



PROYECTO DE LEY

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, reunidos en Congreso, sancionan con fuerza de Ley:

LEY 24240-PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y CONSUMIDORAS -COMERCIO ELECTRÓNICO

ARTICULO 1: Modificase el artículo 33 de la ley 24240 de Defensa del consumidor el que quedará redactado de la siguiente manera:

“Artículo 33: Contratos celebrados a distancia y en particular por medios electrónicos son aquellos concluidos entre un proveedor o proveedora y un consumidor o consumidora con el uso exclusivo de medios de comunicación a distancia que pueden ser utilizados sin la presencia física simultánea de las partes contratantes. El contrato escrito se debe entender satisfecho si el contrato, con la aceptación del consumidor/a o usuario/a, contiene un soporte electrónico u otra tecnología similar.

Regirán complementariamente las siguientes regulaciones de protección:

- a) Se reconoce la necesidad legítima de los consumidores/as a tener acceso antes de la compra a información adecuada que les permita hacer una elección bien fundada. El acceso a las condiciones generales y particulares de contratación, deberá ser fácil y directo desde la plataforma digital del proveedor/a sin remisiones a otros documentos y/o sitios de Internet.
- b) El oferente o proveedor/ar debe proporcionar a los consumidores/as información suficiente para que estos puedan identificar y localizar en cualquier momento a la empresa proveedora, comunicarse en forma rápida y fácil y resolver eventuales controversias, debiendo a estos efectos presentar datos claros, precisos y oportunos sobre la identidad de la empresa, su denominación jurídica, su domicilio físico y electrónico, Identificación tributaria, sitio web, dirección de correo electrónico, aplicaciones utilizadas y número de teléfono, debiendo permitir su lectura y almacenamiento.
- c) En la oferta se debe desterrar toda práctica desleal y en particular debe proporcionarse información adecuada sobre la calidad, cantidad, pureza de los bienes y servicios ofertados y los precios totales incluidos los impuestos o derechos pertinentes, una clara identificación de la marca o nombre comercial ofrecido,



identificación del fabricante, identificación del registro del producto cuando corresponda y su trazabilidad jurídica y las condiciones de garantía de funcionamiento del producto o servicio.

Asimismo, se deberá presentar una veraz información de sistemas de reputación, puntaje o valoraciones de otros consumidores, evitando afirmaciones engañosas o que puedan afectar la decisión de consumo.

d) el proveedor/a debe informar al consumidor/a, además del contenido mínimo del contrato y la facultad de revocar, todos los datos necesarios para utilizar correctamente el medio elegido, para comprender los riesgos derivados de su empleo, y para tener absolutamente claro quién asume esos riesgos

e) En la transacción debe predominar la buena fe de las partes siendo nulos los términos contractuales abusivos, y en particular, las cláusulas contractuales deben ser claras y redactadas en un lenguaje de fácil comprensión. Los términos y condiciones, cargos aplicables y costo final deben ser claramente presentados para que el consumidor/a pueda tomar una decisión bien fundada.

e) Las ofertas de contratación por medios electrónicos o similares deben tener vigencia durante el período que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles al destinatario/a. El oferente debe confirmar por vía electrónica y sin demora la llegada de la aceptación.

f) El mecanismo de pago a utilizar debe ser transparente y seguro ya sea para el pago, confirmación, anulación, devolución o reembolso de las transacciones, no siendo los consumidores/as responsables en caso de transacciones no autorizadas. El sistema de pago proporcionará información clara y adecuada de cada compra.

g) Lugar de cumplimiento. Se considera lugar de cumplimiento aquel en el que el consumidor/a recibió o debió recibir la prestación o su domicilio, a elección del consumidor/a. Ese lugar fija la jurisdicción aplicable a los conflictos derivados del contrato. La cláusula de prórroga de jurisdicción se tiene por no escrita.

h) Se reconoce el principio de protección de los datos y la vida privada del consumidor/a, debiéndose proteger su privacidad utilizando mecanismos que aseguren el control, seguridad y transparencia en lo relativo a la utilización de sus datos personales, ofreciendo salvaguardas satisfactorias. Se condena especialmente el traspaso de la identidad de los consumidores/as sin su consentimiento expreso.

i) Los proveedores deberán establecer mecanismos justos y eficaces para atender los reclamos de los consumidores, y en particular implementar sistemas claros, gratuitos, y por vías de fácil acceso para los consumidores. En particular se



brindará información a los consumidores sobre los procedimientos para revocar o anular la operación, obtener reparaciones y solucionar controversias.

j) Baja de servicios. Los proveedores de servicios que posean plataformas digitales de gestión deben incluir en la misma, a simple vista y en el primer acceso, la opción por la cual la o el consumidor/a puede solicitar la baja del servicio contratado, obteniendo en forma inmediata una constancia debidamente identificada.

k) La Secretaria de Comercio implementará disposiciones complementarias a las anteriores que resulten necesarias cuando la relación de consumo afecte a niños y niñas, o personas en situación de particular vulnerabilidad o desventaja.

l) Proveedores digitales. Los proveedores que participen de cualquier manera en relaciones de consumo a través de plataformas digitales, incluyendo los que provean bienes y servicios mediante plataformas de intermediación en el comercio electrónico quedan alcanzados por todo lo dispuesto en este artículo.”

Artículo 2º: - Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.



FUNDAMENTOS

LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y CONSUMIDORAS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Nuestro país debe esforzarse por fomentar la confianza de las y los consumidores en el comercio electrónico, mediante la formulación de políticas de protección del consumidor transparentes y eficaces, dando cabida a las características especiales del comercio electrónico alentando que los consumidores y consumidoras y las empresas estén informados y sean conscientes de sus derechos y obligaciones en el mercado digital.

En particular debemos generar mecanismos de protección a los consumidores/as en el comercio electrónico atendiendo la información proporcionada por el proveedor, las prácticas comerciales desleales o abusivas, la legitimidad y autenticidad el producto, la protección de los datos y la vida privada, buscando un similar nivel de protección que, en otros tipos de transacciones, y logrando que consumidores y proveedores conozcan sus derechos y obligaciones.

Los entornos digitales son un ámbito en el cual se desarrolla un tipo de relación de consumo que acentúa la vulnerabilidad estructural de las y los consumidores. Si bien el medio por el cual se desarrolla la relación de consumo no modifica o restringe los derechos de las y los consumidores, si obliga a implementar medidas para asegurar su efectivo goce y ejercicio. La legislación vigente debe ser completada y mejorado su nivel jurídico para dar respuesta a la reconfiguración de la relación de consumo en el entorno digital aún con las disposiciones vigentes que resultan de las Res. 316/2018 (baja del servicio), 270/2020 (protección Mercosur), 271/2020 (contratos de adhesión) 424/2020 (botón de arrepentimiento) de la Secretaría de Comercio Interior. Asimismo, la regulación de los entornos digitales es un campo en disputa, donde discursivamente se aprovecha el fenómeno tecnológico para justificar retrocesos en la protección de los consumidores.

Los avances en las TICS nos han cambiado considerablemente la vida y generado nuevas oportunidades de comercio. Es cada vez mayor la participación en el comercio electrónico efectuado mediante la utilización de computadoras personales, tabletas o teléfonos móviles, a través de aplicaciones o plataformas digitales.

El proyecto que presentamos busca atender esa protección a las distintas etapas ya sea antes, durante y después de la compra, así como la protección de los datos y la vida privada.



El tema de la trazabilidad jurídica del producto comercializado, previsto en el inciso c) del artículo proyectado, se presenta como necesario para controlar el tráfico ilegítimo de mercaderías mediante la venta en el mercado interno utilizando plataformas digitales de mercancía en infracción a las normas legales. En el Artículo 46° de la Ley 25.986, se establece la prohibición de importar o exportar bajo cualquier destinación aduanera definitiva o suspensiva, mercaderías con marcas de fábrica o comercio falsificadas, de copia pirata, o que vulnere otros derechos de propiedad intelectual o de propiedad industrial que la legislación nacional reconoce a su titular. La Ley 22.415 castiga como delito la introducción irregular de mercaderías al territorio nacional (Artículos 863 y siguientes de la Ley 22.415), eludiendo el control aduanero correspondiente y a su vez, reprime como infracción la tenencia de mercadería de origen extranjero con fines comerciales o industriales sin la debida acreditación de su introducción lícita (Artículo 987 de la Ley 22.415).

Por lo expuesto solicitamos el acompañamiento y aprobación por parte de las y los representantes de esta H. Cámara de Diputados del presente proyecto de ley.