

ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO

17ma. Asamblea
Legislativa

5ta. Sesión
Ordinaria

CÁMARA DE REPRESENTANTES

P. de la C. 2520

4 DE JUNIO DE 2015

Presentado por el representante *Torres Yordán*

Referido a la Comisión de Asuntos del Consumidor y Prácticas Anti-Monopolísticas

LEY

Para adoptar el “Código del Consumidor de Puerto Rico”, disponer para la aplicación y vigencia de sus disposiciones; y para otros fines.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El desarrollo de la vida humana, de la calidad de vida, exige la satisfacción adecuada de las necesidades que emanen de la vida material, social y psicológica.

El consumo es un acto esencial e inevitable de la vida humana. Pero el consumo presenta características particulares que sobrepasan las necesidades de la vida biológica o material. Consumo y producción están estrechamente ligados. Cada vez que consumimos utilizamos un bien que ha sido producido, mercadeado o negociado o hacemos uso de un servicio de alguien que nos ofrece su tiempo, habilidades y sus saberes. Todos somos consumidores. Consumen los niños, los bebés, los adultos, las personas con impedimentos físicos o mentales, las personas de edad avanzada, las familias, los grupos o determinadas estratas de la sociedad.

Las personas establecen relaciones de diversa índole con sus semejantes en las variadas manifestaciones de la convivencia humana. Ese conjunto de interacciones que se establecen por la necesidad misma de vivir en sociedad, necesita de un sistema de regulación, un sistema normativo, para garantizar la convivencia armónica del conjunto y para permitir el progreso de todos sus miembros. Este es el objetivo del reconocimiento de los derechos de todas las personas como consumidores y de su consagración en las normas jurídicas.

El consumo es la culminación del proceso social de producción de los bienes y servicios que los comerciantes ofrecen en el mercado, para que puedan ser adquiridos por las personas que buscan la satisfacción de sus necesidades. Sin embargo, en las relaciones entre consumidores y comerciantes existe una desigualdad. El comerciante tiene toda la información sobre el producto o servicio que ofrece, tiene un conocimiento profesional sobre su materia o simplemente está en una posición que le permite conocer datos y características que no necesariamente estarán disponibles para los consumidores. Además, tiene la capacidad económica que le otorga su situación, la que le permite administrar la información que comparte con el público y organizar la publicidad de su producto o de su servicio. El consumidor, en cambio, se presenta al mercado con escasos medios, generalmente aislado y con poco conocimiento de las características relevantes de los innumerables bienes y servicios que necesita.

La mera existencia de las leyes y reglamentos no basta por sí misma. La importancia de la legislación viene de la mano de su aplicación, es decir, que las leyes pueden ser instrumentos de cambios efectivos y cotidianos para los ciudadanos, que faciliten la vida común, aseguren el respeto de los valores sociales y culturales, ayuden a la transparencia y la participación. Para que puedan servir, las leyes y reglamentos deben ser conocidos y comprendidos.

En las últimas décadas se ha generado una creciente preocupación por el tema de la protección y promoción de los derechos de los consumidores. El mismo ha ido provocando acciones de los gobiernos, sectores privados, estudiosos y académicos, de los medios de comunicación y sobre todo del conjunto de la sociedad civil. El negocio jurídico contractual es el que refleja este acto de adquirir bienes y servicios para el uso personal o familiar. De esta forma, al momento de aquilatar los principios jurídicos que aplican a los derechos de los consumidores nos tenemos que dirigir a las normas generales contenidas en el Código Civil de Puerto Rico. No obstante, esos preceptos generales que conforman la contratación individual no siempre se ajustan a las realidades de la adquisición de bienes y servicios por parte de los consumidores. De esta forma, el Estado ha desarrollado toda una corriente normativa legal, administrativa y jurisprudencial encaminada a reconocer esa realidad jurídica.

Como acertadamente se expuso por el Honorable Tribunal Supremo de Puerto Rico en *Pérez v. Hull Dobbs*, 107 D.P.R. 834 (1978):

De antaño las oficinas públicas para la defensa del consumidor no eran necesarias o no eran tan necesarias como ahora. Antes el ama de casa o su delegada comprada en la carnicería del pueblo la carne fresca del animal sacrificado en la madrugada de ese día. Compraba los productos agrícolas en la plaza del mercado luego de verlos, tocarlos y olerlos, y hasta el hermético huevo de gallina era sometido a pruebas de su frescura.

El jefe de la familia compraba las sencillas y conocidas herramientas, de operación manual, luego de examinarlas cuidadosamente en la ferretería; los muebles eran también de fácil examen, hechos de madera sólida y no, como a la moderna, enchapados con una lista o franja de madera (*veneer*) y llenos de cerrín (*sic*) y cartón. La compra del caballo se prestaba más al juego dudoso, pero era más fácil y menos técnico su examen que el del automóvil de hoy.

El consumidor de hoy día compra productos alimenticios enlatados, generalmente luego de haber sido sometido a una campaña masiva de anuncios, compra complicados aparatos que sabe disfrutar pero cuyo funcionamiento y arreglo no entiende, tales como las innumerables máquinas llamadas enseres del hogar, los televisores, los automóviles, etc.

En la sociedad puertorriqueña moderna han ocurrido muchos cambios. Al igual que los roles de la mujer han cambiado, los problemas de los consumidores son distintos. Estos afectan los intereses del jefe o jefa de familia, de los obreros y de la ciudadanía en general. La corriente de protección y promoción de los derechos de los consumidores fue evolucionando en distintas partes del mundo, tanto en la jurisdicción estadounidense como en Puerto Rico durante el pasado siglo. Como cuestión de hecho, para septiembre del año 2000, quince países del hemisferio habían aprobado leyes de protección al consumidor.

En la jurisdicción estadounidense los principios proteccionistas de los consumidores se han ido ampliando a partir de las palabras del Presidente John F. Kennedy el 15 de marzo de 1962 ante el Congreso de los Estados Unidos: "Todos somos consumidores y siendo el grupo económico más importante del mundo, se nos olvida continuamente". En este mismo mensaje proclamó los cuatro derechos fundamentales del consumidor: a la seguridad, a la información, a elegir y a la representación.

Particularmente, en Puerto Rico se aprobó la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor". En su Exposición de Motivos se reconoció que "[l]a complejidad del mercado de bienes y servicios unidos al sin número de prácticas indeseables que algunos comerciantes y manufactureros llevan a cabo 'se requería' la creación de un organismo efectivo capaz de sacar al consumidor del estado de indefensión en el cual se encuentra". Se reconoció la necesidad de crear una nueva estructura gubernamental de la más alta jerarquía, a nivel de Gabinete, con el objeto de garantizar que el Estado prestaría debida atención a los problemas de los consumidores y para efectuar una mejor coordinación interagencial en el desarrollo de la política pública en este campo.

En Europa, el derecho de consumo ha tomado un gran auge, principalmente desde la firma del Tratado de la Unión Europea. En el marco de la normativa comunitaria europea se han aprobado directrices que tienen el propósito de que los países miembros modifiquen sus disposiciones legales, reglamentarias y administrativas y un contenido mínimo. Tómese por ejemplo la Directora del Consejo de las Comunidades Europeas 87/102/CEE de 22 de diciembre de 1986 en materia de “crédito al consumo” o la Directriz 98/13/CEE de 5 de abril de 1993 sobre las “cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores”. En Europa la protección de los consumidores ha alcanzado fundamento constitucional en Portugal y en España. La Constitución Española en su Artículo 51, Apartado 1 dispone: “los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, integrando, mediante procedimientos eficaces la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos”.

En abril de 1960, se fundó el Consejo de Organización Internacional de Asociaciones de Consumidores (IOCU), entidad que luego cambió su nombre por el de “Consumers International” (CI), la cual ha puesto énfasis en las tareas de educación sobre los asuntos de los consumidores. “Consumers International” ha trabajado con la UNESCO para que los gobiernos reconozcan que la importancia de la defensa de los intereses de los consumidores requiere, cada vez más, acción organizada, consciente e informada de todos los componentes de la comunidad.

En el ámbito mundial también hubo avances importantes. Hacia finales de los años 70', el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas expresó que la protección del consumidor era una influencia muy importante para el desarrollo económico y social, llegando a la conclusión de que era necesario contar con un marco básico de orientaciones generales sobre el tema.

El proceso de fortalecimiento del derecho de consumo llegó a su cumbre el 9 de abril de 1985, fecha en la cual la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó por consenso las “Directrices para la Protección del Consumidor”. Las Directrices son un conjunto de recomendaciones para que los gobiernos consigan en sus países que los consumidores puedan tener un nivel de protección adecuado para la satisfacción de sus necesidades.

Al definir el marco de labor a realizar para la promulgación de ese cuerpo normativo encontramos que el jurista inglés Courtenay Ilbert decía que: “El término de codificación se usa a veces en un sentido general para incluir ‘consolidación de estatutos’. Pero en su sentido más estricto y restringido, el término significa una expresión ordenada y autorizada de (*sic*) las reglas normativas del derecho en relación con determinada materia...”.

Toda codificación presupone una cierta madurez jurídica. Un jurista español

diría que es preciso preparar toda codificación, por estudios y discusiones realizadas por los órganos competentes, sin olvidar a aquellos que por tener como misión propia el estudio teórico o la aplicación del Derecho pueden suministrar valiosos criterios. Conforme al mandato legislativo y el proceso de conceptualización, en la evaluación y redacción del Código de Defensa del Consumidor hemos contado con la iniciativa y colaboración activa del Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO).

El Código que ahora proponemos se ha nutrido del fructífero desarrollo jurisprudencial en el área de protección de los consumidores y del reconocimiento internacional de los códigos civiles del Siglo XIX encarando el contrato como un vínculo que une a los individuos que con plena libertad y en pie de igualdad han llegado a un acuerdo inalterable no ha resistido el paso del tiempo y la evolución del comercio. Estamos ante nuevos patrones de producción, distribución y consumo en masa en que han surgido nuevas vertientes contractuales y nuevas figuras (como los contratos de adhesión y las cláusulas abusivas) que no estaban presentes cuando se forjaron aquellos códigos. Este nuevo Código trae como objeto medular fijar las máximas generales del apartado del apartado reconocido como Derecho de Consumo. No pretende regularlo en la especificidad. Su función no es descender al detalle de todas las cuestiones que puedan surgir en cada una de las leyes o reglamentos promulgados por el DACO o por otras agencias con competencia en asuntos que afectan a los consumidores. Recordemos, un código es una ley general que contiene principios de hermenéutica y reúne normas generales que se refieren a una materia jurídica.

He aquí las guías básicas para regir el apartado del derecho que nos ocupa. Así, los jueces, estudiosos del tema, funcionarios gubernamentales y- principalmente- los consumidores y los comerciantes de bienes y servicios encontrarán unos lineamientos para interpretar e implantar la Ley Orgánica del DACO, leyes especiales y los reglamentos de las autoridades competentes (al igual que las relaciones de consumo) al amparo de los valores promovidos por esta Asamblea Legislativa.

DECRÉTASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

1 CAPÍTULO I

2 SECCIÓN PRIMERA

3 DISPOSICIONES GENERALES

4 Artículo 1.-Esta Ley se denominará como “Código del Consumidor de Puerto
5 Rico”.

1 Artículo 2.-Mediante el presente Código se establecen los derechos mínimos y las
2 normas legales relativas a los derechos del consumidor y se regula la contratación entre
3 consumidor y comerciante.

4 A través del mismo se protege al consumidor al reconocer sus derechos así como
5 sus obligaciones al momento de otorgar un contrato de consumo con una persona
6 natural o jurídica que actúa dentro de su actividad comercial o empresarial.

7 El objetivo de los preceptos adoptados en este cuerpo legal es regular las
8 relaciones entre comerciantes y consumidores, promoviendo y protegiendo los
9 derechos de los consumidores, procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas
10 relaciones de intercambio de bienes y servicios.

11 Los derechos contenidos en este Código son irrenunciables y prevalecerán sobre
12 cualquier uso, costumbre, práctica o estipulación contractual en contrario.

13 Artículo 3.-Las disposiciones de este Código son aplicables a todo consumidor y
14 comerciante que realicen un negocio jurídico mediante el cual se establezcan
15 prestaciones bilaterales.

16 Las normas legales adoptadas en esta codificación son de aplicación a los
17 contratos de consumo celebrados entre un consumidor y un comerciante sujetos a la
18 legislación vigente en Puerto Rico, cuando no sean contradictorias, repetitivas o
19 constituyan doble reconocimiento de remedio.

20 Artículo 4.-Los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores
21 serán respetados según los términos y disposiciones establecidas en este Código,

1 aplicándose además las normas legales especiales que le sean aplicables a cada situación
2 en particular.

3 Artículo 5.-Los procedimientos administrativos o judiciales para hacer cumplir
4 las disposiciones de este Código, la Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del
5 Consumidor, las leyes especiales y los reglamentos promulgados a su amparo, se
6 iniciaran de oficio por la agencia administrativa con jurisdicción competente, a solicitud
7 del consumidor adversamente afectado o al amparo de las disposiciones legales
8 relativas a pleitos de clase.

9 CAPÍTULO II

10 SECCIÓN PRIMERA

11 DEFINICIONES Y HERMENÉUTICAS

12 Artículo 6.-Las disposiciones de este Código serán supletorias a las pautas legales
13 establecidas en las leyes especiales y los reglamentos aprobados a su amparo.

14 En caso de que las disposiciones de este Código confljan con leyes especiales, o
15 los reglamentos aprobados bajo su amparo, las normas legales o reglamentarias
16 prevalecerán sobre este Código, el cual será aplicable de forma complementaria o
17 supletoria.

18 Artículo 7.-Las palabras y frases utilizadas en este Código se interpretarán según
19 el contexto en el que sean utilizadas y tendrán el significado reconocido por el uso
20 común y corriente.

1 En los casos aplicables, las palabras utilizadas en este Código en el tiempo
2 presente incluyen también el futuro, las usadas en el género masculino incluyen el
3 femenino, el número singular incluye el plural y el plural incluye el singular.

4 Artículo 8.-Las disposiciones de este Código, y las contenidas en las leyes y
5 reglamentos de protección de consumidores, deberán interpretarse liberalmente o de la
6 manera más favorable al consumidor, sin menoscabar los derechos y procedimientos
7 establecidos por ley o reglamentos.

8 Artículo 9.-Los siguientes términos usados en este Código tendrán el significado
9 que a continuación se expresa:

- 10 a) Actos de consumo- Todo tipo de acto celebrado entre comerciantes y
11 consumidores, relacionados con la adquisición o arrendamiento de
12 bienes, muebles o inmuebles, o con la contratación de servicios.
- 13 b) Anunciante- Aquel comerciante de bienes o servicios que realice o
14 encargue la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier
15 tipo de información referente a productos o servicios.
- 16 c) Autoridad competente- Agencia gubernamental o sala del tribunal con
17 competencia para atender controversias relacionadas con el consumo
18 de bienes o servicios.
- 19 d) Bienes- Aquellas cosas corporales o incorporables, muebles o inmuebles,
20 que pueden adquirirse, comprarse o arrendarse en transacciones
21 comerciales.

- 1 e) Cláusulas abusivas- Sin perjuicio de lo dispuesto en el Artículo 36,
2 significa aquellas estipulaciones que, en contra de las exigencias de la
3 buena fe, se inserten en un contrato en detrimento del consumidor,
4 teniendo como resultado un desequilibrio significativo e injustificado
5 de las obligaciones contractuales con excepción de los contratos
6 aprobados por las agencias administrativas u otras instituciones
7 gubernamentales.
- 8 f) Comerciante- Persona natural o jurídica, privada o gubernamental, que
9 de forma regular venda, ofrezca, produzca, importe, distribuya,
10 construya o comercialice bienes o preste bienes o servicios a
11 consumidores. Incluye, pero no se limita, a aquella persona que se
12 dedica a la prestación de bienes o servicios de carácter gratuito, pero
13 realizada con el interés de un anterior o eventual ánimo de lucro.
- 14 g) Consumidor- Persona natural que como destinatario final y sin ánimo
15 de reventa adquiere bienes o servicios a título oneroso para beneficio
16 propio, de su familia o grupo social. Incluye aquel que adquiere
17 productos o bienes o utiliza servicios en función de una relación de
18 consumo o es recipiente de una oferta publicitaria. No se considera
19 consumidor aquel que adquiere, almacena, utiliza o consume
20 productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de venta,
21 oferta, producción, transformación, comercialización o prestación a
22 terceros.

- 1 h) Consumidor con impedimento- Toda persona que tiene un
2 impedimento físico, mental o sensorial, que limita sustancialmente una
3 o más de las actividades y funciones esenciales de la vida. El término
4 abarca, pero no está limitado, a ver, oír, hablar, caminar, respirar,
5 aprender y trabajar.
- 6 i) Contrato de adhesión- Documento elaborado unilateralmente por un
7 comerciante, o por otra persona encomendada por éste, sin
8 participación sustancial del consumidor, para establecer en su
9 elaboración los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un
10 producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento
11 no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato.
- 12 j) Contrato de consumo- Aquel que celebra un comerciante con un
13 consumidor, dentro del marco de su actividad comercial.
- 14 k) Detallista.- Toda persona natural o jurídica que de forma regular u
15 ocasionalmente venda bienes o servicios al por menor.
- 16 l) Distribuidor.- Toda persona natural o jurídica que de forma regular u
17 ocasionalmente compra bienes o servicios con el propósito de
18 revenderlos.
- 19 m) Fabricante.- Toda persona natural o jurídica que de forma regular u
20 ocasionalmente fabrique, manufacture, elabore, produzca o construya
21 bienes para consumo.

- 1 n) Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor- La Ley
2 Número 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como
3 “Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor”.

4 o) Publicidad engañosa- Cualquier modalidad de información o
5 comunicación de carácter publicitario, total o parcialmente falsa, o que
6 de cualquier otro modo, incluso por omisión, sea capaz de inducir a
7 error, engaño o confusión al consumidor o usuario, respecto a la
8 naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen,
9 precio y cualquier otro dato sobre el bien o servicio ofrecido.

10 p) Publicidad falsa- Cualquier modalidad de información o comunicación
11 de carácter publicitario, cuyo contenido sea contrario a la verdad.

12 q) Servicios- Cualquier actividad con ánimo de lucro que un comerciante
13 ofrezca o provea a consumidores.

14 r) Ventas a Domicilio no solicitadas- se considera una venta a domicilio
15 no solicitada cuando el comerciante voluntariamente, y sin intervención
16 inicial del cliente, acude físicamente al domicilio o residencia del
17 potencial cliente para ofrecerle o venderle sus bienes o servicios.

CAPÍTULO III

SECCIÓN PRIMERA

DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Artículo 10.-Constituyen derechos básicos de los consumidores:

- a) La libre selección de los bienes o los servicios.

- b) La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, garantías, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes para su adquisición.
 - c) La educación y divulgación de la información correcta para facilitar el conocimiento sobre el adecuado uso, consumo y disfrute de los diferentes bienes o servicios.
 - d) El trato justo, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los comerciantes de bienes o servicios, especialmente en lo referente a las condiciones óptimas de calidad, precio, garantía, cantidad, peso, medida y demás aspectos relevantes para su adquisición.
 - e) La protección contra la publicidad falsa, engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales, así como contra las prácticas y cláusulas abusivas impuestas por los comerciantes en los actos de consumo.
 - f) La protección de la vida, la integridad física, la salud y la seguridad contra los eventuales riesgos provocados por malas prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados nocivos o peligrosos.
 - g) La seguridad en el consumo de bienes o servicios, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarles.

- h) La efectiva prevención y reparación integral, oportuna y adecuada de los daños y perjuicios, individuales o colectivos, sufridos por el consumidor que, de conformidad con lo establecido por este Código, por otras leyes especiales o generales o por los acuerdos contractuales establecidos entre las partes, sea de responsabilidad del comerciante, de ser así determinadas por un foro adjudicativo con jurisdicción.
 - i) El no ser arbitrariamente discriminado por parte de los comerciantes.
 - j) El adecuado acceso a los foros judiciales y administrativos para la protección de sus derechos y legítimos intereses, individuales, colectivos, mediante un procedimiento justo, rápido y económico.
 - k) Los proveedores de servicios y equipos para los consumidores con impedimentos, deberán informarle a esos consumidores sobre las alternativas más económicas y adecuadas en dichos servicios y equipos.

Se considerará anulable la renuncia previa de los derechos que este Código e a los consumidores en la adquisición y utilización de bienes o servicios. no son nulos los actos realizados en desatención de los derechos reconocidos en igo.

CAPÍTULO IV

SECCIÓN PRIMERA

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD

21 Artículo 11.-La salud y la seguridad de los consumidores será una prioridad de
22 los comerciantes.

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

5 b) Los riesgos susceptibles de provenir de una utilización previsible de los
6 bienes y servicios, habida cuenta de su naturaleza y de las personas a
7 las que van destinados, deben ser puestos en conocimiento previo de
8 los consumidores por medios apropiados, mediante instrucciones o
9 indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos
10 previsibles.

CAPÍTULO V

SECCIÓN PRIMERA

PROTECCIÓN DE LOS INTERESES LEGALES,

ECONÓMICOS Y SOCIALES

15 Artículo 12.- Se deberá proteger los intereses legales, económicos y sociales de los
16 consumidores.

- 17 a) La oferta, promoción y publicidad de los productos, actividades o
18 servicios, se ajustarán a su naturaleza, características, condiciones,
19 utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones
20 sobre publicidad.

21 b) Se prohíbe la oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa de
22 productos, actividades o servicios.

CAPÍTULO VI**SECCIÓN PRIMERA****INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD**

4 Artículo 13.-Es obligación de todo comerciante de bienes o servicios ofrecer al
5 consumidor información veraz, eficaz, detallada, suficiente, clara y oportuna sobre las
6 características esenciales de los bienes o servicios ofrecidos, de modo que éste pueda
7 realizar una elección adecuada y razonable.

8 Artículo 14.-El comerciante de bienes muebles o de servicios estará obligado a
9 entregar al consumidor una factura o recibo del negocio realizado y las garantías
10 otorgadas. En caso que, al momento de efectuarse la venta, no se entregue el bien,
11 deberán indicarse en la factura o recibo el lugar y la fecha en que se hará la entrega y las
12 consecuencias del incumplimiento o retraso en ésta. En las prestaciones de servicios
13 deberá, además de lo referido en los párrafos anteriores, indicarse siempre, en la factura
14 o recibo, los componentes o materiales que se empleen con motivo de la prestación del
15 respectivo servicio, el precio unitario de los mismos y de la mano de obra, así como los
16 términos en que el comerciante se obliga a garantizar los servicios brindados.

17 Artículo 15.-Los precios de los bienes y servicios deberán incluir su precio para el
18 pago al contado, así como toda tasa, impuesto o descuento, en su caso, o cargo adicional
19 a que se encuentren sujetos y que sean de cargo del consumidor por servicios,
20 accesorios, financiamiento, aplazamiento o similares. En casos de transacciones
21 financieras se estará sujeto a lo dispuesto en las leyes especiales que le cobijen. El monto
22 del precio total o final, sea que se refiera a bienes o a servicios, deberá indicarse de

1 manera clara e inequívoca y ser expuesto a la vista del público, con excepción de
2 aquellos bienes o servicios que por sus características especiales tengan un precio que
3 deba o pueda regularse de común acuerdo. Los bienes y servicios no podrán ser
4 vendidos al consumidor a un precio mayor que aquél públicamente informado.

5 Artículo 16.-Las frases “garantizado”, “garantía” o cualquier otra equivalente,
6 sólo podrán emplearse cuando indiquen claramente en qué consiste tal garantía; así
7 como las condiciones, forma, plazo, lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva
8 y si llevan consigo algún costo para el consumidor.

9 Artículo 17.-Los términos de las garantías deberán ser por escrito, claros y
10 precisos, indicando su alcance, duración y condiciones, e identificará las personas
11 naturales o jurídicas que las extienden, los establecimientos en los cuales operan y las
12 formas en que pueden hacerse efectivas.

13 Artículo 18.-Cuando se ofrezcan al público productos con alguna deficiencia
14 conocida, o que razonablemente deba ser conocida por el comerciante, usados o
15 reconstruidos, tales circunstancias deberán indicarse de manera precisa, clara y visible
16 en el lugar donde se expongan a la venta, además, dejándose constancia de ello en las
17 facturas, recibos, o comprobantes correspondientes.

18 Artículo 19.-Los productores, fabricantes, importadores, distribuidores y
19 comerciantes de bienes, excepto por justa causa, deberán tomar las medidas necesarias
20 para asegurar el adecuado suministro de componentes, repuestos y servicio técnico;
21 durante el lapso en que ellos sean producidos, fabricados, armados, importados o

1 distribuidos y posteriormente, durante un período razonable de tiempo en función a la
2 durabilidad de los bienes en cuestión.

3 Artículo 20.-No podrá negársele la adquisición de bienes que se tengan en
4 existencia, ni condicionarlo a la adquisición de otro bien independiente. Esta obligación
5 no aplicará en aquellas ocasiones en las cuales la adquisición del otro bien resulte
6 necesaria para garantizar la adecuada adquisición, uso o protección de la cosa, de la
7 ciudadanía o del consumidor. Se presumirá la existencia de productos por el solo hecho
8 de exponerse en vidrieras o vitrinas de un local comercial. Se prohíbe toda
9 discriminación ilegal o constitucional en la venta y mercadeo de bienes o servicios.

10 Artículo 21.-La oferta dirigida a consumidores potencialmente indeterminados
11 obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice. La revocación de la oferta
12 hecha pública es eficaz una vez que haya sido difundida por medios similares a los
13 empleados para hacerla conocer.

14 SECCIÓN SEGUNDA

15 DE LA REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD

16 Artículo 22.-Quedan prohibidas todas las formas de publicidad falsa, engañosa y
17 abusiva, por incidir directamente sobre la libertad de elección y afectar los intereses y
18 derechos de los consumidores.

19 Artículo 23.-La oferta, promoción y publicidad falsa, engañosa o abusiva de
20 productos, actividades o servicios, quedan prohibidas y serán sancionadas por el foro
21 correspondiente.

Artículo 24.-La carga de la prueba de la veracidad, corrección y exactitud material de los datos de hechos contenidos en la información o comunicación publicitaria corresponde al anunciante.

4 Artículo 25.-Cuando la gravedad de las afirmaciones hechas en un mensaje
5 publicitario considerado falso o engañoso así lo amerite, el Secretario del Departamento
6 de Asuntos del Consumidor o en su defecto la autoridad correspondiente, podrá
7 ordenar la difusión de la rectificación de su contenido, a costa del anunciante, de
8 manera prominente por los mismos medios en que fue difundido el mensaje
9 sancionado.

10 Artículo 26.-Para la utilización de concursos, sorteos, regalos, vales, premios u
11 otros similares como métodos vinculados a la oferta, promoción o venta de
12 determinados bienes o servicios le serán de aplicación los reglamentos específicos que
13 rigen la materia.

SECCIÓN TERCERA

DE LA OFERTA DE BIENES Y SERVICIOS

16 Artículo 27.-Toda información o publicidad, suficientemente precisa, transmitida
17 por cualquier forma o medio de comunicación con relación a productos o servicios
18 ofrecidos o prestados, obliga al anunciante y aquellos que la utilizan.

19 Cuando en la oferta se dieren dos o más informaciones contradictorias,
20 prevalecerá la que sea más favorable al consumidor.

Artículo 28.-En caso de ventas o servicios promocionales, liquidaciones u ofertas especiales, se deberá indicar, en la publicidad respectiva, el plazo de duración de las

1 mismas, y en su caso, el volumen de artículos que se ofrezcan, así como las condiciones
2 generales del negocio propuesto.

3 Cuando no se haya fijado término de duración, se entenderá que la liquidación,
4 promoción u oferta se extienden por un plazo de treinta (30) días, contados a partir del
5 último anuncio realizado. Sin embargo, el comerciante de bienes o servicios podrá
6 eximirse de esta obligación indicando el fin de las mencionadas promociones,
7 liquidaciones u ofertas especiales, de modo ostensible y por los mismos medios de
8 publicidad en que éstas se anunciaron. En todos estos casos se aplicará lo dispuesto en
9 el Artículo 19 del presente Código. Si el comerciante de bienes o servicios de una
10 promoción, liquidación u oferta especial no diere cumplimiento a lo anunciado, el
11 consumidor podrá optar entre:

- 12 a) Exigir el cumplimiento específico de la obligación a cargo del
13 comerciante.

14 b) Aceptar otro bien similar, de igual o superior calidad al anunciado por
15 el precio del bien anunciado o la prestación de un servicio equivalente.

16 c) Resolver el contrato, si hubiere existido pago anticipado por parte del
17 consumidor.

18 En todos estos casos, el consumidor tendrá derecho a reclamar los gastos
19 incurridos y una indemnización, que será de cargo del oferente y que no podrá ser
20 inferior a la diferencia económica existente entre el precio del bien o del servicio objeto
21 de la promoción u oferta y su precio regular.

CAPÍTULO VII**SECCIÓN PRIMERA****DE LA PROTECCIÓN CONTRACTUAL****A. DEL CONTRATO DE ADHESIÓN**

Artículo 29.-La información sobre las cláusulas y condiciones y las explicaciones relativas al contrato de consumo y a los bienes y servicios que se ofrecen deben ser claras, comprensibles al consumidor, y en un tipo de letra fácilmente legible no menor de diez (10) puntos. Las mismas serán redactadas de buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.

En los contratos suscritos por medios electrónicos, la información sobre el contenido del contrato deberá estar disponible y accesible para el consumidor previo a que se requiera la firma del contrato.

De todo contrato celebrado entre comerciantes y consumidores deberá entregarse copia a las partes contratantes.

Artículo 30.-Cuando en un contrato de adhesión escrito con determinado tamaño de caracteres existiesen, además, textos escritos con caracteres de tamaño menor de 10 puntos, éstos serán anulables a opción exclusiva del consumidor.

Artículo 31.-En los contratos escritos, la inclusión de cláusulas adicionales a las preestablecidas no cambia por sí misma la naturaleza del contrato de adhesión.

Artículo 32.-En los contratos de adhesión, cuando exista contradicción entre las condiciones predispuestas y las condiciones particulares específicamente previstas para

1 ese contrato, prevalecerán éstas sobre aquellas, salvo que las condiciones predispuestas
2 resulten más beneficiosas para el consumidor que las condiciones particulares.

3 Sin perjuicio de lo establecido en el presente artículo, y en lo no previsto en el
4 mismo, serán de aplicación las disposiciones del Código Civil de Puerto Rico, según
5 enmendado, sobre la interpretación de los contratos.

6 **B. VENTAS A DOMICILIO NO SOLICITADAS**

7 Artículo 33.-Cuando la venta no solicitada se hubiere celebrado fuera del
8 establecimiento comercial, especialmente si ha sido celebrado en el domicilio del
9 consumidor, este último tendrá el derecho a cancelar el contrato. Tal derecho será
10 ejercido dentro de un plazo no menor de tres (3) días contados desde la firma del
11 contrato o desde la entrega del producto o servicio. Este derecho de cancelación será
12 exigible tanto en obligaciones de contado como de crédito. Plazos más amplios podrán
13 ser concedidos por legislación, reglamentación o por contrato.

14 Esta resolución contractual no será aplicable en aquellos casos en que la venta no
15 exceda un total de cincuenta (50) dólares o en los cuales esté presente una situación de
16 salud, higiene o alguna otra consideración de interés público.

17 Las ventas a que se refiere este Artículo constará por escrito en un documento
18 que contendrá: el nombre y la dirección del comerciante e identificación de la operación
19 y de los bienes y servicios de que se trate, las garantías y requisitos señalados por este
20 Código y el derecho del consumidor a cancelar el contrato.

21 En caso de que el consumidor ejerzte oportunamente su derecho a la cancelación
22 del contrato, entregará al comerciante los productos adquiridos, los cuales deberán estar

1 esencialmente en las mismas condiciones en que fueron recibidos. Le serán restituidos
2 los valores cancelados, según el valor en el mercado a la fecha de la restitución, y se
3 entenderán extinguidas todas las obligaciones, principales y accesorias, que a ese
4 respecto hubieren contraído el comerciante y el consumidor.

5 So pena de nulidad del contrato, el comerciante tendrá la obligación de notificar
6 por escrito clara y adecuadamente al consumidor sobre la existencia de ese derecho de
7 cancelación del contrato.

8 C. DE LAS CLÁUSULAS CONTRACTUALES

9 Artículo 34.-Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios,
10 prospectos, circulares u otros medios de difusión, obligan al oferente y se tienen por
11 incluidas en el contrato con el consumidor.

12 Artículo 35.-Las cláusulas, condiciones o estipulaciones que formen parte en un
13 contrato de consumo, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

14 a) Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de
15 comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se
16 faciliten previa o simultáneamente a la firma del contrato, y a los que,
17 en todo caso, deberán hacerse referencia expresa en el documento
18 contractual.

19 b) Entrega de recibo justificante, copia o documento acreditativo de la
20 transacción o, en su caso, de presupuesto debidamente justificado.

21 c) Buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las
22 partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.

1 En caso de duda sobre el sentido de una cláusula, prevalecerá la interpretación
2 más favorable para el consumidor, con excepción de los contratos aprobados por las
3 agencias con autoridad conforme a las leyes y reglamentos vigentes.

D. DE LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

Artículo 36.-Se consideran cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones que, en contra de las exigencias de la buena fe, causen un desequilibrio de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato en perjuicio del consumidor.

8 El hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una cláusula aislada se
9 haya negociado individualmente no excluirá la aplicación de este artículo al resto del
10 contrato.

11 El comerciante que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada
12 individualmente, asumirá la carga de la prueba.

13 El carácter abusivo de una cláusula se apreciará teniendo en cuenta la naturaleza
14 de los bienes o servicios objeto del contrato y considerando todas las circunstancias
15 concurrentes en el momento de su celebración, así como todas las demás cláusulas del
16 contrato o de otro del que éste dependa.

17 Serán anulables y se tendrán por no puestas las cláusulas, condiciones y
18 estipulaciones en las que se aprecie el carácter abusivo. Cuando subsista el contrato la
19 autoridad competente que declare la nulidad de dichas cláusulas integrará el contrato y
20 dispondrá de facultades moderadoras respecto de los derechos y obligaciones de las
21 partes, y de las consecuencias de su ineficacia en caso de perjuicio apreciable para el
22 consumidor. Sólo cuando las cláusulas subsistentes determinen una situación no

1 equitativa en la posición de las partes que no pueda ser subsanada podrá declarar la
2 ineficacia del contrato.

3 Se presumirá que los contratos aprobados por las agencias gubernamentales con
4 autoridad no contienen cláusulas abusivas.

5 Sin que se considere que esta enumeración es taxativa, tendrán carácter de
6 abusivas las cláusulas o estipulaciones siguientes:

7 a) La que no es redactada de manera clara, completa y fácilmente legible.
8 b) Las cláusulas que reserven al profesional que contrata con el
9 consumidor un plazo excesivamente largo o insuficientemente
10 determinado para aceptar o rechazar una oferta contractual o satisfacer
11 las prestación debida, así como las que prevean la prórroga automática
12 de un contrato de duración determinada si el consumidor no se
13 manifiesta en contra, fijando una fecha límite que no permita de
14 manera efectiva su voluntad de no prorrogarlo.

15 c) La reserva a favor del comerciante de facultades de interpretación o
16 modificación unilateral del contrato sin motivos válidos especificados
17 en el mismo, así como la de resolver anticipadamente un contrato con
18 plazo determinado si al consumidor no se le reconoce la misma
19 facultad o la de resolver en un plazo desproporcionadamente breve o
20 sin previa notificación, con antelación razonable, un contrato por
21 tiempo indefinido, salvo por incumplimiento del contrato o por

1 motivos graves que alteren las circunstancias que motivaron la
2 celebración del mismo.

- 3 d) La vinculación incondicionada del consumidor al contrato aun cuando
4 el comerciante no hubiera cumplido con sus obligaciones, o la
5 imposición de una indemnización desproporcionadamente alta al
6 consumidor que no cumpla sus obligaciones.
- 7 e) La supeditación a una condición cuya realización dependa únicamente
8 de la voluntad del comerciante para el cumplimiento de las
9 prestaciones, cuando al consumidor se le haya exigido un compromiso
10 firme.
- 11 f) La consignación de fechas de entrega indicativas de que están
12 condicionadas solamente a la voluntad del comerciante.
- 13 l) La exclusión o limitación de la obligación del comerciante de respetar
14 los acuerdos o compromisos adquiridos por sus mandatarios o
15 representantes o supeditar sus compromisos al cumplimiento de
16 determinadas formalidades.
- 17 m) La estipulación o aumento del precio en el momento de la entrega del
18 bien o servicio, o la facultad del comerciante para aumentar el precio
19 final sobre el convenido, sin que en ambos casos existan razones
20 objetivas o sin reconocer al consumidor el derecho a resolver el contrato
21 si el precio final resultare muy superior al inicialmente estipulado. Lo
22 aquí establecido se entenderá sin perjuicio de la adaptación de precios a

1 un índice, siempre que sean legales y que en ellos se describa
2 explícitamente el modo de variación del precio.

- 3 i) La concesión al comerciante del derecho a determinar unilateralmente
4 si el bien o servicio se ajusta a lo estipulado en el contrato.
- 5 j) La exclusión o limitación sin justa causa de los derechos legales del
6 consumidor por incumplimiento total o parcial o cumplimiento
7 defectuoso del comerciante. En particular, las cláusulas que
8 modifiquen, sin justa causa en perjuicio del consumidor, las normas
9 legales sobre vicios ocultos, salvo que se limiten a reemplazar la
10 obligación de saneamiento por la de reparación o sustitución de la cosa
11 objeto del contrato, siempre que no conlleve dicha reparación o
12 sustitución gasto alguno para el consumidor y no excluyan o limiten los
13 derechos de éste a la indemnización de los daños y perjuicios
14 ocasionados por los vicios y al saneamiento conforme a las normas
15 legales en el caso de que la reparación o sustitución no fueran posibles
16 o resultasen insatisfactorias.
- 17 k) La exclusión o limitación de responsabilidad del comerciante en el
18 cumplimiento del contrato, por los daños o por la muerte por lesiones
19 causados al consumidor debido a una acción u omisión por parte de
20 aquel, o la liberación de responsabilidad por cesión del contrato a
21 tercero sin consentimiento del deudor.

- l) En caso de bienes defectuosos, rehusar al consumidor la devolución del precio pagado por el bien, sea en efectivo o a crédito, y exigir que el consumidor consuma dicha cantidad en el negocio del comerciante. La privación o restricción al consumidor de las facultades de compensación de créditos, así como de la retención o consignación.

m) La limitación o exclusión sin justa causa de la facultad del consumidor de resolver el contrato por incumplimiento del comerciante.

n) La imposición de renuncias a la entrega de documento acreditativo de la transacción.

o) La imposición de renuncias o limitación de las garantías del producto o servicios que tienen disponibles los consumidores.

p) La imposición de obligaciones al consumidor para el cumplimiento de todos sus deberes y contraprestaciones, aun cuando el comerciante no hubiere cumplido los suyos.

q) La retención de cantidades abonadas por el consumidor por renuncia, sin contemplar indemnización por una cantidad equivalente si renuncia el comerciante.

r) La autorización al comerciante para resolver el contrato discrecionalmente, si al consumidor no se le reconoce la misma facultad, o la posibilidad de que aquél se quede con las cantidades abonadas por concepto de prestaciones aún no efectuadas cuando sea él mismo quien resuelva el contrato.

- 1 s) La imposición de garantías desproporcionadas al riesgo asumido. Se
2 presumirá que no existe desproporción en los contratos de
3 financiamiento o de garantías pactadas por entidades financieras que se
4 ajusten a su normativa específica.
- 5 t) La imposición de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor en
6 los casos en que debería corresponder con la otra parte contratante.
- 7 u) Las declaraciones de conformidad con cláusulas de las cuales no ha
8 tenido la oportunidad de tomar conocimiento real antes de la
9 celebración del contrato.
- 10 v) La transmisión al consumidor de las consecuencias económicas de
11 errores administrativos o de gestión que no le sean imputables.
- 12 w) La imposición al consumidor de los gastos de documentación y
13 tramitación que corresponda al comerciante.
- 14 x) La imposición al consumidor de bienes, servicios complementarios o
15 accesorios no solicitados.
- 16 y) Los incrementos de precio por servicios accesorios, financiamiento,
17 aplazamientos, recargos por indemnización que no contemplan
18 prestaciones adicionales susceptibles de ser aceptados o rechazados en
19 cada caso expresado con la debida claridad o separación.
- 20 z) La negativa expresa del cumplimiento de obligaciones o prestaciones
21 propias del comerciante.

- 1 aa) Establecer pactos de sumisión a un foro adjudicativo distinto del que
2 corresponda al domicilio del consumidor, o el que fuera más
3 beneficioso a éste conforme con el lugar de cumplimiento de la
4 obligación a aquél en que se encuentre el bien si fuera inmueble.
- 5 bb) La sumisión del contrato a un derecho extranjero con respecto al lugar
6 donde el consumidor realizó el negocio jurídico o donde el comerciante
7 desarrolle la actividad dirigida a la promoción de contratos de igual o
8 similar naturaleza.
- 9 cc) Las cláusulas que establezcan que el silencio del consumidor se tendrá
10 por aceptación de cualquier modificación, restricción o ampliación de lo
11 pactado en el contrato con excepción de aquellas ocasiones en las cuales
12 específicamente se permita por alguna ley o reglamento administrativo.
- 13 dd) La que descalifique el ejercicio de jurisdicción del Departamento de
14 Asuntos del Consumidor o cualquier otra agencia administrativa con
15 jurisdicción en el asunto.
- 16 ee) Cualesquiera otras cláusulas o estipulaciones que impongan
17 condiciones injustas de contratación o exageradamente gravosas para el
18 consumidor, o que le causen indefensión, o que sean contrarias al orden
19 público y la buena fe.

20 Artículo 37.-El contrato será interpretado, en lo que a las cláusulas abusivas se

21 refiere conforme con las disposiciones de las Obligaciones y Contratos del Código Civil

22 de Puerto Rico, según enmendado.

CAPÍTULO VIII**SECCIÓN PRIMERA****DE LAS OPERACIONES DE CRÉDITO**

Artículo 38.-En los casos en que se efectúen compraventas de productos o prestaciones de servicios que incluyan el otorgamiento de créditos al consumidor, el comerciante de los respectivos bienes o servicios estará obligado a divulgar, en forma clara y precisa, los derechos y obligaciones de cada una de las partes en este negocio jurídico.

Artículo 39.-En toda venta o prestación de servicio a crédito, el consumidor siempre tendrá derecho a pagar anticipadamente la totalidad de lo adeudado. Podrá, además, hacer pre-pagos parciales que serán aplicables al principal. En ambos casos, se procederá a la consiguiente reducción proporcional de los intereses.

Artículo 40.-Sin menoscabo a lo dispuesto en las leyes aplicables, en la cobranza de créditos, el consumidor no deberá ser expuesto al ridículo o al menoscabo, a las gestiones de cobro irrazonables o inadecuadas, ni a cualquier tipo de coacción ilícita o amenaza de cualquier naturaleza, dirigida a su persona, o su grupo familiar.

CAPÍTULO IX**SECCIÓN PRIMERA****DE LA RESPONSABILIDAD DEL COMERCIANTE**

Artículo 41.-La violación por parte del comerciante de su obligación de actuar de buena fe o el incumplimiento del deber de informar en la etapa pre-contractual, de perfeccionamiento o de ejecución del contrato, da derecho al consumidor a optar por la

1 reparación, resolución o el cumplimiento del contrato en todos los casos, más los daños
2 y perjuicios contractuales que correspondan.

3 Artículo 42.-Los comerciantes de bienes o servicios, cualquiera que sea su
4 naturaleza jurídica, incurrirán en responsabilidad civil y administrativa, tanto por los
5 hechos propios como por los de sus dependientes o auxiliares.

6 **A. Responsabilidad Penal**

7 Artículo 43.-Incurrirán en responsabilidad penal los comerciantes y sus
8 representantes y agentes, sólo en aquellos casos tipificados expresamente en el Código
9 Penal de Puerto Rico, según enmendado, o en las leyes especiales aplicables al caso en
10 cuestión.

11 **B. Responsabilidad Civil**

12 Artículo 44.-Serán responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los
13 daños ocasionados por los bienes o servicios prestados de conformidad con el
14 ordenamiento jurídico vigente y las normas establecidas en el Código Civil de Puerto
15 Rico, según enmendado, los productores, los fabricantes, los importadores, los
16 distribuidores, los comerciantes, según definidos en este Código del Consumidor.

17 Artículo 45.-Los consumidores tienen derecho a ser indemnizados por los daños
18 y perjuicios demostrados que le causen el consumo de bienes o la utilización de
19 productos o servicios, de conformidad con las normas establecidas en el Código Civil de
20 Puerto Rico, u otras normas legales aplicables.

21 Artículo 46.-El consumidor podrá optar por pedir la resolución del contrato o la
22 reducción del precio, sin perjuicio de una indemnización por los gastos incurridos y los

1 daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos
2 que la hagan impropia o que disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad de uso
3 para lo cual normalmente se le destina que, de haberlos conocido el consumidor, no la
4 habría adquirido o hubiera dado un menor precio por ella.

5 Artículo 47.-Los consumidores tendrán derecho, al reembolso íntegro del dinero
6 pagado en aquellos casos en que el artículo adquirido nunca sirvió para los propósitos a
7 los que dicho artículo se destina.

8 Artículo 48.-Los consumidores tendrán derecho a la reparación gratuita del bien,
9 la cual deberá realizarse en un plazo razonable no superior a treinta (30) días, y cuando
10 ello no sea posible, a su reemplazo, sustitución o a la devolución de la cantidad pagada
11 en los siguientes casos:

- 12 a) Cuando los productos sujetos a normas de calidad de cumplimiento
13 obligatorio no cumplen las especificaciones correspondientes.
- 14 b) Cuando los materiales, elementos, sustancias o ingredientes que
15 constituyen o integren los productos no corresponda a las
16 especificaciones que ostentan.
- 17 c) Cuando el producto se hubiere adquirido con determinada garantía y,
18 dentro del plazo de ella, se pusiera de manifiesto la deficiencia de la
19 calidad, característica propiedad garantizada, siempre que se hubiere
20 destinado a un uso o consumo normal de acuerdo a las circunstancias y a
21 su naturaleza.

- d) Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, se torne inadecuado para el uso al cual está destinado.
 - e) Cuando el comerciante y consumidor hubieran convenido que los productos objeto del contrato debieran reunir determinadas especificaciones que no se cumplieron.
 - f) Además, los consumidores tendrán derecho al reemplazo o sustitución del bien, o en su caso, a la devolución de la suma pagada en exceso por el mismo, en los siguientes casos:
 - 1- Cuando, considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto sea inferior al que debiera ser o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque; y,
 - 2- Cuando el instrumento empleado en la medición del contenido, cantidad, volumen u otra enunciación semejante, haya sido utilizado en perjuicio del consumidor o fuera de los límites de tolerancia permitidos en este tipo de mediciones.

CAPÍTULO X

SECCIÓN PRIMERA

OTROS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Artículo 49.-Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos e
inefectivos o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán

1 derecho, además de la correspondiente indemnización en daños y perjuicios, a que les
2 sea restituido el valor desembolsado y los gastos incurridos.

3 Artículo 50.-Cuando un bien objeto de reparación presente defectos relacionados
4 con una reparación previa, pero no nuevos desperfectos, e imputables al prestador del
5 mismo, el consumidor tendrá derecho, dentro de los ciento ochenta (180) días contados
6 a partir de la entrega del bien, a que se le repare el mismo sin costo adicional en el plazo
7 más breve posible no superior a quince (15) días, sin perjuicio de la indemnización que
8 corresponda. Si se hubiere otorgado garantía por un plazo mayor, se estará a este
9 término establecido.

10 Artículo 51.-Cuando el bien u objeto de un servicio que requiere
11 acondicionamiento, reparación, limpieza u otro servicio similar sufriere tal menoscabo o
12 deterioro que disminuya su valor o lo torne total o parcialmente inapropiado para el
13 uso normal a que está destinado, el prestador del servicio indemnizará al consumidor
14 por la pérdida ocasionada.

15 Artículo 52.-En los contratos de prestación de servicios cuyo objeto sea la
16 reparación de cualquier tipo de bienes, se entenderá implícita la obligación del
17 prestador del servicio, de emplear en tal reparación componentes o repuestos nuevos y
18 adecuados al bien de que se trate, sin perjuicio de la libertad de las partes para convenir
19 por escrito expresamente lo contrario. El incumplimiento de esta obligación dará lugar,
20 además de las sanciones e indemnizaciones que correspondan, a que se obligue el
21 prestador del servicio a sustituir, sin cargo adicional alguno, los componentes o
22 repuestos de que se trate.

1 Por componentes o repuestos nuevos y adecuados se entenderá aquellos
2 producidos por el fabricante o reemplazos disponibles en el mercado, a menos que las
3 partes acuerden expresamente lo contrario.

4 Artículo 53.-Las acciones emanadas de los artículos del presente capítulo, podrán
5 interponerse en contra de cualquiera de los integrantes de la cadena de comercialización
6 del bien o servicio.

7 Artículo 54.-La mora en el cumplimiento de las obligaciones a cargo del
8 comerciante de bienes o prestador de servicios permitirá al consumidor pedir la
9 resolución del contrato, sin perjuicio de las indemnizaciones que pudieren
10 corresponder.

11 Artículo 55.-Las acciones que se conceden en este Capítulo deberán ejercerse
12 dentro del plazo de seis (6) meses, contados a partir de la fecha en que se haya recibido
13 el bien o terminado de prestar el servicio, a menos que alguna otra disposición legal
14 disponga un plazo más largo, en cuyo caso regirá ése término mayor.

15 Artículo 56.-No se podrá obtener información personal de ningún consumidor a
16 través de medios engañosos o ilegítimos.

17 La información ofrecida por el consumidor de forma voluntaria, no podrá ser
18 utilizada para promover ofertas de telemarketing, a menos que el consumidor haya
19 consentido a la utilización de su información personal a esos efectos.

20 Los comerciantes deberán tomar las medidas necesarias para proteger y respetar
21 los derechos de intimidad de los consumidores, según establecidos en nuestro
22 Ordenamiento Jurídico.

CAPÍTULO XI**SECCIÓN PRIMERA****DE LOS PRODUCTOS NOCIVOS O PELIGROSOS**

Artículo 57.-Todo consumidor podrá confiar en que los productos nocivos o peligrosos adquiridos le ofrecen la seguridad que cabría legítimamente esperar, tomando en cuenta los adelantos técnicos y científicos disponibles al momento de la manufactura. Por ello, todos los comerciantes tendrán la responsabilidad de incorporar a los productos las instrucciones y advertencias sobre el uso y los peligros del producto, que sean fácilmente perceptibles y claramente explicados, comprensibles para el promedio de los consumidores, a fin de que su consumo y empleo se efectúe con la mayor seguridad posible y el menor riesgo para el consumidor.

Deberá aportar la misma información, en forma visible, el prestador de servicios peligrosos; sin perjuicio de su obligación de adoptar las correspondientes medidas de seguridad y de desarrollar su actividad con toda la diligencia y cuidado que, de conformidad con la legislación vigente, le puede ser exigida.

Artículo 58.-Todo comerciante de bienes de consumo que, con posterioridad a la introducción de los productos al mercado, se percate de la existencia de peligros imprevistos o riesgos para la integridad física, la salud y la seguridad de las personas, lo notificará a la brevedad posible a la autoridad competente e informar al público consumidor sobre la existencia de tales riesgos o peligros. Los avisos destinados a informar a la población serán de cargo del comerciante del bien o bienes en cuestión, y deberán hacerse por los medios adecuados y pertinentes, de manera tal que se asegure a

1 toda la población una completa y oportuna información acerca de los riesgos y peligros
2 del o los productos en cuestión.

3 Artículo 59.-En caso de que un bien de consumo adolezca de un defecto de
4 calidad o constituya un peligro o riesgo de importancia, aun cuando se utilice en forma
5 adecuada, el comerciante del mismo deberá, sin perjuicio de las responsabilidades a que
6 hubiere lugar, retirarlo del mercado y, cuando sea procedente, sustituirlo o
7 reemplazarlo a su costo. Informada la población respecto de los referidos riesgos o
8 peligros, el comerciante deberá establecer un plazo razonable, no superior a treinta (30)
9 días, para devolver al consumidor lo abonado por bienes ya adquiridos, contra la
10 presentación del producto, su envase u otro medio que acredite dicha adquisición.

11 Artículo 60.-Comprobada por cualquier medio idóneo, la peligrosidad o
12 toxicidad de un producto destinado al consumo humano, en niveles considerados como
13 nocivos o peligrosos para la salud de la población, la autoridad competente dispondrá
14 el retiro inmediato de dicho bien o producto del mercado y la prohibición de circulación
15 para el mismo. La violación por parte de los comerciantes de la prohibición antes
16 referida será sancionada conforme a las disposiciones de la Ley Orgánica de
17 Departamento de Asuntos del Consumidor. Los daños y perjuicios producidos por la
18 acción de dichos bienes o productos serán de cargo del comerciante, sin perjuicio de la
19 responsabilidad civil y penal que proceda.

20 Artículo 61.-Las autorizaciones, licencias, concesiones o permisos otorgados por
21 el Estado a comerciantes de bienes o servicios para la investigación, desarrollo o
22 comercialización de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos o nocivos para la

1 salud de la población, en ningún caso eximirán de la responsabilidad por los daños y
2 perjuicios efectivamente ocasionados a los consumidores, que de conformidad a lo
3 dispuesto por este Código u otras leyes, sean de cargo de los comerciantes, en general,
4 incluidos los productores, fabricantes, importadores, distribuidores y quienes hayan
5 participado en la cadena de distribución de los respectivos bienes o servicios peligrosos
6 o nocivos.

7 Artículo 62.-Lo dispuesto en el Artículo 61 es sin perjuicio del derecho que tiene
8 cualquiera de los participantes en la cadena de distribución del bien o servicio nocivo o
9 peligroso, para repetir por las indemnizaciones pagadas, en contra de quien resulte ser
10 efectivamente responsable de los efectos ocasionados por dicho bien o servicio.

11 CAPÍTULO XII

12 SECCIÓN PRIMERA

13 DE LA DEFENSA EN JUICIO

14 DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

15 Artículo 63.-La defensa en juicio de los derechos que este Código vindica, podrá
16 ser ejercida tanto a título individual como a título colectivo.

17 Artículo 64.-El Departamento de Asuntos del Consumidor, o las agencias con
18 autoridad competente, podrán presentar acciones en protección de uno o más
19 consumidores en los foros correspondientes. Sin embargo, ello no es impedimento para
20 que el consumidor pueda hacer sus reclamos sin la comparecencia del Departamento de
21 Asuntos del Consumidor o de la agencia administrativa concernida.

Artículo 65.-En aquellos casos en que la controversia gire en torno al funcionamiento o adecuacidad de un bien o servicio, el tribunal, o el foro adjudicativo correspondiente, podrá imponer sobre el comerciante la carga de la prueba sobre la adecuacidad de un bien o servicio. La reversión de la carga de la prueba se limitará a la controversia sobre los aspectos técnicos del bien o servicio en controversia.

6 Igualmente se podrá revertir la carga de la prueba en aquellas ocasiones en que
7 el consumidor objete una alegada deuda reclamada por un comerciante. En estos casos
8 se podrá exigir que el comerciante tenga la responsabilidad probatoria inicial de
9 presentar prueba demostrativa de la existencia de la alegada deuda del consumidor,
10 incluyendo la existencia del contrato o la fuente de responsabilidad correspondiente así
11 como el alegado incumplimiento.

CAPÍTULO XIII

SECCIÓN PRIMERA

DE LOS DEBERES DEL ESTADO

15 Artículo 66.-Será deber del gobierno ejercer las facultades que resulten necesarias
16 y convenientes para el fiel cumplimiento de las disposiciones del presente Código,
17 velando por la protección de los derechos de los consumidores, principalmente a través
18 de la promoción de formas de producción y consumo responsables y sustentables.

Artículo 67.-El Estado reconoce los derechos de los consumidores como derechos fundamentales del ser humano y facilitará los medios, legales y materiales, y los recursos necesarios para promover su protección y desarrollo. Así también, se aprobarán medidas, legislativas, administrativas y judiciales, que permitan que los

1 consumidores obtengan un efectivo reconocimiento de sus derechos así como el fiel
2 cumplimiento de las disposiciones de este Código, mediante procedimientos que sean
3 rápidos, justos, poco costosos y fácilmente asequibles, tomando en cuenta,
4 especialmente, las necesidades de los consumidores de bajos ingresos.

5 Artículo 68.-Corresponde a las autoridades del Estado Libre Asociado de Puerto
6 Rico, a los funcionarios del Tribunal General de Justicia y a las Ramas Ejecutiva y
7 Legislativa, promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores en el
8 ámbito de sus competencias y de acuerdo a la legislación vigente, especialmente en los
9 siguientes aspectos:

- 10 a) La información y educación de los consumidores, estableciendo las
11 oficinas y servicios correspondientes, de acuerdo con las necesidades de
12 cada localidad.
- 13 b) Adoptar las medidas urgentes y requerir las colaboraciones precisas en
14 los supuestos de crisis o emergencia que afecten a la salud o seguridad
15 de los consumidores.
- 16 c) Ejercer la potestad fiscalizadora con el alcance que se determine en sus
17 normas reguladoras.

18 Artículo 69.-Las acciones ejercidas en virtud del presente Código podrán ser
19 presentadas ante el Tribunal General de Justicia de Puerto Rico, o ante el Departamento
20 de Asuntos del Consumidor o cualquier otra agencia administrativa con jurisdicción
21 sobre el asunto. De optarse por su presentación ante una agencia administrativa, estas
22 acciones podrán ser revisadas o presentadas conforme a la "Ley de la Judicatura",

1 según enmendada, ante el Tribunal General de Justicia una vez agotado el remedio
2 administrativo.

3 Artículo 70.-El Estado, a través de los tribunales de justicia y de las agencias
4 administrativas correspondientes, tendrá la facultad reconocida en ley para validar los
5 derechos y las prerrogativas de los consumidores según se encuentran establecidos en
6 este Código y, en virtud de ello, imponer las penalidades y sanciones o adoptar las
7 medidas que en derecho correspondan para validar las disposiciones contenidas en este
8 Código.

CAPÍTULO XIV

SECCIÓN PRIMERA

COMPENSACIÓN

12 Artículo 71.-Los foros adjudicativos deberán conceder a los consumidores
13 victoriosos, aquel resarcimiento adecuado y razonable para conceder un remedio
14 completo al consumidor y compensar por todos los daños y perjuicios sufridos.

Artículo 72.-Cuando el consumidor prevalezca en una causa de acción presentada ante cualquier foro adjudicativo, se le podrá conceder una suma igual a los costos y los gastos incurridos con el propósito de llevar su causa de acción. Esto incluye el recobro total del pago de los honorarios de abogado por el tiempo real incurrido por sus representantes legales para el trámite del reclamo jurídico. Estos honorarios de abogado deberán ser razonables y para ello se evaluará la naturaleza del caso, la complejidad del reclamo, la reputación de la representación legal y cualquier otro criterio que resulte razonable para su evaluación. No obstante, por justa causa, el foro

1 adjudicativo podrá discrecionalmente disminuir dicha compensación económica y hasta
2 entender que dicha compensación de honorarios legales resulta inapropiada. Esta
3 compensación será a solicitud del consumidor victorioso y procederá aun en aquellos
4 casos en los cuales los honorarios de abogado hayan sido pactados de manera
5 contingente.

6 **CAPÍTULO XV**

7 **SECCIÓN PRIMERA**

8 **DISPOSICIONES FINALES**

9 Artículo 73.-Si cualquier cláusula, párrafo, artículo, sección, capítulo, título o
10 parte de este Código fuera declarada inconstitucional por un tribunal competente, la
11 sentencia a tal efecto dictada no afectará ni invalidará el resto de las disposiciones de
12 este Código. El efecto de dicha determinación quedará limitado a la cláusula, párrafo,
13 artículo, sección, capítulo, título o parte del mismo que así hubiere sido declarado
14 inconstitucional.

15 Artículo 74.-Este Código entrará en vigor treinta (30) días después de su
16 aprobación.