtiendo al consumidor cuando los impuestos no estén calculados en el precio. También podrá incluir las modalidades convenidas con el consumidor o usuario, o publicadas en los locales de comercio o a través de anuncios, prospectos, circulares u otro medio de comunicación.

Art. 46.- En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de las mismas y el tiempo de su duración. En caso de que figure el precio de los productos o servicios que se ofrecen, se debe consignar el precio total del producto o servicio, incluyendo separadamente los impuestos correspondientes o un mensaje del ofertante advirtiendo al consumidor cuando los impuestos no estén calculados en el precio.

Art. 47.- En condiciones de venta o prestaciones de servicios idénticos, las condiciones de la oferta serán iguales para todos los consumidores o usuarios en lo que respecta a precios y calidad. Las categorizaciones de los usuarios deberán tener fundamentos razonablemente objetivos y por tanto, no deben ser arbitrarias o discriminatorias.

Art. 48.- Los proveedores son responsables de la veracidad de la publicidad referente a los productos o servicios que ofrecen.

Art. 49.- Contenido del documento de venta.

En el documento de venta de bienes muebles, sin perjuicio de la información exigida por las otras leyes o normas, según el caso, deberá constar:

- a) La descripción y especificación del bien;
- b) El nombre y domicilio del vendedor;
- c) El nombre del domicilio, distribuidor o importador cuando corresponda;
- d) Las características de la garantía conforme a lo establecido en esta ley;
- e) Los plazos y condiciones de entrega;
- f) El precio y las condiciones de pago; y
- g) El impuesto correspondiente

Párrafo.- La redacción debe ser hecha por lo menos en idioma español, ser completa, clara y fácilmente legible. Las menciones de convenciones, leyes o reglamentos de otros textos o documentos, que apliquen al contrato, deberán acompañarse, cuando resulte posible, de una explicación sucinta de sus principales prescripciones. Cuando se incluyan cláusulas adicionales a las aquí indicadas o exigibles en virtud de lo previsto de esta ley, aquellas deberán ser escritas en letras destacadas y suscritas por ambas partes, excepto en el caso de los contratos de adhesión para los cuales regirán las disposiciones contenidas en los Artículos 81 y siguientes.

Art. 50.- Los reglamentos dictados para la aplicación de esta ley establecerán modalidades más simples cuando la índole del bien objeto de la contratación así lo determine, siempre que se asegure la finalidad perseguida por esta ley.

Art. 51.- Peso, medida y calidad.

La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor será competente, de oficio o a denuncia de parte interesada, en los casos de inexactitud del peso y medida de los productos y servicios que se oferten y comercialicen en el mercado, así como en los casos de deficiencia en las condiciones de calidad, normalización técnica o estándares de calidad y servicios de post-venta para adoptar las medidas que sean necesarias a los fines de garantizar los derechos del consumidor o usuario.

Art. 52.- La Dirección Ejecutiva promoverá además la adopción generalizada del sistema métrico decimal "MKS", conforme a los compromisos internacionales asumidos en la materia, a los fines de sustituir cualquier otro sistema de pesos y medidas que todavía continúe aplicándose en el país.

Art. 53.- Operaciones de venta a crédito.

En la venta de productos o prestación de servicios bajo modalidades de crédito al consumidor o usuario, el proveedor deberá consignar, bajo pena de sanción o multa, los conceptos y el monto de cada partida, así como la suma total a pagar, además de las siguientes informaciones obligatorias:

- a) Precios al contado y a crédito del producto o servicio, con impuestos y sin impuestos; considerándose al contado cuando se pague la totalidad tanto en efectivo como con tarjeta de crédito y/o débito;
- b) Monto de los intereses, la tasa mensual y/o anual de interés, la tasa de interés moratorio y la forma de amortización del capital e intereses;
- c) El monto y detalle de cualquier cargo adicional, en caso de que lo hubiere;
- d) Número de pagos a efectuarse, su periodicidad y la fecha de pago;
- e) Gastos extras o adicionales si los hubiere; y
- f) Derechos y obligaciones de las partes en caso de incumplimiento.

Art. 54.- Una vez formalizada la transacción bajo la modalidad de operación a crédito, las informaciones antes citadas formarán parte integral del contrato.

Art. 55.- El consumidor podrá renegociar la operación a crédito y cancelar anticipadamente lo adeudado, mediante el pago total o pagos parciales, en cuyo caso tendrá derecho a reclamar una reducción proporcional en los intereses, en base a la proporción de las amortizaciones realizadas.

Párrafo.- Estas disposiciones serán aplicables a las entidades financieras, así como a cualquier otra institución que realice operaciones de crédito y esté regulada por leyes especiales.

Art. 56.- Ofertas especiales.

En las prácticas comerciales denominadas como "ofertas", "remates", "liquidaciones" u otra expresión similar a través de las cuales se ofrezcan productos o servicios a precios rebajados, así como en las que se ofrezcan algún tipo de incentivo, tales como "obsequios", "primas", "regalos" o similares, se aplicarán a plenitud todas las normas relativas a la protección de los derechos del consumidor. La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor será competente para verificar la veracidad y exactitud de estas prácticas comerciales. En caso de encontrar falsedad o inexactitud, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor adoptará las medidas pertinentes.

Art. 57.- Las ofertas especiales deberán contener la fecha precisa de su inicio y finalización. La revocación o término anticipado de la oferta sólo será válida una vez haya sido difundida por medios iguales o similares a los usados para hacerla conocer. En este último caso, el oferente quedará obligado a cumplir las condiciones de la oferta o indemnizar al beneficiario de las mismas, hasta tanto haya difundido su finalización.

Art. 58.- Queda prohibida la realización de propuestas al consumidor, por cualquier tipo de medio, sobre un producto o servicio que no haya sido requerido previamente y que genere un cargo automático en cualquier sistema de débito, o interpretando el silencio del consumidor como aceptación a dicho cargo.

Art. 59.- Si con la oferta se envió, además del producto o servicio adquirido, un obsequio o regalo, incluso si se indicara que su devolución puede ser realizada sin costo alguno para el receptor, este último no estará obligado a restituir el obsequio o regalo al remitente, aun en caso de que se rescindiera la transacción del producto o servicio adquirido.

Art. 60.- Queda prohibida la oferta de cualquier clase de beneficio o prima para el caso de que se contrate la prestación principal de un bien o servicio cuando induzca o pueda inducir al consumidor a error acerca del nivel de precios o calidad del o los bienes y servicios ofertados o de otros bienes o servicios, o cuando le dificulte gravemente la apreciación del valor efectivo de la oferta o su comparación con ofertas alternativas.

Art. 61.- La entrega de obsequios con fines promocionales y prácticas comerciales análogas se reputarán desleales y por tanto atentatorios a los derechos de los consumidores, cuando por las circunstancias en que se realicen, pongan al consumidor en el compromiso de contratar la prestación principal.

Art. 62.- Ventas indirectas y a domicilio.

En la venta y en cualquier tipo de contratación de bienes y/o prestación de servicios que se oferten o efectúen fuera del establecimiento del proveedor y aquellas para las cuales se utilicen medios, tales como: teléfono, televisión, correo tradicional o electrónico, medio digital o cualquier medio de mensajes de datos, internet, servicios de mensajería, promoción, o cualquier otro tipo de medio análogo, el proveedor está obligado según el caso a:

- a) Informar previamente al consumidor sobre el precio, incluyendo los impuestos, forma y fecha de entrega, costo de envío y, en su caso, del seguro correspondiente;
- b) Emitir una nota de remisión con el nombre y dirección del proveedor y la consignación precisa del bien o servicio a nombre del consumidor;
- c) Tener constancia de que la entrega del producto o la prestación del servicio se haga al consumidor o usuario, o en manos de un representante debidamente autorizado mediante su conformidad de recepción escrita;
- d) Permitir al consumidor hacer reclamaciones, devoluciones o cambios por medios similares a los utilizados para la venta. En estos casos el proveedor establecerá claramente el plazo para cualquier reclamación y los costos que se deriven de la reclamación estarán a cargo del proveedor. El proveedor deberá suministrar toda la información adicional que sea requerida para el uso de servicios distintos a los contratados originalmente;
- e) Cubrir los costos de envío en caso de reposición o reparaciones cubiertas por la garantía;
- f) Prever y permitir al consumidor un plazo de reflexión, de tres (3) días hábiles como mínimo, previo a la entrega del bien o prestación del servicio; y
- g) Prever y permitir al consumidor un plazo de prueba, de siete (7) días hábiles como mínimo, previo a la devolución del bien o la suspensión del contrato de prestación del servicio.

Art. 63.- Vicios y defectos.

El proveedor es responsable por la idoneidad y calidad de los bienes y servicios que oferta, vende o presta en el mercado. Un bien o servicio se considera defectuoso, viciado o insuficiente cuando por su naturaleza o condiciones no cumple con el propósito o utilidad para el que estaba destinado, sea diferente a las especificaciones estipuladas por el fabricante o suplidor o disminuya de tal modo su calidad o la posibilidad de su uso que de haberlo conocido, el consumidor o usuario no lo hubiese adquirido o hubiese pagado un menor precio.

Párrafo.- En caso de que se compruebe que un bien o servicio fue vendido defectuoso, viciado o insuficiente, sin haber informado al usuario, el proveedor estará obligado, a opción del consumidor o usuario, a recibir los bienes y servicios, a restituir el valor pagado, a otorgar una rebaja en el precio o valor pagado, o a restituir los bienes o servicios con las cualidades, calidad y precio originalmente ofertados. Los prestatarios de servicios tendrán treinta (30) días, contados a partir de la fecha de reclamación del usuario, para demostrar que cualquier insuficiencia en el suministro de sus servicios no le es imputable.

Art. 64.- Un bien o servicio no se considera defectuoso, viciado o insuficiente cuando:

- a) Exista un mal uso o incorrecta utilización;
- b) Exista deterioro sufrido como consecuencia de un uso anormal e incorrecto;
- c) Se alegue vicio o defecto por comparación con otro bien o servicio de otro de mayor calidad o de igual calidad de otro fabricante o marca.

Art. 65.- Oferta de productos usados o imperfectos.

Cuando la oferta de bienes se refiera a bienes usados, reconstruidos, imperfectos, deficientes o en mal estado, deberá indicarse esta circunstancia en forma precisa y notoria.

Art. 66.- Garantía de productos duraderos.

Cuando se comercialicen bienes duraderos, el consumidor y los sucesivos adquirentes tienen una garantía legal por los defectos o vicios de cualquier índole, que afecten el correcto funcionamiento de tales bienes o que hagan que las características de los productos entregados difieran con respecto a lo ofrecido.

Art. 67.- Información y certificado de garantía.

Por la adquisición de bienes duraderos nuevos, el consumidor tendrá derecho a un adecuado servicio técnico y a la provisión de repuestos durante un período de tiempo determinado y a la información precisa en caso de ausencia de éstos. En ningún caso podrá exigirse al consumidor pago extra alguno por la garantía ofrecida ni por los servicios técnicos o los repuestos suministrados durante el período de vigencia de dicha garantía.

Art. 68.- El proveedor deberá entregar una garantía escrita, por lo menos, en idioma español, que contenga obligatoriamente:

- a) La identificación del proveedor;
- b) El titular de la garantía;
- c) La identificación del producto garantizado, con las especificaciones necesarias para que no pueda confundirse con otro igual o similar;
- d) Las condiciones de instalación, uso y mantenimiento necesarios para un buen funcionamiento;
- e) Las condiciones de validez de las garantías y el plazo de duración de la garantía;
- f) Las condiciones de reparación y la especificación del lugar donde se hará efectiva la reparación; incluyendo la responsabilidad por el traslado, acarreo o transporte del bien a reparar bajo garantía; y
- g) La cesión de la garantía dentro de su plazo de duración.

Art. 69.- En caso de ser necesaria la notificación al fabricante o importador de la entrada en vigencia de la garantía de un bien de consumo duradero, dicho acto estará a cargo del vendedor. La falta de notificación no es liberatoria de responsabilidad.

Art. 70.- Durante el período de vigencia de la garantía, su titular tendrá derecho a la reparación gratuita y satisfactoria de los vicios o defectos originarios. Si se constatará que el producto no tiene las condiciones para cumplir con el uso al cual estaba destinado o no fuese posible su reparación satisfactoria, el titular de la garantía tendrá derecho a su mejor opción, a la sustitución del producto por otro en buen estado, a una rebaja del precio, o a la devolución del valor pagado, en capital, intereses y otros gastos de la operación, sin perjuicio de otras acciones que conforme a la ley puedan ejercerse.

Párrafo.- En el caso de que el fabricante en el país originario del producto emitiera una advertencia general sobre sus características defectuosas, tanto el vendedor como el distribuidor o el concesionario autorizado, estarán obligados a contactar al consumidor y proceder de la forma indicada en la advertencia general del fabricante. El consumidor podrá exigir el cumplimiento de la advertencia general por ante el distribuidor donde haya adquirido el producto que se trate siempre y cuando esté acompañado de la documentación que compruebe la adquisición legítima del bien o servicio, y de conformidad con los términos y condiciones de la advertencia general.

Art. 71.- Los bienes duraderos importados por individuos o por proveedores que no sean concesionarios autorizados gozarán de garantía, siempre y cuando estén acompañados de la documentación que compruebe la adquisición legítima del bien o servicio, y de conformidad con los términos y condiciones del documento de garantía. Su plazo y cobertura no podrán ser menores a los de los productos comercializados por los concesionarios exclusivos.

Art. 72.- Los proveedores locales de bienes duraderos que gocen del estatuto de suplidor autorizado estarán obligados a otorgar el mismo plazo de garantía del país de origen de dichos bienes duraderos, siempre y cuando estén acompañados de la documentación que compruebe la adquisición legítima del bien o servicio y de conformidad con los términos y condiciones del documento de garantía.

Art. 73.- Los consumidores o usuarios podrán reclamar el cumplimiento de la garantía de los bienes duraderos que hubieren adquirido ante cualquier proveedor autorizado de dichos bienes, siempre y cuando estén acompañados de la documentación que compruebe la adquisición legítima del bien o servicio y de conformidad con los términos y condiciones del documento de garantía.

Art. 74.- Aplicar el principio precautorio para proteger a la población de la entrada de alimentos transgénicos no autorizados, de medicamentos y otras sustancias que no hayan superado el análisis de riesgo y cuyo uso pueda afectar la salud de los humanos y al medio ambiente.

Párrafo.- El principio precautorio es un principio general que fue asumido por la Unión Europea para reglamentar el uso de los alimentos genéticamente modificados y que el país debe asumir para proteger a sus ciudadanos.

Art. 75.- De la prestación de servicios.

Quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales éstos hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos.

Párrafo.- Es obligación de las empresas prestatarias de servicios habilitar un sistema de registro de reclamos y que los mismos sean satisfechos en los plazos establecidos por las leyes especiales o los reglamentos establecidos para el efecto de esta ley.

Art. 76.- Prestación de servicios de reparación y mantenimiento.

En los servicios cuyo objeto sea la reparación o mantenimiento de cualquier tipo de bien o artículo, el proveedor deberá contar con la autorización escrita del consumidor sobre el empleo de componentes usados.

Párrafo I.- El proveedor del servicio deberá otorgar una garantía en forma escrita no inferior a treinta (30) días por dicha reparación o mantenimiento.

Párrafo II.- Los proveedores de servicios de reparación, mantenimiento, limpieza u otros similares, deberán compensar adecuada y oportunamente al consumidor, si por deficiencias del servicio el producto se pierde o sufre tal deterioro que resulte total o parcialmente inapropiado para el uso o finalidad a que estaba destinado.

Art. 77.- El proveedor del servicio debe entregar un presupuesto escrito que contenga como mínimo los datos siguientes:

- a) Nombre, domicilio y otros datos de identificación del proveedor del servicio;
- b) La descripción detallada del trabajo a realizar y de los materiales a emplear;
- c) Los precios y valores de los materiales a emplear y de la o de obra, en el caso que se requiera mano de obra;
- d) El tiempo en que se realizará el trabajo;
- e) El alcance y duración de la garantía otorgada;
- f) El plazo para la aceptación del presupuesto; y
- g) Los números de inscripción del Registro Nacional del Contribuyente

Art. 78.- El proveedor del servicio podrá proceder a realizar el trabajo una vez cuente con la aprobación expresa del presupuesto escrito mencionado en el Artículo 77.

Art. 79.- Constancia de reparación.

Cuando el producto hubiera sido reparado bajo los términos de una garantía legal, el garante o proveedor autorizado estará obligado a entregar al consumidor una constancia de reparación en donde se indique:

- a) La naturaleza de la reparación;
- b) Las piezas reemplazadas o reparadas;
- c) La fecha en que el consumidor le hizo entrega del producto; y
- d) La fecha de devolución o entrega del producto al consumidor.

Párrafo.- Junto a la constancia de reparación, el garante o suplidor autorizado estará obligado a devolver las piezas defectuosas que hubieren sido reemplazadas.

Art. 80.- Prolongación del Plazo de Garantía.

El tiempo durante el cual el consumidor está privado del uso del bien en garantía, por cualquier causa relacionada con su reparación, debe computarse como prolongación del plazo de la garantía legal.

Art. 81.- Contratos de adhesión o formularios. Se entiende por contrato de adhesión el redactado previa y unilateralmente por un proveedor de bienes o servicios, sin que el consumidor o usuario se encuentre en condiciones de variar sustancialmente sus términos ni evitar su suscripción si desee adquirir el producto u obtener el servicio.

Párrafo I.- Los contratos de adhesión o los formularios, vigentes o no a la entrada en vigor de la presente ley, deberán ser remitidos a la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, la que creará un sistema de registro para tales fines, sin perjuicio del registro que deberán llevar a cabo ciertos proveedores ante las autoridades administrativas correspondientes en virtud de leyes especiales. Esta disposición se aplica a todo tipo de contrato incluyendo los de materia financiera.

Párrafo II.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor tendrá un período de nueve (9) meses contados a partir del inicio de las operaciones de Pro Consumidor dentro del cual podrá intervenir con el fin de regular el contenido de los contratos de adhesión que estuviesen vigentes a la entrada en vigor de la presente ley, cuando generen obligaciones contrarias a los derechos e intereses de los consumidores y usuarios. Durante la vigencia del plazo aquí

estipulado y hasta que se compruebe lo contrario mediante decisión definitiva de las autoridades competentes, los contratos de adhesión se considerarán válidos de pleno derecho. Una vez vencido el plazo y en ausencia de reclamación sobre la validez de los contratos de adhesión, los mismos se reputarán válidos.

En caso de considerar su modificación, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor en coordinación con el órgano sectorial competente, según el caso, notificará al proveedor del bien o servicio que corresponda, a los fines de que proceda a efectuar los cambios de lugar en los nuevos contratos de adhesión.

Párrafo III.- En todo momento los consumidores o usuarios, por sí o a través de las asociaciones de consumidores podrán solicitar que se haga efectiva la revisión de los contratos de adhesión o en formularios que sean posteriores al inicio de las operaciones de Pro Consumidor, en especial en todo lo relativo a las cláusulas que limiten o atenúen responsabilidades.

Art. 82.- Protección contractual.

Las cláusulas de los contratos de venta de productos y prestación de servicios, serán interpretadas siempre del modo más favorable para el consumidor.

Art. 83.- Cláusulas y prácticas abusivas en contratos de adhesión.

Todo contrato de adhesión, para su validez, deberá estar escrito, por lo menos, en idioma español, sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista, en términos claros y entendibles para los consumidores o usuarios y deberá haber sido aceptado expresamente por el consumidor y por el proveedor.

Párrafo I.- Son nulas y no producirán efectos algunos las cláusulas o estipulaciones contractuales que:

a) Exoneren la responsabilidad del proveedor por defectos o vicios que afecten la utilidad o finalidad esencial del producto o servicio y por daños causados al consumidor o usuario de dichos productos o servicios;

b) Representen limitación o renuncia al ejercicio de los derechos que esta ley reconoce a consumidores y usuarios, o favorezcan excesiva o desproporcionadamente los derechos del proveedor;

c) Inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;

d) Impongan la obligación de utilizar de manera exclusiva la conciliación, arbitraje u otro procedimiento equivalente o de efectos similares para resolver las controversias entre consumidores o usuarios y proveedores;

e) Permitan al proveedor la modificación sin previo aviso de los términos y condiciones del contrato lo que, en ningún caso, podrá hacerse en forma discriminatoria y sin criterios objetivos para los consumidores o usuarios;

f) Impongan condiciones injustas o discriminatorias, exageradamente gravosas o causen desprotección al consumidor o usuario;

g) Se remitan a convenciones, leyes, reglamentos y otros textos o documentos sin una mención sucinta de las prescripciones que aplican al contrato, cuando esto resulte posible;

h) Subordine la conclusión de un contrato a la aceptación de prestaciones suplementarias o complementarias que guarden o no relación con el objeto de tal contrato;

i) Incluyan espacios en blanco, que no hayan sido llenados o espacios inutilizados, antes de que se suscriba el contrato.

Párrafo II.- La nulidad de una cláusula o la existencia de estipulaciones prohibidas no invalida el resto de las previsiones del contrato, salvo que las condiciones subsistentes determinen una situación no equitativa en perjuicio del consumidor o usuario.

Párrafo III.- La nulidad de cláusulas y estipulaciones se regirá, de manera supletoria por las disposiciones del Código Civil, pero toda cláusula o estipulación en perjuicio del consumidor o usuario se considerará inexistente.

CAPÍTULO VII

INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Art. 84.- Derecho a la información.

Todo proveedor de bienes y/o servicios está obligado a proporcionar al consumidor o usuario en la etiqueta o soporte similar, una información, por lo menos, en idioma español, clara, veraz, oportuna y suficiente sobre los bienes y servicios que oferta y comercializa, a fin de resguardar la salud y seguridad de este último, así como sus intereses económicos, de modo tal que pueda efectuar una adecuada y razonada elección.

Art. 85.- Contenido mínimo de la información.

En la etiqueta, rotulado o soporte análogo, la información que se proporcione al consumidor deberá indicarse con caracteres claros, bien visibles y fáciles de leer por el consumidor, la información en idioma español respecto a las características de los bienes y servicios. Dicha información deberá resumir, como mínimo, según corresponda, los siguientes aspectos:

a) Origen, procedencia geográfica o comercial, naturaleza, contenido nutricional, ingredientes y componentes que se utilizan en la composición en orden de mayor contenido neto, finalidad o utilidad;

Esta obligación no comprenderá la fórmula o secreto industrial utilizando en la elaboración del producto.

- b) Calidad, cantidad, categoría, especificaciones, peso o medida;
- c) Denominación usual o comercial, si la tuviese;
- d) Instrucciones o indicaciones por lo menos, en idioma español, para el correcto uso, consumo o utilización;
- e) Fecha de producción, vida útil, expiración, caducidad o plazo recomendado para el uso o consumo, en el caso de productos perecederos o susceptibles de alteración con el tiempo, principalmente;
- f) Resultados esperados de su utilización o consumo y efectos adversos conocidos, en especial su nocividad o peligrosidad; y
- g) Advertencias ambientales, sanitarias o de salud.

Párrafo.- En los puntos de venta deberá estamparse visiblemente el precio por unidad de medida y por unidad de artículo o servicio.

Art. 86.- Reglamentación e información.

La reglamentación deberá contemplar exigencias concretas de información, para garantizar de manera eficaz este derecho de los consumidores y usuarios. Dicha información deberá consignarse de manera obligatoria en el etiquetado de productos alimenticios y médicos de cualquier tipo y naturaleza.

Art. 87.- Información sobre precios.

Los precios de los bienes y servicios deberán estar señalados en forma notoria e inequívoca a la vista del público, a excepción de aquellos productos y servicios que por sus características especiales el precio deba convenirse de común acuerdo.

Los precios deberán ser expresados en moneda nacional. Los precios no podrán ser modificados en función del medio de pago utilizado.

Art. 88.- Publicidad y promoción de ventas.

La publicidad, cualesquiera que sean los medios empleados, deberá ser compatible con las disposiciones que reprimen la competencia desleal, el dolo y el engaño, y estará sujeta a las siguientes condiciones mínimas:

- a) La publicidad y las actividades promocionales de ventas deberán ser veraces. En consecuencia, se prohíbe la utilización de imágenes, textos, diálogos, sonidos o descripciones que directa o indirectamente, causen o puedan causar inexactitud o mensaje que pueda inducir al consumidor o usuario a engaño, error o confusión acerca de las características, el precio y las condiciones de compra o venta del producto o servicio ofertado o publicitado;
- b) Las campañas promocionales, liquidaciones u ofertas especiales deberán precisar el plazo en que inicia y termina la oferta, el volumen de los artículos que se ofrecen, así como las condiciones, precios y ventajas de la oferta especial;
- c) La publicidad de productos médicos, alimenticios envasados, cosméticos, tabaco, bebidas alcohólicas y, en general, cuando se atribuya al producto o servicio propiedades terapéuticas, nutricionales o estimulantes, deberá contar con la previa autorización de la entidad estatal competente en materia de salud;
- d) La publicidad, en especial la dirigida a niños, no podrá contener informaciones, imágenes, sonidos, datos o referencias que los afecte física, mental o moralmente;
- e) La publicidad no podrá inducir a confusión y engaño; tampoco podrá ser denigrante, o comportar cualquier otra modalidad de carácter desleal comercialmente.

Párrafo I.- Todo anunciante y propietario del anuncio que incurra en publicidad engañosa queda obligado solidariamente a:

- a) Retirar de inmediato el acto o mensaje publicitario de todo medio de difusión donde haya sido colocado;
- b) Realizar una rectificación publicitaria o contra publicidad por el mismo medio y con las características utilizadas originalmente para la anterior publicidad, haciendo las aclaraciones pertinentes sobre las falsedades en que hubiese incurrido originalmente;
- c) Sustituir los bienes y/o servicios que hayan sido adquiridos por efectos de dicha publicidad y/o promoción y que resulten peligrosos a la salud y a la seguridad del consumidor o usuario y reembolsar lo pagado por dichos bienes o servicios.

Párrafo II.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor promoverá ante los anunciantes, la liga de anunciantes y demás empresas o instituciones relevantes, la necesidad de autorregular el contenido de la publicidad.

Art. 89.- Derecho a la educación.

La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, por función propia, en coordinación con otras instituciones públicas y privadas, así como organizaciones de consumidores que persigan también este objetivo, promoverá y ejecutará programas de educación y formación del consumidor o usuario.

Art. 90.- Objetivos de los programas de educación.

La educación de los consumidores y usuarios de bienes y servicios tendrá como principales objetivos:

- a) Promover el desarrollo de una mayor capacidad, racionalidad y transparencia en las decisiones de consumo y en la elección de productos y servicios, así como la formación de conciencia sobre sus derechos y su efectivo ejercicio;
- b) Contribuir a prevenir los riesgos derivados del consumo de productos o utilización de servicios;
- c) Difundir el conocimiento de las leyes, normas, acciones, procedimientos, reglamentos e instituciones de defensa y protección del consumidor o usuario; y
- d) Promover el ejercicio de los derechos de la defensa al consumidor o usuario.

Art. 91.- Consideración del tema en el sistema educativo.

El sistema educativo nacional, en coordinación con la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, incorporará en los programas de asignaturas vinculadas, contenidos mínimos sobre los derechos del consumidor, a fin de asegurar un conocimiento general y básico sobre el tema.

Art. 92.- Programas a través de los medios de comunicación.

La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor y organismos afines, promoverán y publicitarán en los medios de comunicación social en general, espacios en su programación para difundir conceptos de contenido educativo para el consumidor, con especial orientación hacia los sectores de bajo nivel de ingresos y de educación de todo el territorio nacional.

Párrafo.- En vista de que el espectro radioeléctrico es propiedad del Estado, todo concesionario autorizado para ofrecer servicios de difusión a través de dicho espectro dedicará al menos quince (15) minutos de su programación diaria, aún sea en condiciones comerciales, a difundir temas relativos a la defensa y protección de los derechos de los consumidores y usuarios.

CAPÍTULO VIII

DERECHO A LA REPRESENTACIÓN Y ASOCIACIÓN

Art. 93.- De la representación.

El consumidor o usuario tiene derecho a ser escuchado en forma individual o colectivamente, sea de manera directa o por representante, a fin de defender sus intereses ante la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor según el procedimiento vigente.

Art. 94.- De las asociaciones de consumidores y/o usuarios.

Las asociaciones de consumidores y/o usuarios, constituidas como personas jurídicas sin fines de lucro y debidamente registradas e incorporadas, podrán interponer las acciones correspondientes cuando resulten afectados o amenazados los intereses de los consumidores, asociados o no, siempre que éstos requieran de su intervención, sin perjuicio del derecho del usuario o consumidor a accionar por cuenta propia.

Párrafo.- En caso de demandas de reparación de daños y perjuicios, será necesario el mandato expreso del afectado.

Art. 95.- Con el fin de realizar la promoción y la defensa de los derechos estipulados en esta ley, las asociaciones de consumidores y/o usuarios deberán ser voluntarias, autónomas e independientes. En consecuencia:

- a) No podrán participar en actividades políticas partidarias;
- b) No podrán tener vinculación con ninguna actividad profesional, comercial o productiva;
- c) No podrán recibir directa o indirectamente donaciones, aportes o contribuciones de empresas, ni publicidad pagada de éstas; y
- d) Sus publicaciones no podrán contener avisos publicitarios.

Art. 96.- Las asociaciones de consumidores financiarán sus operaciones a partir de los siguientes medios:

- a) Aportes del Estado tramitados al Congreso Nacional a través de Pro Consumidor y desembolsados por la Oficina Nacional de Presupuesto;
- b) Contribuciones financieras y/o en naturaleza de sus asociados y de instituciones nacionales o internacionales sin fines de lucro; y
- c) Ventas de publicaciones y servicios a sus asociados o al público en general.

Párrafo.- La fuente y los montos de los aportes públicos a las asociaciones de consumidores serán fiscalizados por la Contraloría General de la República.

Art. 97.- Obligación de registro.

Las organizaciones que tengan por finalidad la defensa, información y educación del consumidor, deberán registrarse ante la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor para funcionar como tales, independientemente de los demás requisitos legales establecidos para dichas organizaciones. Este registro será público y la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor deberá ofrecer información sobre dicho registro, conforme la solicitud de parte interesada.

CAPÍTULO IX

OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDAD DE LOS PROVEEDORES

Art. 98.- Obligaciones.

Sin perjuicio de otras obligaciones a cargo de los proveedores establecidas en esta ley, en otras normas y/o que resulten de la contratación, son obligaciones de éstos las siguientes:

- a) Armonizar el legítimo interés y las necesidades de desarrollo económico y tecnológico, con la defensa y protección del consumidor;
- b) Actuar según los usos comerciales honestos, con equidad y sin discriminación en las relaciones con consumidores y usuarios;
- c) Cumplir con todas las normas de sanidad, etiquetado, envasado, seguridad y calidad, establecidas para los productos o servicios que ofertan;
- d) Cuidar que las condiciones en las que desarrollan su actividad sean compatibles y adecuadas con la naturaleza, seguridad y conservación de los productos y servicios que proveen en el mercado;

- e) Respetar y cumplir las especificaciones, condiciones y términos ofertados o convenidos con el consumidor;
- f) Estar bien informados de la naturaleza, utilidad, calidad y riesgos previsibles de los productos y servicios que ofertan y transmitir esta información al consumidor en forma clara, veraz y suficiente;
- g) Garantizar que la calidad, la denominación, la forma, condición de empaque y de presentación, origen, naturaleza, tamaño, peso y contenido por unidad comercializable, así como también los elementos que entran en la composición o preparación de los bienes, no sean alterados o sustituidos en perjuicio del consumidor o usuario;
- h) 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 de conformidad con el sistema legal de unidades de medida. Cuando se trate de productos destinados a la alimentación y la salud de las personas, esta obligación se extiende a informar sobre la variabilidad de sus ingredientes y componentes en orden de mayor contenido, origen, naturaleza, si ha sido añadido al producto o se encuentra naturalmente presente en él.

Art. 99.- Constancia de la operación o factura.

Es obligación de los proveedores emitir y entregar al consumidor o usuario un documento o factura, escrito o digital, según el medio de contratación utilizado, debidamente timbrado, numerado, fechado y firmado, en el cual se deje constancia de la provisión del producto o servicio, cantidad, especificaciones, valor e impuestos que conlleve, de conformidad con la legislación tributaria vigente.

CAPÍTULO X

RESPONSABILIDAD CIVIL Y PENAL

Art. 100.- Responsabilidad.

Los proveedores de productos y servicios, con motivo de su actividad, pueden incurrir en responsabilidad civil y penal.

Art. 101.- Sobre las demandas temerarias.

Cualquier persona o entidad perjudicada por alguna de las actuaciones prohibidas por la presente ley o sus reglamentos, o quienes hayan sido denunciados falsamente y con intención de causar daño, podrán reclamar indemnización por daños y perjuicios ante los tribunales ordinarios y conforme a las disposiciones de la presente ley.

Art. 102.- Responsabilidad Civil.

Los productores, importadores, distribuidores, comerciantes, proveedores y todas las personas que intervienen en la producción y la comercialización de bienes y servicios, serán responsables solidariamente conforme al derecho civil, de las indemnizaciones que se deriven de las lesiones o pérdidas producidas por la tecnología, por instrucciones inadecuadas, insuficientes o incompletas relativas a la utilización de dichos productos o servicios.

Párrafo I.- Todo daño a la persona o a su patrimonio que resulte del vicio, defecto, insuficiencia o instrucciones inadecuadas, insuficientes o incompletas relativas al uso del producto o de la prestación del servicio, cuya responsabilidad objetiva sea atribuible al proveedor, obligará al mismo a una reparación adecuada, suficiente y oportuna. Dicha responsabilidad es solidaria entre todos los miembros de la cadena de comercialización.

Párrafo II.- La reparación de daños y perjuicios comprende, en forma concurrente o separada, la reposición del producto o servicio, reparación gratuita de daños derivados de la reparación principal, reducción del precio, restitución de los valores-costos por los daños derivados del consumo o uso del producto o servicio, devolución de los valores pagados e indemnización.

Art. 103.- Responsabilidad penal.

La responsabilidad penal alcanza al agente culpable de la infracción o delito, según la tipificación que establece esta ley, el Código Penal y otras leyes especiales.

Art. 104.- Violaciones.

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

Párrafo I.- En caso de instrucción de causa penal ante los tribunales de justicia, se mantendrán las medidas administrativas que hubieran sido adoptadas para salvaguardar la salud y seguridad de las personas en tanto la autoridad judicial se pronuncie sobre las mismas.

Párrafo II.- 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.

Art. 105.- Se considerarán infracciones en materia de defensa de los derechos de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de lo que se haya establecido como tal en otras disposiciones legales o en cualquier otro artículo de esta ley:

- a) Administrativas: Las acciones u omisiones tipificadas en la presente ley o sus reglamentos;
- b) De salud y seguridad:
 - 1. El incumplimiento de los requisitos, condiciones, obligaciones o prohibiciones de naturaleza sanitaria;
 - 2. El incumplimiento de las normas de seguridad que pongan en riesgo la salud o la integridad del consumidor o usuario, en lo que se refiere a la comercialización de bienes y servicios, con fecha de consumo vencida, sin fecha de vencimiento o colocada en un lugar no visible;
 - 3. 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, o por abandono de las diligencias y precauciones exigibles en la actividad, servicio o instalación de que trate;
 - 4. El incumplimiento o trasgresión de los requerimientos previos que concretamente formulen las autoridades sanitarias y otras autoridades públicas para situaciones específicas, a fin de evitar contaminaciones o circunstancias nocivas de otro tipo que puedan resultar gravemente perjudiciales para la salud pública, y lesiones a personas o daños a las cosas; y
 - 5. El incumplimiento de las disposiciones relativas a la seguridad de bienes o servicios.
- c) Por alteración, adulteración, falsificación o fraude:
 - 1. La elaboración, distribución, suministro o venta de bienes a los que se haya adicionado, sustraído o sustituido, cualquier sustancia o elemento para variar su composición, estructura, peso o volumen con fines fraudulentos, para corregir defectos mediante procesos o procedimientos que no estén expresa o reglamentariamente autorizados o para encubrir la inferior calidad o alteración de los productos utilizados;
 - 2. La elaboración, distribución, suministro o venta de bienes cuando su composición o calidad no se ajuste a las disposiciones vigentes o a la correspondiente autorización administrativa o difiera de la declarada y anotada en el Registro correspondiente;
 - 3. El incumplimiento de las normas relativas al origen, calidad, composición, cantidad, peso o medida de cualquier clase de bienes o servicios destinados al público o su presentación mediante envases, etiquetas, rótulos, cierres, precintos o cualquier otra información o

publicidad que induzca a engaño o confusión o enmascare la verdadera naturaleza del producto o servicio;

4. El incumplimiento en la prestación de toda clase de servicios de las condiciones de calidad, cantidad, intensidad o naturaleza de los mismos, de conformidad con la normativa vigente o las condiciones o categorías en que se ofrezcan;
5. El incumplimiento de la normativa vigente o de las condiciones ofrecidas al consumidor, si fueran más favorables, en materia de garantía y arreglo o reparación de bienes de consumo de uso duradero, la insuficiencia de la asistencia técnica o inexistencia de piezas de repuesto contraviniendo lo dispuesto en la normativa aplicable o las condiciones ofrecidas al consumidor en el momento de adquisición de tales bienes, si fueran más favorables;
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 o terceros;
8. La obstrucción o negativa a suministrar datos o a facilitar las funciones de información, vigilancia o inspección; y
9. El incumplimiento o alteración de la integridad, naturaleza, origen de los bienes y servicios de consumo, expedidos como legítimos, íntegros, genuinos u originales, en todo o en parte, de productos o materias que no lo fueren.

d) De transacciones comerciales, condiciones técnicas de venta y precios:

1. La ocultación al consumidor o usuario de parte del precio mediante formas de pago o prestaciones no manifiestas o mediante rebajas en la calidad o cantidad reales respecto a las prestaciones aparentemente convenidas;
2. La realización de transacciones en las que se imponga injustificadamente al consumidor o usuario la condición expresa o tácita de comprar una cantidad mínima o máxima, o productos o servicios no solicitados;
3. El acaparamiento o detracción injustificada del mercado de materias o productos destinados directa o indirectamente al suministro o venta al público, en perjuicio directo o inmediato del consumidor o usuario; y
4. La falta de presupuesto previo, extensión de a correspondiente factura por la venta de bienes o prestación de servicios o del recibo de depósito en los

casos en que sea preceptivo o cuando lo solicite por escrito el consumidor o usuario.

e) De normalización, documentación y condiciones de venta o suministro:

1. El incumplimiento de las disposiciones relativas a normalización o tipificación de bienes o servicios que se produzcan, comercialicen o existan en el mercado;

2. El incumplimiento de las disposiciones administrativas sobre prohibición de elaborar o comercializar determinados productos y la comercialización o distribución de aquellos que precisen autorización administrativa, y en especial, su inscripción en el registro general sanitario, sin disponer de la misma;

3. El incumplimiento de las disposiciones que regulen el marcado, etiquetado y envasado de productos, así como la publicidad sobre bienes y servicios y sus precios;

4. El incumplimiento de las disposiciones sobre utilización de marchamos, troqueles y contramarcas;

5. El incumplimiento de las normas relativas a documentación, información, libros o registros establecidos obligatoriamente para el adecuado régimen y funcionamiento de la empresa, instalación o servicio o como garantía para la protección del consumidor y usuario;

6. El incumplimiento de las condiciones de venta en establecimientos permanentes, en la vía pública, venta domiciliaria, ambulante, por correo o por entregas sucesivas o de cualquier otra forma de toda clase de bienes y servicios;

7. El incumplimiento de los requisitos estipulados en la presente ley en materia del contenido de los contratos de adhesión, inclusive por la introducción de cláusulas abusivas; y

8. La coacción, intimidación o cualquier otra forma de presión al consumidor o usuario que limite o altere su capacidad de decisión o libre consentimiento.

f) De otro tipo:

1. La negativa, resistencia u obstrucción a suministrar datos, a facilitar la información requerida por las autoridades competentes en orden al cumplimiento de las funciones de información, vigilancia, investigación, inspección, tramitación y ejecución en las materias a que se refiere la presente ley, así como el suministro de información inexacta o documentación falsa;

2. La dilación, negativa o resistencia a atender a los requerimientos efectuados por las autoridades competentes en materia de defensa del consumidor;
3. La resistencia, coacción, amenaza, represalia o cualquier otra forma de intimidación o presión a los funcionarios encargados de las funciones a que se refiere la presente ley o contra las empresas, particulares u organizaciones de consumidores que hayan entablado o pretendan entablar cualquier clase de acción legal, denuncia o participación en procedimientos en materia de defensa del consumidor;
4. La manipulación, traslado o disposición en cualquier forma de mercancía cautelarmente intervenida;
5. El incumplimiento de los requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidos en esta ley, sus reglamentos y disposiciones o resoluciones administrativas que emita el Consejo Directivo de Pro Consumidor, a través de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor;
6. El concierto entre empresas y grupos de consumidores o usuarios con el propósito de emprender campañas de denuncias o demandas temerarias para dañar la imagen o perjudicar intereses de empresas competidoras.

Art. 106.- De las infracciones cometidas en materia de consumo serán responsables las personas físicas o jurídicas que, por acción u omisión, hubiesen participado en aquellas, mediando dolo, culpa o mera inobservancia.

Párrafo I.- Cuando se trate de productos envasados será responsable la firma o razón social que figure en la etiqueta, salvo que se demuestre la falsificación o la mala conservación del producto por el tenedor y siempre que se especifiquen en el envase original las condiciones de conservación.

Párrafo II.- También será responsable el envasador cuando se pruebe su connivencia con el marquista.

Párrafo III.- De las infracciones cometidas en productos a granel será responsable el tenedor de los mismos, salvo que pueda demostrar la responsabilidad de un tenedor anterior.

Párrafo IV.- En la prestación de servicios será responsable la empresa o razón social o la entidad pública o privada que los haya prestado o que esté obligada a prestarlos.

Art. 107.- Categorización de las violaciones.

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

Art. 108.- Son infracciones leves las que cumplan con alguna de las siguientes condiciones:

- a) Cuando se aprecien variaciones de precios regulados por leyes especiales de escasa cantidad en relación con los presupuestados, anunciados, aprobados o comunicados por los organismos competentes;
- b) Cuando se trate de simples irregularidades en la observancia de las reglamentaciones relativas al mercado, sin trascendencia directa para el consumidor o usuario;
- c) Cuando no proceda su calificación como graves o muy graves.

Art. 109.- Son infracciones graves las infracciones leves que además cumplan con alguna de las siguientes condiciones:

- a) Cuando concurren con infracciones sanitarias o cuando las faciliten o las encubran;
- b) Cuando se produzcan en el origen o en los canales de distribución, de forma consciente o deliberada o por falta de los controles y precauciones exigibles en la actividad, servicio o instalación de que se trate;
- c) Cuando se deriven beneficios directos o indirectos de la infracción;
- d) Cuando conlleven un incumplimiento de las condiciones de garantía;
- e) Cuando conlleven negativas reiteradas a facilitar información o a prestar colaboración con los servicios de inspección;
- f) Cuando signifiquen una reincidencia de infracciones leves de la misma naturaleza, o de infracciones leves después de cometer infracciones graves dentro de un mismo período, de un año, computado a partir del momento en que se agote la vía administrativa relativa al procedimiento sancionador respectivo.

Art. 110.- Son infracciones muy graves las que cumplan con alguna de las siguientes condiciones:

- a) Las que sean, en todo o en parte, concurrentes con infracciones sanitarias muy graves o hayan servido para facilitarlas o encubrir las;
- b) Las que supongan la extensión de la alteración, adulteración o fraude a realizar por terceros a quienes se facilita la sustancia, medios o procedimientos para realizarlos, enmascararlos o encubrirlos;
- c) La reincidencia en infracciones graves en los últimos cinco (5) años, que no sean a su vez consecuencia de reincidencia en infracciones leves;
- d) La creación de una situación de desabastecimiento en un sector o zona del mercado determinada por una infracción;
- e) La aplicación de precios o márgenes comerciales en cuantía notablemente superior a los límites autorizados para los bienes o servicios cuyos precios se encuentren regulados;
- f) La negativa absoluta a facilitar información o prestar colaboración a los servicios de inspección.

Art. 111.- De las sanciones. Medidas cautelares y sanciones complementarias.

Comprobado un alto riesgo para la salud o seguridad de los consumidores o usuarios, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor podrá aplicar a los infractores, mediante resolución, entre otras, las siguientes medidas cautelares:

- a) Advertencia;
- b) Decomiso o confiscación de productos, envolturas, empaques, envases, material impreso, etiquetas, material publicitario y/o promocional previa autorización judicial;
- c) Destrucción de productos, envolturas, empaques, envases, material impreso, etiquetas, material publicitario y/o promocional, luego de dictada una sentencia condenatoria definitiva por los tribunales competentes;
- d) Prohibición de venta del producto o prestación del servicio, previa autorización judicial;
- e) Cierre del establecimiento, previa autorización judicial luego de dictada una sentencia condenatoria definitiva por los tribunales competentes; o
- f) Cualquier combinación de las medidas anteriores.

Art. 112.- Aplicación de sanciones.

Las infracciones a que se refiere la presente ley serán objeto de las siguientes sanciones:

- a) Las infracciones leves, con apercibimiento o multa de hasta veinte (20) salarios mínimos;
- b) Las infracciones graves, con multa desde veinte (20) salarios mínimos hasta cien (100) salarios mínimos, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción; y
- c) Las infracciones muy graves, con multa desde cien (100) salarios mínimos, hasta quinientos (500) salarios mínimos, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de infracción.

Art. 113.- Con independencia de las sanciones a que se refiere la presente ley, los tribunales impondrán al infractor la obligación de restituir al denunciante afectado la cantidad percibida indebidamente, en los casos de aplicación de precios superiores a los autorizados, a los comunicados, a los presupuestados o a los anunciados al público. Los tribunales también podrán ordenar la publicación, sufragada por el infractor, del dispositivo de la sentencia en por lo menos, dos diarios de circulación nacional.

Art. 114.- Multas coercitivas.

Los tribunales podrán imponer multas coercitivas destinadas a la ejecución de sentencias dictadas en aplicación de la presente ley y de las demás disposiciones relativas a la defensa de los consumidores y usuarios.

Art. 115.- Pro Consumidor podrá solicitar por escrito un previo requerimiento de ejecución de los actos o resoluciones de que se trate, advirtiendo a su destinatario del plazo de que dispone para cumplirlo y de la cuantía de la multa coercitiva que, en caso de incumplimiento, le podrá ser impuesta por los tribunales.

Párrafo I.- El plazo señalado deberá ser, en todo caso, suficiente para el cumplimiento de la obligación de que se trate.

Párrafo II.- Estas multas son independientes de las que se puedan imponer en concepto de sanción, y son compatibles con las mismas.

Art. 116.- No tendrán carácter de sanción la clausura o cierre de establecimientos, instalaciones o servicios que no cuenten con las autorizaciones o registros sanitarios 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.

CAPÍTULO XI

DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

Art. 117.- Del inicio del procedimiento.

La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor será la entidad competente para iniciar, de oficio o a denuncia de parte, la investigación por infracciones a la presente ley y/o disposiciones dictadas en o para su ejecución.

Párrafo I.- En caso de denuncia, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor tendrá un plazo de cinco (5) días hábiles para pronunciarse sobre la procedencia o no de la acción administrativa. Si no procede, rechazará el caso por improcedencia, insuficiencia o inexistencia de pruebas. Si procede llamará a conciliación, siguiendo el procedimiento previsto en los Artículos 124 al 130 de la presente ley. Si no hay acuerdo entre las partes tendrá cinco (5) días hábiles adicionales para pronunciarse sobre el caso, mediante resolución motivada, en la cual impondrá la sanción administrativa que correspondan a la decisión. La decisión de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor será notificada a las partes en un plazo no mayor de quince (15) días contados desde la fecha de su emisión.

Párrafo II.- Si la denuncia fuera declarada improcedente o si las partes o una de ellas no está conforme con la decisión resultante del proceso administrativo, la o las parte(s) en desacuerdo podrá(n) solicitar su reconsideración al Director Ejecutivo.

Art. 118.- De las pruebas.

Durante la fase del procedimiento de producción y conocimiento de las pruebas y el fondo, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, podrá pedir de oficio los informes y actas, recabar las pruebas y efectuar las investigaciones que considere pertinentes para obtener por cualquier medio prueba e indicio que le permitan edificarse respecto del caso en cuestión.

A tal efecto podrá citar a las partes, oír testimonios, trasladarse o hacer visitas al lugar de los hechos, citar testigos, recibir declaraciones, realizar careos, así como llevar a cabo audiencias con la participación de los denunciados, presuntos agraviados, presuntos responsables, testigos y peritos. Si cualquiera de las personas anteriormente citadas se mostrara renuente a comparecer, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor podrá hacer uso del auxilio de la fuerza pública, el cual será concedido sin más trámite.

Art. 119.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor podrá tener acceso a los libros y demás documentos profesionales o comerciales relacionados con la provisión de productos o prestación de servicios, hacer copias o extractos de los mismos, pedir a las dependencias del presunto o presuntos responsables las explicaciones verbales correspondientes, acceder incluso por allanamiento, a los locales, terrenos y medios de transporte del o los denunciados. En este último caso la autorización de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor deberá ser motivada por el riesgo razonable de que las pruebas pueden ser destruidas, ocultadas o distraídas. Para ello contará con el auxilio de la fuerza pública, la que será concedida sin más trámite.

Art. 120.- Por su parte, el o los denunciado(s) podrá(n) solicitar la realización de las gestiones que estime(n) pertinentes para su descargo y que no constituyan previsiblemente maniobras dilatorias, debiendo resolverse inmediatamente sobre su procedencia, para lo cual podrá(n) hacerse asistir por abogados.

Art. 121.- Confidencialidad.

La información que haya sido proporcionada a la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, durante el procedimiento de investigación, se considerará de carácter confidencial con respecto a terceros.

Párrafo I.- La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor podrá dar a conocer la información confidencial en caso de requerirse durante un procedimiento de orden judicial con la finalidad de garantizar la protección del derecho de defensa.

Párrafo II.- Se establecerá mediante el reglamento de aplicación de la ley, el procedimiento para el suministro y manejo de la información proporcionada a Pro Consumidor. La entrega de la información por parte de los proveedores estará condicionada a la publicación e implementación de dicho procedimiento con el objeto de prevenir solicitudes y/o entregas de informaciones no autorizadas.

Párrafo III.- La obligación de Pro Consumidor de mantener la confidencialidad de los secretos comerciales o industriales frente a terceros se perderá cuando así lo dispongan los tribunales competentes mediante sentencia definitiva.

Art. 122.- De las medidas precautorias.

En cualquier momento del procedimiento de investigación, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor podrá ordenar las medidas precautorias que tengan por objeto hacer cesar la actuación que se presume ilícita, pudiendo incluso solicitar el auxilio de la fuerza pública.

Art. 123.- Descargo.

En cualquier momento del procedimiento de investigación, el o los denunciado(s) podrá(n) aportar las pruebas que estime(n) necesarias para su eventual descargo.

CAPÍTULO XII

DE LA CONCILIACIÓN Y ARBITRAJE

Art. 124.- Procedimiento de la conciliación. Finalidad.

Mediante la conciliación los consumidores, usuarios y proveedores cuentan con un procedimiento para la solución extrajudicial de sus controversias, antes de agotar el procedimiento administrativo que la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor pueda iniciar, en caso de evidenciarse el incumplimiento de las disposiciones de la presente ley y antes de que el caso pase a los tribunales ordinarios.

Art. 125.- Organismo de conciliación.

El ente conciliador tendrá a su cargo promover la solución de las controversias que se puedan suscitar entre consumidores, usuarios y proveedores, en la forma prevista en esta ley.

Art. 126.- Integración del organismo de conciliación.

Los agentes de conciliación son servidores públicos, funcionarios públicos o privados, designados por el Consejo Directivo de Pro Consumidor. El número de agentes de conciliación y los requisitos para dicho cargo serán establecidos mediante reglamento aprobado del Consejo Directivo de Pro Consumidor.

Art. 127.- Principios.

Para el logro de sus fines, la conciliación se rige por los siguientes principios:

- a) **Universalidad:** Comprende a todos los consumidores, usuarios y proveedores que habitan en la República Dominicana, sin distinción alguna;
- b) **Gratuidad:** Conforme al cual la conciliación está desprovista de carga de onerosidad;
- c) **Incompatibilidad:** La función de ente conciliador es incompatible con la función judicial;
- d) **Celeridad:** La conciliación debe ser rápida y oportuna en su relación y resolución.

Art. 128.- De la audiencia de conciliación.

Las partes envueltas en un conflicto por violación de la presente ley pueden, solicitar audiencia en forma conjunta o separadamente ante la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor o ante el agente conciliador, el cual, en un plazo de cinco (5) días hábiles a partir de la fecha de recibo de la solicitud, citará a las partes para que concurran y participen en la audiencia en forma directa o por medio de su representante debidamente autorizado. Queda al exclusivo criterio de las partes el contar o no con la representación de abogados.

Art. 129.- La audiencia tendrá lugar en un plazo de cinco (5) días hábiles a partir de la notificación de la misma. Si el día fijado para la audiencia una de las partes o las partes no comparecen se levantará acta de no comparecencia, para iniciar, con los mismos períodos, una segunda y última fijación de audiencia para conciliación; realizada o no esta última vista, quedará agotada la vía de la conciliación, y se emitirá resolución motivada de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, respecto al caso.

Párrafo.- El número de audiencias no será mayor de dos (2), existiendo entre ambas un término máximo de cinco (5) días hábiles.

Art. 130.- La conclusión y las actas de conciliación.

En audiencia, el agente conciliador solicitará a las partes que expongan los asuntos que son materia de controversia y formulará el avenimiento que las partes podrán o no acoger, concluyendo la audiencia con la suscripción de un acta de conciliación cuando ésta se concretare, mediante resolución motivada que será oponible a las partes. La copia certificada del acta levantada a tal efecto, le será notificada a las partes en un plazo no mayor de diez (10) días hábiles y valdrá como título ejecutorio, acción bajo responsabilidad de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor.

Párrafo.- En el caso de que las partes no llegaren a un avenimiento se levantará acta de no acuerdo y la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor podrá continuar el proceso. A los fines de aplicación de la presente disposición se considerará que el interés público está afectado en todos aquellos casos en que a juicio de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor se haya cometido una de las infracciones tipificada como muy grave, contempladas en el Artículo 110, que aplique, según el caso. Las partes podrán optar por acogerse a un arbitraje convencional, siempre y cuando a juicio de Pro Consumidor no se trate de infracciones que afecten el interés público, en cuyo caso Pro Consumidor procederá a someter el caso ante los tribunales competentes.

Art. 131.- El Consejo Directivo de Pro Consumidor emitirá un reglamento para establecer el sistema de arbitraje de consumo disponiendo todo lo relativo a su objeto y alcance, instancias arbitrales, requisitos del convenio arbitral, administración de pruebas, procedimientos y laudo arbitral, así como

cualquier otra medida necesaria a la buena organización y funcionamiento del sistema.

CAPÍTULO XIII

DE LA ACCIÓN JUDICIAL

Art. 132.- Competencias.

Los juzgados de paz serán competentes para conocer de las infracciones a la presente ley. Las sentencias que decidan sobre infracciones leves no serán susceptibles de apelación.

Párrafo I.- La acción civil en reparación de daños y perjuicios podrá ser solicitada accesoriamente a la acción pública.

Párrafo II.- En los casos en que las infracciones a la presente ley, sólo impliquen un perjuicio contra el patrimonio del consumidor o usuario y que a este sólo le interese la reparación civil de los daños y perjuicios causados, podrá acudir por ante los tribunales competentes en materia civil, siguiendo el procedimiento previsto en el Código de Procedimiento Civil Dominicano, para reclamar sus pretensiones civiles.

Art. 133.- Los tribunales ordinarios serán apoderados por los perjudicados o víctimas de violación de las disposiciones de esta ley, por el Ministerio Público o por la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor.

Art. 134.- La prescripción.

Todas las acciones nacidas de la aplicación de la presente ley, para los cuales en esta no se haya previsto un plazo diferente, prescribirán a los dos (2) años a partir del último acto violatorio que las origina.

CAPÍTULO XIV

DISPOSICIONES FINALES

Art. 135.- Cuando se trate de casos que sean materia de leyes sectoriales, el consumidor o usuario reclamará sus derechos con apego a los procedimientos establecidos en dichas leyes y sus reglamentos. En caso de contradicción entre las disposiciones de la presente ley con las disposiciones contenidas en las leyes sectoriales y sus reglamentos, se aplicará la disposición que resulte más favorable al consumidor. En caso de duda, prevalecerán las disposiciones de la presente ley.

Art. 136.- Pro Consumidor financiará sus operaciones mediante los siguientes recursos económicos:

- a) Las asignaciones presupuestarias anuales del Gobierno Central;
- b) Los cargos que se establezcan, en su caso, para la prestación de servicios;
- c) La mitad de las multas pagadas por los infractores a las disposiciones de la presente ley;
- d) Los rendimientos que genere su propio patrimonio; y
- e) Lo que pueda obtener por cualquier otro concepto.

Art. 137.- A partir de la promulgación de la presente ley, la Secretaría de Estado de Industria y Comercio, coordinará con las dependencias estatales correspondientes para que los recursos materiales y financieros pertenecientes a la Dirección General de Control de Precios, al igual que las apropiaciones que por la Ley de Gastos Públicos les hayan sido asignadas, sean transferidos a Pro Consumidor.

Art. 138.- Los bienes de corta duración y/o de fácil descomposición que sean confiscados por la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, serán entregados a la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social, mediante acta suscrita entre las partes.

Art. 139.- Los bienes duraderos que sean confiscados por la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor, serán puestos a la venta en pública subasta, previa autorización judicial, utilizando un vendutero público autorizado y los valores producto de la venta constituirán ingresos directos de la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor.

Art. 140.- Entrada en vigor.

La presente ley entrará en vigor conforme a lo estipulado en la Constitución de la República.

Art. 141.- El Poder Ejecutivo tendrá ciento ochenta (180) días a partir de la fecha de entrada en vigor de la presente ley para dar inicio a las operaciones de Pro Consumidor.

Art. 142.- El Consejo Directivo de Pro Consumidor tendrá un plazo no mayor de ciento veinte (120) días a partir del inicio de sus operaciones para adoptar los reglamentos para aplicar las disposiciones de la presente ley.

Art. 143.- Derogaciones.

La presente ley deroga y sustituye la Ley No.13, del 27 de abril de 1963, que crea la Dirección General de Control de Precios, y cualquier otra disposición legal que le sea contraria.

DADA en la Sala de Sesiones del Senado, Palacio del Congreso Nacional, en Santo Domingo de Guzmán, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana, a los veintiséis (26) días del mes de julio del año dos mil cinco (2005); años 162 de la Independencia y 142 de la Restauración.

Andrés Bautista García
Presidente

Melania Salvador de Jiménez
Secretaria

Juan Ant. Morales Vilorios
Secretario

DADA en la Sala de Sesiones de la Cámara de Diputados, Palacio del Congreso Nacional, en Santo Domingo de Guzmán, Distrito Nacional, capital de la República Dominicana, a los seis (6) días del mes de septiembre del año dos mil cinco (2005); años 162° de la Independencia y 143° de la Restauración.

Hugo Rafael Núñez Almonte
Vicepresidente en Funciones

Severina Gil Carreras
Secretaria

Josefina Alt. Marte Durán
Secretaria

LEONEL FERNANDEZ
Presidente de la República Dominicana

En ejercicio de las atribuciones que me confiere el Artículo 55 de la Constitución de la República.

PROMULGO la presente Ley y mando que sea publicada en la Gaceta Oficial, para su conocimiento y cumplimiento.

LEONEL FERNANDEZ