



MERCOSUR/GMC/RES N° 36/19

DEFENSA DEL CONSUMIDOR – PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

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

CONSIDERANDO:

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

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

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

EL GRUPO MERCADO COMÚN RESUELVE:

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

- 1. Principios de progresividad y no regresión.** Los Estados Partes adoptarán medidas apropiadas para lograr progresivamente la plena efectividad de los derechos de los consumidores que se derivan de las normas internacionales y nacionales, sin retroceder en los estándares de tutela alcanzados en los niveles normativos de protección ni en la implementación de la política de protección del consumidor, considerando los costos y beneficios de las medidas que se propongan;
- 2. Principio de orden público de protección.** El sistema de protección del consumidor es de orden público;
- 3. Principio de acceso al consumo.** El sistema de protección del consumidor busca garantizar el acceso al consumo de productos y servicios de calidad;
- 4. Principio de transparencia de los mercados.** El sistema de protección del consumidor contribuye al logro de la transparencia de los mercados. Cada Estado Parte controlará las distorsiones que la afecten, a través de sus órganos competentes;



5. **Principio de consumo sustentable.** El sistema de protección del consumidor impulsa el consumo y la producción sustentables, en función de las necesidades de las generaciones presentes y futuras. Para ello, entre otras medidas, favorece la minimización del uso de materias primas y energías no renovables, así como la generación de la menor cantidad de residuos y el aumento del uso de energías o materias primas renovables o producto de reciclaje;
6. **Principio de protección especial para consumidores en situación vulnerable y de desventaja.** El sistema de protección del consumidor protege especialmente a grupos sociales afectados por una vulnerabilidad agravada derivada de circunstancias especiales, en particular niñas, niños y adolescentes, adultos/mayores, personas con problemas de salud o con discapacidad, entre otras;
7. **Principio de respeto de la dignidad de la persona humana.** Los proveedores, en su actuación en el mercado, deben reconocer y respetar la dignidad de la persona humana conforme a los criterios generales que surgen de las Declaraciones y Tratados de Derechos Humanos. Asimismo, en el diseño e implementación de políticas públicas, los Estados Partes deben observar el mismo principio;
8. **Principio de prevención de riesgos.** Los proveedores actuarán preventivamente cuando exista probabilidad razonable de una amenaza derivada de productos o servicios que afecten la salud o la seguridad de los consumidores;
9. **Principio antidiscriminatorio.** El sistema de protección del consumidor implementa las acciones conducentes para alcanzar el objetivo que en el mercado no existan actos u omisiones discriminatorios, conforme lo establecido en los ordenamientos jurídicos nacionales;
10. **Principio de buena fe.** El sistema de protección al consumidor se asienta en la buena fe de las partes intervinientes en el contrato;
11. **Principio de Información.** Los proveedores deben suministrar a los consumidores información clara, veraz y suficiente que les permita hacer elecciones adecuadas a sus deseos y necesidades;
12. **Principio de armonización.** Resulta fundamental armonizar los intereses de los participantes de las relaciones de consumo, haciendo compatible una adecuada protección y tutela de los derechos de los consumidores con el desarrollo económico y tecnológico, siempre fundamentado en la buena fe y el equilibrio en las relaciones entre consumidores y proveedores;



- 13. Principio de reparación integral.** El sistema de protección al consumidor debe asegurar a éste una reparación integral en caso de daños derivados de las relaciones de consumo, debiendo preverse la disponibilidad de medios efectivos de solución de controversias y de compensación;
- 14. Principio de equiparación de derechos.** Los Estados Partes deben esforzarse por fomentar la confianza en el comercio electrónico, mediante la formulación de políticas transparentes y eficaces. En el ámbito de la contratación electrónica se reconoce y garantiza un grado de protección que nunca será inferior al otorgado en otras modalidades de comercialización.

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

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

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