

# **LEY ORGÁNICA** **de DEFENSA** **del CONSUMIDOR**

porque todos  
los **consumidores**  
también tenemos  
**derechos**  
**2010**



# LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

# Í N D I C E

<b>LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR</b>	
Presentación .....	7
<b>Capítulo I</b>	
Principios generales y definiciones .....	11
<b>Capítulo II</b>	
Derechos y obligaciones de los consumidores .....	14
<b>Capítulo III</b>	
Regulaciones de la publicidad y su contenido .....	16
<b>Capítulo IV</b>	
Información básica comercial.....	17
<b>Capítulo V</b>	
Responsabilidades y obligaciones del proveedor .....	19
<b>Capítulo VI</b>	
Servicios públicos domiciliarios.....	23
<b>Capítulo VII</b>	
Protección contractual.....	27
<b>Capítulo VIII</b>	
Control de la especulación .....	32
<b>Capítulo IX</b>	
Prácticas prohibidas.....	33
<b>Capítulo X</b>	
Protección a la salud y seguridad .....	34
<b>Capítulo XI</b>	
Asociación de consumidores .....	38
<b>Capítulo XII</b>	
Control de calidad .....	40
<b>Capítulo XIII</b>	
Infracciones y sanciones.....	42
<b>Capítulo XIV</b>	
Competencia y procedimiento.....	47
<b>Capítulo XV</b>	
Disposiciones generales .....	48

## LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Trabajo de compilación de la Tribuna del Consumidor

ISBN: 978-9978-94-130-0

1era. Edición

Agosto 2010

Quito, Ecuador

Impresión: Gráficas Araujo

Diseño de portada: Cristina Loayza

FES - ILDIS y sus coeditores no comparten necesariamente las opiniones vertidas por los autores ni éstas comprometen a las instituciones a las que prestan sus servicios.

Disposiciones finales.....	50
Disposiciones transitorias .....	51

## **REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

### **Capítulo I**

Principios generales y definiciones .....	53
---	----

### **Capítulo II**

Derechos y obligaciones de los consumidores .....	54
---	----

### **Capítulo III**

Regulaciones de la publicidad y su contenido .....	55
--	----

### **Capítulo IV**

Información básica comercial.....	56
-----------------------------------	----

### **Capítulo V**

Responsabilidades y obligaciones del proveedor .....	57
--	----

### **Capítulo VI**

Servicios públicos domiciliarios.....	61
---------------------------------------	----

### **Capítulo VII**

Protección contractual.....	63
-----------------------------	----

### **Capítulo VIII**

Control de la especulación .....	66
----------------------------------	----

### **Capítulo IX**

Prácticas prohibidas .....	66
----------------------------	----

### **Capítulo X**

Protección a la salud y seguridad .....	67
---	----

### **Capítulo XI**

Control de calidad .....	83
--------------------------	----

### **Capítulo XII**

Infracciones y sanciones .....	84
--------------------------------	----

Derogatoria .....	85
-------------------	----

Disposición general.....	85
--------------------------	----

## **P R E S E N T A C I Ó N**

El 10 de julio de 2000 entró en vigencia la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, superando la anterior que fue aprobada en 1990. Por ser Ley Orgánica, tiene una mayor jerarquía sobre cualquier otro tipo de leyes, lo que le da una valiosa característica adicional.

La Ley orgánica de Defensa del Consumidor contiene 15 capítulos y ha sido reformada en una ocasión en el año 2006.

La Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios, tiene como misión “Visibilizar y posicionar la problemática de los consumidores en la agenda pública nacional, para mejorar la calidad de vida de la población ecuatoriana”. Uno de sus objetivos es la promoción y defensa de los derechos de los consumidores; y, la difusión de la Ley, por medio de publicaciones que sean de fácil acceso y lectura, es una necesidad que debe ser satisfecha.

Por ello, ha editado el presente libro de bolsillo para que guíe la vida cotidiana de los consumidores y consumidoras y, esté presente en cualquier momento y lugar.

Con este esfuerzo la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios contribuye a la difusión de la Ley, que este 10 de julio cumplió diez años de promulgada, fortalece la defensa, la exigibilidad de los derechos y deberes de los consumidores y contribuye al ejercicio de la ciudadanía.

María José Troya

Directora Ejecutiva

Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios

Materia: CIVIL

Nombre: LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Clase: Ley No. 2000-21

Fuente: Registro Oficial No. S-116

Fecha: 10-JUL-2000

## **CONGRESO NACIONAL**

### **Certificación:**

Quien suscribe, Secretario General del Congreso Nacional del Ecuador, certifica que el proyecto de LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, fue discutido, aprobado, rectificado en parte el texto, allanándose a la objeción parcial del señor Presidente Constitucional de la República y ratificado en otra parte del texto original, de la siguiente manera:

PRIMER DEBATE: 08-02-2000.

SEGUNDO DEBATE: 17, 24, 25 Y 30-05-2000.

ALLANAMIENTO A LA OBJECION PARCIAL Y RATIFICACION DEL TEXTO DEL TEXTO ORIGINAL: 04-07-2000

Quito, 4 de julio del 2000.

f.) Lcdo. Guillermo H. Astudillo Ibarra

## **EL CONGRESO NACIONAL**

### **Considerando:**

Que la generalidad de ciudadanos ecuatorianos son víctimas permanentes de todo tipo de abusos por parte de empresas públicas y privadas de las que son usuarios y consumidores;

Que de conformidad con lo dispuesto por el numeral 7 del artículo 23 de la Constitución Política de la República, es deber del Estado garantizar el derecho a disponer de bienes y servicios

públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características;

Que el artículo 92 de la Constitución Política de la República dispone que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos;

Que el artículo 244, numeral 8 de la Carta Fundamental señala que al Estado le corresponderá proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad;

Que la Ley de Defensa del Consumidor publicada en el Registro Oficial No. 520 de septiembre 12 de 1990, a consecuencia de todas sus reformas se ha tornado inoperante e impracticable; mas aún si se considera que dicha Ley atribuía competencia para su ejecución a diversos organismos; sin que ninguno de ellos haya asumido en la práctica tales funciones;

Que la Constitución Política de la República en su artículo 96 faculta al Defensor del Pueblo para defender y excitar la observancia de los derechos fundamentales consagrados en ella, así como para observar la calidad de los servicios públicos;

Que en la actualidad la Defensoría del Pueblo, pese a sus limitaciones, ha asumido de manera eficiente la defensa de los intereses del consumidor y el usuario, a través de la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario; y,

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

## LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

### \* REFORMA:

1.- Determinar que las siguientes leyes tendrán la jerarquía y calidad de orgánicas:  
Ley Orgánica de Defensa del Consumidor; y,  
Las que la Constitución determine que se expidan con este carácter.

(RL R-22-058. Registro Oficial No. 280 / 8 de marzo de 2001)

## CAPITULO I

### PRINCIPIOS GENERALES

**Art. 1.- Ambito y Objeto.-** Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

**Art. 2.- Definiciones.-** Para efectos de la presente Ley, se entenderá por:

**Anunciante.-** Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

**Consumidor.-** Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

**Contrato de Adhesión.-** Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de

contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

**Derecho de Devolución.-** Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, Internet, u otros medios similares.

**Especulación.-** Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

**Información Básica Comercial.-** Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

**Oferta.-** Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

**Proveedor.-** Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

**Publicidad.-** La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

**Publicidad Abusiva.-** Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva

Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

**Publicidad Engañosa.-** Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

**Servicios Públicos Domiciliarios.-** Se entiende por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como servicios de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable, u otros similares.

**Distribuidores o Comerciantes.-** Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aún cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

**Productores o Fabricantes.-** Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

**Importadores.-** Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

**Prestadores.-** Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.



**Art. 3.- Derechos y Obligaciones Complementarias.-** Los derechos y obligaciones establecidas en la presente Ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas.

## CAPITULO II

### DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

**Art. 4.- Derechos del Consumidor.-** Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses egítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.-** Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.



## CAPITULO III

## REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO

**Art. 6.- Publicidad Prohibida.-** Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

**Art. 7.- Infracciones Publicitarias.-** Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;
3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras; y,
4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.

**Art. 8.- Controversias Derivadas de la Publicidad.-** En las controversias que pudieren surgir como consecuencia del incumplimiento de lo dispuesto en los artículos precedentes, el anunciante deberá justificar adecuadamente la causa de dicho incumplimiento.

El proveedor, en la publicidad de sus productos o servicios, mantendrá en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos técnicos, fácticos y científicos que dieron sustento al mensaje.

## CAPITULO IV

## INFORMACION BASICA COMERCIAL

**Art. 9.- Información Pública.-** Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto.

Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final.

Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen.

**Art. 10.- Idioma y Moneda.-** Los datos y la información general expuesta en etiquetas, envases, empaques u otros recipientes de los bienes ofrecidos; así como la publicidad, información o anuncios relativos a la prestación de servicios, se expresarán en idioma castellano, en moneda de curso legal y en las unidades de medida de aplicación general en el país; sin perjuicio de que el proveedor pueda incluir, adicionalmente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida.

La información expuesta será susceptible de comprobación.

**Art. 11.- Garantía.-** Los productos de naturaleza durable tales como vehículos, artefactos eléctricos, mecánicos, electrodomésticos y electrónicos, deberán ser obligatoriamente garantizados por el proveedor para cubrir deficiencias de la fabricación y de funcionamiento. Las leyendas "garantizado", "garantía" o cualquier otra equivalente, sólo podrán emplearse cuando indiquen claramente en que consiste tal garantía; así como las condiciones, forma, plazo y lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva.

Toda garantía deberá individualizar a la persona natural o jurídica que la otorga, así como los establecimientos y condiciones en que operará.

**Art. 12.- Productos Deficientes o Usados.-** Cuando se oferten o expendan al consumidor productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, tales circunstancias deberán indicarse de manera visible, clara y precisa, en los anuncios, facturas o comprobantes.

**Art. 13.- Producción y Transgénica.-** Si los productos de consumo humano o pecuario a comercializarse han sido obtenidos o mejorados mediante trasplante de genes o, en general, manipulación genética, se advertirá de tal hecho en la etiqueta del producto, en letras debidamente resaltadas.

**Art. 14.- Rotulado Mínimo de Alimentos.-** Sin perjuicio de lo que dispongan las normas técnicas al respecto, los proveedores de productos alimenticios de consumo humano deberán exhibir en el rotulado de los productos, obligatoriamente, la siguiente información:

- a) Nombre del producto;
- b) Marca comercial;
- c) Identificación del lote;
- d) Razón social de la empresa;
- e) Contenido neto;
- f) Número de registro sanitario;
- g) Valor nutricional;
- h) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo;
- i) Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones;
- j) Precio de venta al público;
- k) País de origen; y,
- l) Indicación si se trata de alimento artificial, irradiado o genéticamente modificado.

**Art. 15.- Rotulado Mínimo de Medicamentos.-** Sin perjuicio de lo establecido en las normas especiales, los medicamentos en general y los productos naturales procesados, deberán contener información sobre:

- a) Nombre del producto, genérico o de marca;
- b) Marca comercial;

- c) Identificación del lote;
- d) Razón social de la empresa;
- e) Contenido neto;
- f) Número de registro sanitario;
- g) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo;
- h) Lista de componentes, con sus respectivas especificaciones;
- i) Precio de venta al público;
- j) País de origen;
- k) Contraindicaciones; y,
- l) En cuanto a productos naturales, debe identificarse la procedencia, y si hay elementos culturales o étnicos en el origen.

**Art. 16.- Información de Bienes de Naturaleza Durable.-** A más de la información que el proveedor debe hacer constar para dar cumplimiento a lo dispuesto en los artículos anteriores, cuando se trate de bienes de naturaleza durable, se deberá informar sobre la seguridad de uso, instrucciones sobre un adecuado manejo y advertencias.

## CAPITULO V

### RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

**Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.-** Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

**Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.-** Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición

u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

**Art. 19.- Indicación del Precio.-** Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente. El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal.

Las farmacias, boticas, droguerías y similares deberán exhibir de manera visible, además del valor final impreso en cada uno de los medicamentos o bienes de expendio, la lista de precios oficiales de los medicamentos básicos, aprobados por la autoridad competente.

**Art. 20.- Defectos y Vicios Ocultos.-** El consumidor podrá optar por la rescisión del contrato, la reposición del bien o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan inadecuada o disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad del uso al que habitualmente se le destine, que, de haberlos conocido el consumidor, no la habría adquirido o hubiera dado un menor precio por ella.

**Art. 21.- Facturas.-** El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

En caso de que al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes, en el que constará el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo.

En concordancia con lo previsto en los incisos anteriores, en el caso de prestación de servicios, el comprobante adicional deberá detallar además, los componentes y materiales que se empleen con motivo de la prestación del servicio, el precio por unidad de los mismos y de la mano de obra; así como los términos en que el proveedor se obliga, en los casos en que el uso práctico lo permita.

**Art. 22.- Reparación Defectuosa.-** Cuando un bien objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho, dentro de los noventa días contados a partir de la recepción del bien, a que se le repare sin costo adicional o se reponga el bien en un plazo no superior a treinta días, sin perjuicio a la indemnización que corresponda.

Si se hubiere otorgado garantía por un plazo mayor, se estará a este último.

**Art. 23.- Deterioro de los Bienes.-** Cuando el bien objeto del servicio de acondicionamiento, reparación, limpieza u otro similar sufre tal menoscabo o deterioro que disminuya su valor o lo tome parcial o totalmente inapropiado para el uso normal al que está destinado, el prestador del servicio deberá restituir el valor del bien, declarado en la nota de ingreso, e indemnizar al consumidor por la pérdida ocasionada.

**Art. 24.- Repuestos.-** En los contratos de prestación de servicios cuyo objeto sea la reparación de cualquier tipo de bien, se entenderá implícita la obligación de cargo del prestador del servicio, de emplear en tal reparación, componentes o repuestos nuevos y adecuados al bien de que se trate, a excepción de que las partes convengan expresamente lo contrario.

El incumplimiento de esta obligación dará lugar, además de las sanciones e indemnizaciones que correspondan, a que se obligue al prestador del servicio a sustituir, sin cargo adicional alguno, los componentes o repuestos de que se trate.

**Art. 25.- Servicio Técnico.-** Los productores, fabricantes, importadores, distribuidores y comerciantes de bienes deberán asegurar el suministro permanente de componentes, repuestos y servicio técnico, durante el lapso en que sean producidos, fabricados, ensamblados, importados o distribuidos y posteriormente, durante un período razonable de tiempo en función a la vida útil de los bienes en cuestión, lo cual será determinado de conformidad con las normas técnicas del Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN-.

**Art. 26.- Reposición.-** Se considerará un solo bien, aquel que se ha vendido como un todo, aunque esté formado por distintas unidades, partes, piezas o módulos, no obstante que estas puedan o no prestar una utilidad en forma independiente unas de otras. Sin perjuicio de ello, tratándose de su reposición, esta se podrá efectuar respecto de una unidad, parte, pieza o módulo, siempre que sea por otra igual a la que se restituya y se garantice su funcionalidad.

**Art. 27.- Servicios Profesionales.-** Es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas.

En lo relativo al cobro de honorarios, el proveedor deberá informar a su cliente, desde el inicio de su gestión, el monto o parámetros en los que se regirá para fijarlos dentro del marco legal vigente en la materia y guardando la equidad con el servicio prestado.

**Art. 28.- Responsabilidad Solidaria y Derecho de Repetición.-** Serán solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los daños ocasionados por vicio o defecto de los bienes o servicios prestados, los productores, fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, quien haya puesto su marca en la cosa o servicio y, en general, todos aquellos cuya participación haya influido en dicho daño.

La responsabilidad es solidaria, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan. Tratándose de la devolución del valor pagado, la acción no podrá intentarse sino respecto del vendedor final.

El transportista solo responderá por los daños ocasionados al bien con motivo o en ocasión del servicio por él prestado.

**Art. 29.- Derecho de Repetición del Estado.-** Cuando el Estado ecuatoriano sea condenado al pago de cualquier suma de dinero por la violación o inobservancia de los derechos consagrados en la presente Ley por parte de un funcionario público, el Estado tendrá derecho de repetir contra dicho funcionario lo efectivamente pagado.

**Art. 30.- Resolución.-** La mora en el cumplimiento de las obligaciones a cargo del proveedor de bienes o servicios, permitirá al consumidor pedir la resolución del contrato, sin perjuicio de las indemnizaciones que pudieren corresponder.

**Art. 31.- Prescripción de las Acciones.-** Las acciones civiles que contempla esta Ley prescribirán en el plazo de doce meses contados a partir de la fecha en que se ha recibido el bien o terminado de prestar el servicio. Si se hubiese otorgado garantía por un plazo mayor, se estará a éste, para efectos de prescripción.

## CAPITULO VI

### SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS

**Art. 32.- Obligaciones.-** Las empresas encargadas de la provisión de servicios públicos domiciliarios, sea directamente o en virtud de contratos de concesión, están obligadas a prestar servicios eficientes, de calidad, oportunos, continuos y permanentes a precios justos.



**Art. 33.- Información al Consumidor.-** Las condiciones, obligaciones, modificaciones y derechos de las partes en la contratación del servicio público domiciliario, deberán ser cabalmente conocidas por ellas en virtud de la celebración de un instrumento escrito. Sin perjuicio de dicho instrumento, los proveedores de servicios públicos domiciliarios mantendrán dicha información a disposición permanente de los consumidores en las oficinas de atención al público.

El consumidor tiene el derecho de ser oportuna y verazmente informado sobre la existencia o no de seguros accesorios al contrato de prestación del servicio, cobertura y demás condiciones. En caso de seguros de vida, su monto nunca podrá ser menor al establecido en el Código del Trabajo.

Sin perjuicio de la cobertura que los seguros accesorios den para el caso de muerte o perjuicio a la salud del consumidor, la empresa proveedora de servicios públicos domiciliarios, será directamente responsable de indemnizar por los daños causados a los consumidores por negligencia o mala calidad en la prestación de dichos servicios.

**Art. 34. Reciprocidad.-** Las empresas proveedoras de servicios públicos domiciliarios están en la obligación de otorgar un trato recíproco a los consumidores, aplicando en lo referente a reintegros y devoluciones, los mismos criterios que se utilicen para los recargos por mora en el pago del servicio.

**Art. 35.- Registro de Reclamos.-** Las empresas proveedoras de servicios públicos domiciliarios deben contar con una oficina y un registro de reclamaciones en donde constarán las presentadas por los consumidores. Dichos reclamos deberán ser subsanados en el plazo perentorio que contendrá el Reglamento a la presente Ley.

**Art. 36.- Seguridad de las Instalaciones.-** Los consumidores de servicios públicos que se prestan a domicilio y requieren

instalaciones específicas, deben ser convenientemente informados sobre las condiciones de seguridad de las instalaciones y de los artefactos.

**Art. 37.- Instrumentos y Unidades de Medición.-** La autoridad competente queda facultada para intervenir de oficio, o a petición de parte interesada, en la verificación del buen funcionamiento de los instrumentos de medición de energía, combustible, comunicaciones, agua potable, o cualquier otro similar, cuando existan dudas sobre las lecturas efectuadas por las empresas proveedoras del servicio.

Tanto los instrumentos como las unidades de medición deberán ser legalmente reconocidos y autorizados. Las empresas proveedoras del servicio garantizarán al consumidor el control individual de los consumos. Las facturas deberán ser entregadas al usuario con no menos de diez días de anticipación a su vencimiento.

**Art. 38.- Interrupción de la Prestación del Servicio.-** Cuando la prestación del servicio público domiciliario se interrumpa o sufra alteraciones por causas imputables al proveedor, este deberá reintegrar los valores cobrados por servicios no prestados, dentro del plazo de treinta días, contados desde la fecha en que se realice el reclamo. Sin perjuicio de lo señalado, el proveedor reconocerá los daños y perjuicios ocasionados al consumidor por la alteración o interrupción culposa del servicio.

**Art. 39.- Facturación de Consumo Excesivo.-** Cuando el consumidor considere que existe facturación excesiva en la planilla de un período, podrá cancelar únicamente un valor equivalente al promedio del consumo mensual de los seis meses inmediatamente anteriores.

Para poder ejercer este derecho, el consumidor debe presentar hasta dentro de los diez días posteriores al vencimiento de la factura o planilla, las correspondientes al período de seis meses inmediatos anteriores a la objetada. De no contar con los documentos anotados, el consumidor podrá solicitar las

respectivas copias a la empresa prestadora del servicio, en cuyo caso, el plazo anotado comenzará a correr desde la fecha en que se entreguen las copias.

La empresa proveedora del servicio dispondrá de un plazo de treinta días a partir del reclamo del usuario para acreditar que el consumo facturado fue efectivamente realizado, en cuyo caso tendrá derecho a reclamar el pago de la diferencia más los intereses legales correspondientes.

Si el pago efectuado por el consumidor en ejercicio del derecho contemplado en el inciso primero del presente artículo excede del valor real de consumo, la empresa otorgará un crédito idéntico a dicho exceso a favor del consumidor, el mismo que deberá hacerse efectivo en la planilla inmediata posterior.

Mientras se desarrolle el trámite previsto en los incisos precedentes, la empresa proveedora estará obligada a seguir prestando el servicio sin interrupción alguna.

**Art. 40.- Valores de las Planillas.-** En las planillas emitidas por las empresas proveedoras de los servicios públicos domiciliarios, deberá constar exclusivamente el valor del consumo respectivo, más los recargos legales pertinentes y cobros adicionales establecidos expresamente por leyes y ordenanzas. Queda prohibido incluir en dichas planillas rubros adicionales a los señalados.

Es un derecho del consumidor el conocer el valor exacto que debe cancelar por concepto de consumo y recargos legales adicionales, por tanto, queda prohibido el planillaje en base de sistemas diferentes a la medición directa, tales como valores presuntivos o estimativos, con excepción del sector rural que no disponga de instrumentos de medición. Por excepción, en caso de pérdida, daño o imposibilidad física de acceder al sistema de medición, la planilla correspondiente al período inmediatamente posterior al momento del daño, podrá ser emitida por un valor equivalente al promedio mensual de los seis períodos inmediatamente anteriores. En tal caso, es obligación de quien presta el servicio público domiciliario, reparar o reponer el

sistema de medición respectivo o notificar al consumidor sobre la imposibilidad física de acceder al medidor para que éste solucione dicha situación, con la finalidad de que la factura o planilla del siguiente período sea emitida en función de datos reales. Si quien presta el servicio no cumple con la obligación de reparar o reponer el sistema de medición, en ningún caso los montos de las planillas de los períodos posteriores podrán ser aumentados presuntiva o estimativamente, siendo obligación del consumidor en los siguientes períodos, pagar exclusivamente un valor igual al del promedio mensual de las planillas de los seis meses inmediatamente anteriores.

Los proveedores de servicios públicos domiciliarios que sufrieren pérdidas por deficiencias técnicas, u otras causas debidamente comprobadas, imputables a la empresa, deberán asumirlas en su totalidad, quedando prohibido el traslado de dichas pérdidas a las planillas de los consumidores.

## CAPITULO VII

### PROTECCION CONTRACTUAL

**Art. 41.- El Contrato de Adhesión.-** El contrato de adhesión deberá estar redactado con caracteres legibles, no menores a un tamaño de fuente de diez puntos, de acuerdo a las normas informáticas internacionales, en términos claros y comprensibles y no podrá contener remisiones a textos o documentos que, no siendo de conocimiento público, no se faciliten al consumidor previamente a la celebración del contrato.

Cuando en un contrato de adhesión escrito con determinado tamaño de caracteres existiese además, textos escritos con letras o números significativamente más pequeños, éstos se entenderán como no escritos.

Las partes tienen derecho de que se les entregue copias debidamente suscritas y sumilladas de los contratos y todos sus



anexos. Si no fuere posible hacerlo en el acto por carecer de alguna firma, el proveedor entregará de inmediato una copia con la constancia de ser fiel al original suscrito por éste; la copia así entregada se tendrá por el texto fidedigno de lo pactado para todos los efectos legales.

**Art. 42.- Idioma Oficial-** Los contratos de adhesión relativos a las actividades regidas por la presente Ley, deberán estar escritos en idioma castellano, salvo aquellas palabras de otro idioma que el uso haya incorporado al léxico. Las cláusulas que no cumplan con dichos requisitos, no producirán efecto alguno respecto del consumidor.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, en los contratos impresos o formularios prevalecerán las cláusulas que se agreguen, por sobre las del formulario, siempre que el consumidor lo apruebe por escrito. Las condiciones de la oferta se entienden siempre incorporadas al contrato.

**Art. 43.- Cláusulas Prohibidas.-** Son nulas de pleno derecho y no producirán efecto alguno las cláusulas o estipulaciones contractuales que:

1. Eximan, atenúen o limiten la responsabilidad de los proveedores por vicios de cualquier naturaleza de los bienes o servicios prestados;
2. Impliquen renuncia a los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores o de alguna manera limiten su ejercicio;
3. Inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;
4. Impongan la utilización obligatoria de un arbitraje o mediación, salvo que el consumidor manifieste de manera expresa su consentimiento;
5. Permitan al proveedor la variación unilateral del precio o de cualquier condición del contrato;
6. Autoricen exclusivamente al proveedor a resolver unilateralmente el contrato, suspender su ejecución o revocar cualquier derecho del consumidor nacido del contrato,

excepto cuando tal resolución o modificación esté condicionada al incumplimiento imputable al consumidor;

7. Incluyan espacios en blanco, que no hayan sido llenados o utilizados antes de que se suscriba el contrato, o sean ilegibles;
8. Impliquen renuncia por parte del consumidor, de los derechos procesales consagrados en esta Ley, sin perjuicio de los casos especiales previstos en el Código de Procedimiento Civil, Código de Comercio, Ley de Arbitraje y Mediación y demás leyes conexas; y,
9. Cualquier otra cláusula o estipulación que cause indefensión al consumidor o sean contrarias al orden público y a las buenas costumbres.

Lo determinado en el presente artículo incluye a los servicios que prestan las instituciones del Sistema Financiero.

**Art. 44.- Terminación Anticipada.-** En los contratos de adhesión referentes a la prestación de servicios, tales como telefonía celular, medicina prepagada, televisión satelital o por cable u otros similares, el consumidor podrá dar por terminado unilateralmente el contrato en cualquier tiempo, previa notificación por escrito con al menos quince días de anticipación a la finalización del período en curso. En estos casos, en el contrato de adhesión no se podrá incluir cláusulas ni disposición alguna que impongan al consumidor multas, sanciones o recargos de ninguna naturaleza, atribuida a la terminación anticipada de dicho contrato y de incluirlas no tendrá ningún efecto jurídico.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el presente artículo, el consumidor mantendrá la obligación de cancelar los saldos pendientes únicamente por servicios efectivamente prestados hasta la fecha de terminación unilateral del contrato, así como los valores adeudados por la adquisición de los bienes necesarios para la prestación del servicio, de ser el caso.

**Art. 45.- Derecho de Devolución.-** El consumidor que adquiera bienes o servicios por teléfono, catálogo, televisión, Internet o a domicilio, gozará del derecho de devolución, el mismo que deberá ser ejercido dentro de los tres días posteriores a la recepción del bien o servicio, siempre y cuando lo permita su naturaleza y el estado del bien sea el mismo en el que lo recibió. En el caso de servicios, el derecho de devolución se ejercerá mediante la cesación inmediata del contrato de provisión del servicio.

**Art. 46.- Promociones y Ofertas.-** Toda promoción u oferta especial deberá señalar, además del tiempo de duración de la misma, el precio anterior del bien o servicio y el nuevo precio o, en su defecto, el beneficio que obtendría el consumidor, en caso de aceptarla.

Cuando se trate de promociones en que el incentivo consista en la participación en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o número de premios de aquellos, el plazo y el lugar donde se podrán reclamar. El anunciante estará obligado a difundir adecuadamente el resultado de los concursos o sorteos.

**Art. 47.- Sistemas de Crédito.-** Cuando el consumidor adquiera determinados bienes o servicios mediante sistemas de crédito, el proveedor estará obligado a informarle en forma previa, clara y precisa:

1. El precio al contado del bien o servicio materia de la transacción;
2. El monto total correspondiente a intereses, la tasa a la que serán calculados; así como la tasa de interés moratoria y todos los demás recargos adicionales;
3. El número, monto y periodicidad de los pagos a efectuar; y,
4. La suma total a pagar por el referido bien o servicio.

Se prohíbe el establecimiento y cobro de intereses sobre

intereses. El cálculo de los intereses en las compras a crédito debe hacerse exclusivamente sobre el saldo de capital impago. Es decir, cada vez que se cancele una cuota, el interés debe ser recalculado para evitar que se cobre sobre el total del capital. Lo dispuesto en este artículo y en especial en este inciso, incluye a las instituciones del Sistema Financiero.

El proveedor está en la obligación de conferir recibos por cada pago parcial. El pago de la cuota correspondiente a un período de tiempo determinado hace presumir el de los anteriores.

**Art. 48.- Pago Anticipado.-** En toda venta o prestación de servicios a crédito, el consumidor siempre tendrá derecho a pagar anticipadamente la totalidad de lo adeudado, o a realizar pre- pagos parciales en cantidades mayores a una cuota. En estos casos, los intereses se pagarán únicamente sobre el saldo pendiente.

Lo prescrito en el presente artículo incluye al sistema financiero.

**Art. 49.- Cobranza de Créditos.-** En la cobranza de créditos, el consumidor no deberá ser expuesto al ridículo o a la difamación, ni a cualquier tipo de coacción ilícita ni amenaza de cualquier naturaleza, dirigida a su persona, por el proveedor o quien actúe en su nombre.

La obligación impuesta al proveedor, será exigible, sin perjuicio de las acciones penales a las que hubiere lugar.

**Art. 50.- Pagos con Tarjeta de Crédito.-** El precio para el pago con tarjeta de crédito, será el mismo precio que al contado.

Toda oferta, promoción, rebaja o descuento exigible respecto a la modalidad de pago al contado, será también exigible por el consumidor que efectúa pagos mediante el uso de tarjetas de crédito, salvo que se ponga en su conocimiento oportuna y adecuadamente, en la publicidad o información respectiva y de manera expresa, lo contrario.

**CAPITULO VIII****CONTROL DE LA ESPECULACION**

**Art. 51.-** Sin perjuicio de lo que al respecto establecen las normas penales, queda absolutamente prohibida la especulación. Igualmente queda prohibida cualquier otra práctica desleal que tienda o sea causa del alza indiscriminada de precios de bienes y/o servicios.

Así mismo, se adoptarán las medidas necesarias para evitar la fuga de alimentos fuera del territorio nacional, que pudieran provocar desabastecimiento de los mercados internos.

**Art. 52.-** El INEC o el Organismo que haga sus veces elaborará mensualmente, en base de criterios netamente técnicos, el Índice Oficial de Inflación, el Índice de Precios al Productor y el Índice de Precios al Consumidor.

**Art. 53.-** Cuando se detecte indicios de procesos especulativos los intendentes de Policía, subintendentes de Policía, comisarios nacionales y demás autoridades competentes, a petición de cualquier interesado o aún de oficio podrán realizar los controles necesarios a fin de establecer la existencia de tales procesos especulativos.

**Art. 54.-** En casos especiales de excepción, el Presidente de la República, fundamentando debidamente la medida, podrá regular temporalmente los precios de bienes y servicios. Dicha regulación la podrá ejercer el Presidente de la República cuando la situación económica del país haya causado una escalada injustificada de precios. Se ejecutará mediante Decreto Ejecutivo, en el que se debe establecer el vencimiento de la medida cuando hayan desaparecido las causas que motivaron la respectiva resolución. En todo caso, la regulación debe ser revisada dentro de períodos no superiores a los seis meses, o en cualquier momento a solicitud de los interesados. Para determinar los precios por regular, deben ponderarse los efectos

que la medida pueda ocasionar en el abastecimiento. La regulación referida en los párrafos anteriores, podrá consistir en fijación temporal de precios, el establecimiento de márgenes de comercialización o cualquier otra forma de control.

Los Ministros de Economía y Finanzas y, de Comercio Exterior y las autoridades competentes establecidas en la presente Ley, velarán por el cumplimiento correcto de la regulación mencionada en el presente artículo.

**CAPITULO IX****PRACTICAS PROHIBIDAS**

**Art. 55.-** Constituyen prácticas abusivas de mercado, y están absolutamente prohibidas al proveedor, entre otras, las siguientes:

1. Condicionar la venta de un bien a la compra de otro o a la contratación de un servicio, salvo que por disposición legal el consumidor deba cumplir con algún requisito;
2. Rehusar atender a los consumidores cuando su stock lo permita;
3. Enviar al consumidor cualquier servicio o producto sin que éste lo haya solicitado. En tal hipótesis, se entenderá como muestras gratis los bienes y/o servicios enviados;
4. Aprovecharse dolosamente de la edad, salud, instrucción o capacidad del consumidor para venderle determinado bien o servicio;
5. Colocar en el mercado productos u ofertar la prestación de servicios que no cumplan con las normas técnicas y de calidad expedidas por los órganos competentes;
6. Aplicar fórmulas de reajuste diversas a las legales o contractuales;
7. Dejar de fijar plazo para el cumplimiento de sus obligaciones, o dejarlo a su único criterio; y,

8. El redondeo de tiempos para efectivizar el cobro de intereses, multas u otras sanciones económicas en tarjetas de crédito, préstamos bancarios y otros similares.

## CAPITULO X

### PROTECCION A LA SALUD Y SEGURIDAD

**Art. 56.- Supletoriedad.-** Las disposiciones del presente Capítulo sólo se aplicarán en lo no previsto por las normas especiales que regulan la provisión de determinados bienes o servicios que por sus características deban sujetarse a un tratamiento especial.

**Art. 57.- Advertencias Permanentes.-** Tratándose de productos cuyo uso resultare potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores, para la seguridad de sus bienes o del ambiente, el proveedor deberá incorporar en los mismos, o en instructivos anexos, las advertencias o indicaciones necesarias para que su empleo se efectúe con la mayor seguridad posible.

En cuanto al expendio de bebidas alcohólicas, cigarrillos y otros derivados del tabaco y productos nocivos para la salud, deberá expresarse clara, visible y notablemente la indicación de que su consumo es peligroso para la salud, de acuerdo a lo que al respecto regule el Reglamento a la presente Ley. Dicha advertencia deberá constar, además, en toda la publicidad del bien considerado como nocivo.

En lo que se refiere a la presentación de servicios riesgosos, deberán adoptarse por el proveedor las medidas que resultaren necesarias para que aquella se realice en adecuadas condiciones de seguridad, informando al usuario y a quienes pudieren verse afectados por tales riesgos, de las medidas preventivas que deban usarse.

**Art. 58.- Productos Riesgosos.-** En caso de constatarse que un bien de consumo adolece de un defecto o constituye un peligro o riesgo de importancia para la integridad física, la seguridad de las personas o del medio ambiente, aún cuando se utilice en forma adecuada, el proveedor del mismo deberá, sin perjuicio de las responsabilidades a las que hubiere lugar, informar de tal hecho a los consumidores del bien, retirarlo del mercado y, cuando sea procedente, sustituirlo o reemplazarlo a su costo.

**\* Art. 59.- Prohibición de Comercialización.-** Comprobada por cualquier medio idóneo, la peligrosidad o toxicidad de un producto destinado al consumo humano, en niveles considerados como nocivos o peligrosos para la salud del consumidor, la autoridad competente dispondrá el retiro inmediato de dicho bien o producto del mercado y la prohibición de circulación del mismo. Los daños y perjuicios producidos por la acción de dichos bienes o productos serán de cargo del proveedor, sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar.

#### \* REFORMA:

**Art. 1.** A continuación del artículo 59, añádanse los siguientes artículos innumerados:

"**Art. ...-** Se prohíbe el consumo de cigarrillo y otros productos derivados del tabaco en el interior de sitios públicos que, por sus características, propicien el consumo pasivo, esto es: restaurantes, aeropuertos, cines, ascensores, teatros, auditorios, coliseos, estadios, instalaciones destinadas a prácticas deportivas y recreativas; oficinas públicas y dependencias que prestan servicios públicos como: bancos, supermercados, correos; hospitales, clínicas, centros de salud, consultorios médicos, predios, aulas y edificaciones de establecimientos educativos pre-primarios, primarios, secundarios, en las aulas y edificios de las instituciones de educación superior, sean éstos públicos o privados; centros comerciales, como locales que están destinados a la práctica de cultos religiosos y medios de transporte públicos, cualquiera que fuese su tipo en rutas nacionales.



**Art. ...-** Queda prohibida la creación de zonas para fumadores dentro de los lugares descritos en el artículo anterior, excepto en terminales de transporte aéreo, terrestre y marítimo, en donde podrán crearse salas especiales para fumadores.

**Art. ...-** Excepcionalmente se tolerará el consumo de cigarrillo en las instalaciones de bares, discotecas, casinos y centros de diversión nocturna. En hoteles, además de los sitios descritos anteriormente, únicamente en habitaciones cerradas y determinadas para fumadores. Todos estos lugares deberán tener sistemas de ventilación o aislamientos adecuados que permitan garantizar la calidad de aire para los no fumadores.

Las instalaciones a que hace referencia el inciso precedente, para su funcionamiento deberán contar con el permiso y calificación de la autoridad sanitaria nacional, para garantizar la no contaminación del aire a los no fumadores.

**Art. ...-** Las infracciones a los artículos anteriores serán sancionadas con multa de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, sin perjuicio de que el representante legal del establecimiento o institución, asuma la responsabilidad solidaria por omisión en los términos señalados en la presente Ley.

**Art. ...-** Las cajetillas y el material de embalaje o envolturas de cigarrillos y de otros productos derivados del tabaco que se utilicen para el expendio al público, deberán llevar la siguiente advertencia general: **¿VENTA PROHIBIDA A NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES. MINISTERIO DE SALUD PUBLICA DEL ECUADOR?**, escrita en letra helvética mayúscula de 10.8 puntos, impresa en uno de los laterales de la cajetilla y del material de embalaje, en forma legible, clara, y usando colores de alto contraste contra un fondo blanco.

Las cajetillas y el material de embalaje de cigarrillos y de otros productos derivados del tabaco deberán llevar además esta advertencia: "**Fumar Causa Cáncer**", en letra impresa en el 40% del área del panel frontal de la cajetilla. La advertencia: "**Fumar Mata**" se colocará en el 40% del área del panel posterior de la cajetilla. Las áreas para impresión de las advertencias, correspondientes al 40%, tanto del panel frontal como del panel

posterior, estarán definidas por el ancho del panel y por una altura igual al 40% del alto total del panel correspondiente, medido a partir de la base de la cajetilla. Los textos de ambas advertencias deben quedar paralelos a la base de la cajetilla. Se imprimirán en letra helvética bold de 28 puntos para cajetillas de 20 cigarrillos y helvética bold de 26 puntos para las cajetillas de 10 cigarrillos, en forma legible, clara y usando color contrastante contra un fondo blanco.

El Ministerio de Educación y Cultura, en coordinación con el Ministerio de Salud Pública, en el ámbito de la educación para la salud, elaborará programas planes y proyectos de prevención del tabaquismo, e iniciará una campaña educativa a través de los medios de comunicación social.

**Art. ...-** La infracción al artículo anterior por parte de las personas jurídicas o naturales que manufacturen o importen productos del tabaco, serán sancionadas con una multa del equivalente a veinte remuneraciones mínimas básicas unificadas. En caso de reincidencia se quintuplicará la multa y se procederá al decomiso y destrucción del producto.

Estas mismas sanciones serán aplicadas al fabricante, importador, distribuidor o vendedor que comercialice cajetillas, paquetes o envolturas de cigarrillos en tamaños distintos a los descritos en el artículo anterior.

**Art. ...-** Las sanciones previstas en los artículos innumerados que anteceden, se aplicarán cumpliendo lo dispuesto en el artículo 84 de esta Ley.

Los valores provenientes de las multas que se impongan a los infractores, serán entregados a la Sociedad de Lucha Contra el Cáncer-SOLCA, y distribuidos de conformidad con su Ley, para inversiones en estudios y equipamiento de la institución.

Las cajetillas y el material de embalaje o envolturas de cigarrillos y de otros productos derivados del tabaco que no cumplan la exigencia de impresión y advertencia por la salud previstas en esta Ley, serán decomisados y destruidos por las autoridades competentes.

Concédase derecho de acción pública para denunciar las infracciones antes señaladas.

**Art. ...-** Los propietarios de negocios que vendan o distribuyan cigarrillos a menores de edad, serán sancionados con cinco remuneraciones mínimas básicas unificadas; su reincidencia será sancionada con la suspensión de actividades de su negocio, por el lapso de quince días."

#### **DISPOSICION TRANSITORIA**

Para la implementación de las normas relativas al empaquetado de cigarrillos u otros productos del tabaco, fabricados o importados, se concederá un plazo improrrogable de 120 días contados desde la fecha de publicación de la presente Ley en el Registro Oficial.

(L 2006-54. Registro Oficial No. 356 / 14 de septiembre de 2006)

**Art. 60.- Licencias.-** Las patentes, autorizaciones, licencias u otros documentos o permisos otorgados por el Estado a ciertos proveedores para la investigación, desarrollo o comercialización de bienes o prestación de servicios que puedan resultar peligrosos o nocivos para la salud del consumidor, en ningún caso eximirán de la responsabilidad por los daños y perjuicios efectivamente ocasionados a dichos consumidores, daños que de conformidad a lo dispuesto por esta u otras leyes, serán de cargo de los proveedores y de todos quienes hayan participado en la cadena de producción, distribución y comercialización de los mencionados bienes.

### **CAPITULO XI**

#### **ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES**

**Art. 61.- Asociación de Consumidores.-** Se entenderá por Asociación de Consumidores, toda organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientes de todo interés económico, comercial, religioso o político, cuyo objeto sea garantizar y procurar la protección y la defensa de los derechos e intereses de los consumidores; así como, promover la

información, educación, representación y el respeto de los mismos.

**Art. 62.- Requisitos.-** Para poder actuar válida y legítimamente en la promoción y defensa de los derechos que esta Ley consagra, las asociaciones de consumidores deberán cumplir, además de los requisitos exigidos por la legislación general, con los siguientes:

1. Obtener su personería jurídica en el Ministerio de Bienestar Social;
2. Conformarse con un número no menor a cincuenta miembros;
3. No incluir como asociados a personas jurídicas que se dediquen a actividades comerciales;
4. Mantenerse al margen de actividades comerciales, religiosas o políticas;
5. No perseguir fines de lucro;
6. No aceptar anuncios de carácter comercial en sus publicaciones; y,
7. No realizar una explotación comercial selectiva en la información y consejos que ofrezcan al consumidor.

**Art. 63.- Objetivos.-** Entre otros, son objetivos de las asociaciones de consumidores:

1. Difundir el conocimiento de las disposiciones de esta Ley y sus disposiciones conexas;
2. Promover y proteger los derechos de los consumidores;
3. Representar los intereses individuales o colectivos de los consumidores ante las autoridades judiciales o administrativas; así como, ante los proveedores, mediante el ejercicio de acciones, recursos, trámites o gestiones a que esta Ley se refiere, cuando esto sea solicitado expresamente por los consumidores;
4. Realizar programas de capacitación, orientación y educación del consumidor;
5. Promover la organización de los consumidores con sentido solidario para proteger sus derechos;



6. Promover el conocimiento sobre el precio, la cantidad, la calidad, peso, medida, rotulado e información de los bienes y servicios;
7. Denunciar la práctica o manejo que atente contra los derechos del consumidor consagrados en la presente Ley;
8. Desarrollar una conciencia ambiental, individual o de grupo sobre las consecuencias del consumo en el ambiente y la necesidad de preservar los recursos naturales; y,
9. Prestar la debida colaboración a las autoridades que requieran de su contingente para la investigación de las infracciones establecidas en la presente Ley.

## CAPITULO XII

### CONTROL DE CALIDAD

**Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados.-** El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

**Art. 65.- Autorizaciones Especiales.-** El Registro Sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica, oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y demás autoridades competentes, y serán controlados

periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. Para la introducción de bienes importados al mercado nacional, será requisito indispensable contar con la homologación del Registro Sanitario y de los permisos de comercialización otorgados por autoridad competente de su país de origen, según lo dispone el Reglamento a la presente Ley y las demás leyes conexas, salvo los casos de aplicación de acuerdos de reconocimiento mutuo vigentes y los que pudieren entrar en vigencia a futuro entre la República del Ecuador y otros países, en el marco de los procesos de integración.

**Art. 66.- Normas Técnicas.-** El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN-, entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados, quienes prestarán obligatoriamente sus servicios y colaboración.

Las normas técnicas no podrán establecer requisitos ni características que excedan las establecidas en los estándares internacionales para los respectivos bienes.

**Art. 67.- Delegación.-** El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y las demás autoridades competentes, podrán, de acuerdo con la Ley y los Reglamentos, delegar la facultad de control de calidad mencionada en el artículo anterior, a los municipios que cuenten con la capacidad para asumir dicha responsabilidad.

**Art. 68.- Unidades de Control-** El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- promoverá la creación y funcionamiento de los departamentos de control de calidad, dentro de cada

empresa pública o privada, proveedora de bienes o prestadora de servicios.

Así mismo, reglamentará la posibilidad de que, alternativamente, se contraten laboratorios de las universidades y escuelas politécnicas o laboratorios privados debidamente calificados para cumplir con dicha labor.

**Art. 69.- Capacitación.-** El Instituto Ecuatoriano de Norma-lización -INEN- realizará programas permanentes de difusión sobre normas de calidad a los proveedores y consumidores, utilizando, entre otros medios, los de comunicación social, en los espacios que corresponden al Estado, según la Ley.

## CAPITULO XIII

### INFRACCIONES Y SANCIONES

**Art. 70.- Sanción General.-** Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley, siempre que no tengan una sanción específica, serán sancionadas con multa de cien a mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, y si es del caso, el comiso de los bienes, o la suspensión del derecho a ejercer actividades en el campo de la prestación del servicio o publicidad, sin perjuicio de las demás sanciones a las que hubiere lugar. El pago de las sanciones pecuniarias no libera al proveedor de cumplir con las obligaciones que le impone la Ley.

**Art. 71.- Indemnización, Reparación, Reposición y Devolución.-** Los consumidores tendrán derecho, además de la indemnización por daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien y, cuando no sea posible, a su reposición o a la devolución de la cantidad pagada, en un plazo no superior a treinta días, en los siguientes casos:

1. Cuando en el producto que se hubiere adquirido con determinada garantía y, dentro del plazo de ella, se pusiere de manifiesto la deficiencia o características del bien garantizado, siempre que se hubiere destinado al uso o consumo normal de acuerdo a la naturaleza de dicho bien. Este derecho se ejercerá siempre y cuando el proveedor haya incumplido con la garantía;
2. Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado; y,
3. Cuando considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto resulte inferior al que debiera ser o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque.

Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o administrativas a que hubiere lugar, el proveedor que incurriere en uno de los casos contemplados en este artículo, e incumpliere su obligación una vez fenecido el plazo establecido, será sancionado con una multa equivalente al valor del bien o servicio, que en ningún caso será inferior a ciento veinte dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin que ello se extinga su obligación de reparar o reponer el bien, o en su caso restituir lo pagado.

**Art. 72.-** El proveedor cuya publicidad sea considerada engañosa o abusiva, según lo dispuesto en el artículo 7 de esta Ley, será sancionado con una multa de mil a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal. Cuando un mensaje publicitario sea engañoso o abusivo, la autoridad competente dispondrá la suspensión de la difusión publicitaria, y además ordenará la difusión de la rectificación de su contenido, a costa del anunciante, por los mismos medios, espacios y horarios. La difusión de la rectificación no será menor al treinta por ciento (30%) de la difusión del mensaje sancionado.

**Art. 73.-** El proveedor que incurra en lo establecido en el artículo 23 de la presente Ley, e incumpla las obligaciones allí

establecidas, será sancionado con la clausura temporal o definitiva del establecimiento.

**Art. 74.-** En caso de incumplimiento a lo dispuesto en el artículo 58 de la presente Ley, el infractor será sancionado con multa de mil a cinco mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal.

**Art. 75.- Servicios Defectuosos.-** Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, causen daño o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor cancelado. Además, el proveedor de tales servicios, será sancionado con una multa de cincuenta a quinientos dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a que hubiere lugar.

**Art. 76.- Espectáculos Públicos.-** Serán sancionados con multa equivalente al diez por ciento (10%) del valor recaudado en taquilla, las personas naturales o jurídicas organizadores de espectáculos públicos, incluidos los artísticos y deportivos, que pongan en venta una cantidad de localidades que supere la capacidad de los respectivos recintos; sin perjuicio de su obligación de restituir lo pagado, a quienes, a causa de lo señalado, no hayan podido ingresar al espectáculo. En caso de reincidencia a lo dispuesto en el presente artículo, la multa será equivalente al veinte por ciento (20%) del valor de la taquilla, sin perjuicio de las sanciones civiles o penales que hubiere lugar.

**Art. 77.- Suspensión Injustificada del Servicio.-** El que suspendiere, paralizare o no prestare, sin justificación o arbitrariamente, un servicio previamente contratado y por el cual se hubiere pagado derecho de conexión, instalación, incorporación, mantenimiento o tarifa de consumo, será sancionado con

una multa de mil a cinco mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a las que hubiere lugar.

Adicionalmente, el Estado y las entidades seccionales autónomas y/o los concesionarios del ejercicio del derecho para la prestación de servicios, responderán civilmente por los daños y perjuicios ocasionados a los habitantes, por su negligencia y descuido en la atención a la prestación de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

**Art. 78.- Cobro Durante la Suspensión del Servicio.-** El proveedor de servicios públicos o privados, no podrá efectuar cobro alguno por el mismo, durante el tiempo en que se encuentre interrumpido y, en todo caso, estará obligado a descontar o reembolsar al consumidor el valor del servicio pagado y no devengado.

**Art. 79.- Requerimiento de información.-** Sin perjuicio de la facultad de las autoridades de asistirse por la fuerza pública, será sancionado con multa de quinientos a cinco mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, el proveedor que se negare a proporcionar la información requerida por autoridad competente o que proporcionare información falsa. La misma pena será impuesta al proveedor que impida a la autoridad competente, por cualquier medio, la inspección de los lugares de prestación de servicios, producción, expendio o almacenamiento de bienes, productos o que se oponga a la verificación de la información proporcionada.

**Art. 80.- Reincidencia.-** En caso de reincidencia en las infracciones que establece la presente Ley, la multa señalada podrá ser elevada al doble, además de la clausura temporal o definitiva del establecimiento; se considerará reincidente al proveedor que sea sancionado por una misma infracción a esta Ley, dos veces o más dentro del mismo año calendario. Para la aplicación de las multas, la autoridad competente tendrá

en cuenta de manera especial, la gravedad de la infracción, la cuantía de lo disputado y las condiciones económicas del infractor.

## CAPITULO XIV

### COMPETENCIA Y PROCEDIMIENTO

**Art. 81.- Facultad de la Defensoría del Pueblo.-** Es facultad de la Defensoría del Pueblo, conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas, que presente cualquier consumidor, nacional o extranjero, que resida o esté de paso en el país y que considere que ha sido directa o indirectamente afectado por la violación o inobservancia de los derechos fundamentales del consumidor, establecidos en la Constitución Política de la República, los tratados o convenios internacionales de los cuales forme parte nuestro país, la presente Ley, así como las demás leyes conexas.

En el procedimiento señalado en el inciso anterior, la Defensoría del Pueblo podrá promover la utilización de mecanismos alternativos para la solución de conflictos, como la mediación, siempre que dicho conflicto no se refiera a una infracción penal. Sin perjuicio de lo dispuesto en el presente artículo, el consumidor podrá acudir, en cualquier tiempo, a la instancia judicial o administrativa que corresponda.

**Art. 82.- Procedimiento ante la Defensoría del Pueblo.-** En lo relacionado con el procedimiento, serán aplicables a las disposiciones del Título III de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, así como las disposiciones reglamentarias que para este efecto dicte el Defensor del Pueblo.

**Art. 83.- Informe.-** Una vez agotado el procedimiento anterior y, en caso de que las partes no hayan llegado a un acuerdo, la Defensoría del Pueblo elaborará un informe en base del cual

solicitará a las autoridades competentes la iniciación del respectivo proceso investigativo del que se podrá desprender la imposición de las sanciones establecidas en la presente Ley, así como la exigencia de que se dé cumplimiento a la obligación pendiente.

El informe emitido por la Defensoría del Pueblo será apreciado por el juez de acuerdo a su sana crítica.

El Defensor del Pueblo podrá acudir ante el Juez de Contravenciones de su respectiva jurisdicción a fin de solicitar el inicio del respectivo proceso.

**Art. 84.- Juzgamiento de Infracciones.-** Son competentes para conocer y resolver sobre las infracciones a las normas contenidas en la presente Ley, en primera instancia, el Juez de Contravenciones de la respectiva jurisdicción, y, en caso de apelación, el Juez de lo Penal de la respectiva jurisdicción.

El juzgamiento de las infracciones previstas en esta Ley se iniciará mediante denuncia, acusación particular o exitativa fiscal.

Propuesta la denuncia y una vez citado el acusado, el Juez señalará día y hora para la audiencia oral de juzgamiento, la misma que deberá llevarse a cabo dentro del plazo de diez días contados a partir de la fecha de la notificación. Dicha audiencia iniciará con la contestación del acusado. A esta audiencia concurrirán las partes con todas las pruebas de las que se crean asistidos, previniéndoles que se procederá en rebeldía.

Se dispondrá que las partes presenten sus pruebas, luego de lo cual se dictará sentencia en la misma audiencia, de ser posible, caso contrario, se lo hará dentro del plazo perentorio de tres días. Si el consumidor anexa a su denuncia el informe emitido por la Defensoría del Pueblo, se considerará su contenido de conformidad a lo dispuesto en la presente Ley.

**Art. 85.- Intervención de Peritos.-** Si para el establecimiento de los hechos fuere necesaria, a criterio del juez, la intervención de peritos o se requiere informes técnicos, se suspenderá la



audiencia solo para este objeto y se concederá el plazo de hasta quince días para la presentación de los mismos, al vencimiento del cual, previo señalamiento de día y hora, se reanudará la audiencia y se procederá en la forma en que se indica en el artículo anterior.

Si el peritaje o informe técnico, a criterio del juez tuviere que practicarse en el exterior, el plazo antes señalado podrá extenderse hasta por treinta días.

**Art. 86.- Recurso de Apelación.-** De la sentencia que dicte el juez de contravenciones se podrá interponer el recurso de apelación dentro del término de tres días, contados a partir de la notificación con el fallo. Dicho recurso será presentado ante el juez de contravenciones quien lo remitirá al respectivo juez de lo penal. La sentencia que dicte el juez de lo penal, causará ejecutoria.

**Art. 87.- Daños y Perjuicios.-** La sentencia condenatoria lleva implícita la obligación del sentenciado de pagar daños y perjuicios al afectado, costas y honorarios. El cobro de daños y perjuicios se lo hará de conformidad con lo que dispone el artículo 391 del Código de Procedimiento Penal, publicado en el Registro Oficial No. 360 de 13 de enero del 2000.

**Art. 88.- Acción Popular.-** Se concede acción popular para denunciar las infracciones previstas en esta Ley.

## CAPITULO XV

### DISPOSICIONES GENERALES

**Art. 89.- Planes de Estudio.-** El Ministerio de Educación y Cultura incluirá, como eje transversal, dentro del pènsum de asignaturas ya existentes, un componente relacionado a la educación del consumidor, con tal finalidad ejecutará programas

de capacitación docente e incluirá mensajes acerca de los derechos del consumidor en los textos y otros medios pedagógicos.

La educación del consumidor privilegiará las siguientes áreas:

1. El conocimiento de los derechos y obligaciones;
- 2.. Promover la capacidad para elegir con mayor libertad y eficacia entre los bienes y servicios que ofrece el mercado;
3. Planificar y satisfacer mejor sus necesidades; y,
4. Evitar riesgos derivados de un uso inadecuado de bienes y servicios.

**Art. 90.- Difusión Pública.-** Para la difusión pública permanente de los derechos, principios y normas establecidas en la presente Ley, la Defensoría del Pueblo, a más de estar plenamente facultada para realizar cualquier tipo de convenios o acuerdos de difusión gratuita con los medios de comunicación, hará uso de los espacios que por ley corresponden al Estado.

**Art. 91.- Servicio de Telefonía.-** Las empresas públicas o privadas que presten servicios de telefonía fija o móvil celular, bajo ningún concepto podrán aplicar mecanismos de redondeo de tarifas; la facturación se hará por el tiempo real de uso, expresado en minutos y segundos, según corresponda.

**Art. 92.- Centros de Acopio.-** Las autoridades de los Organismos Seccionales, dentro de sus respectivas jurisdicciones, procurarán y promoverán la creación de centros de acopio en los que los productores podrán comercializar directamente sus productos.

**Art. 93.- Intereses por Mora.-** Cuando fuere procedente el cobro de intereses por mora en el pago atrasado de facturas y planillas de servicio, el consumidor pagará el interés legal por el tiempo efectivo de mora. Caso contrario, el afectado podrá acudir ante la autoridad competente para la tutela de su derecho.

**Art. 94.- Multas.-** Los fondos provenientes de las multas impuestas en cumplimiento de las disposiciones de la presente Ley, serán depositadas en la Cuenta Unica del Tesoro Nacional. El equivalente al cincuenta por ciento (50%) de estos recursos se administrarán de conformidad con la Ley de Presupuestos, su reglamento y demás normas técnicas vigentes. El restante cincuenta por ciento(50%) se destinará así: veinte y cinco por ciento (25%) al establecimiento de programas de difusión y capacitación en lo relacionado con la educación del consumidor, que se desarrollarán a través de la Defensoría del Pueblo y las asociaciones de consumidores; y, el otro veinte y cinco por ciento (25%) al Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- para el ejercicio de las competencias asignadas en esta Ley.

**Art. 95.- Supletoriedad.-** En todo lo no previsto en esta Ley, en lo relativo al Procedimiento para el juzgamiento de las infracciones aquí determinadas, se estará a lo que dispone el Código de Procedimiento Civil.

### DISPOSICIONES FINALES

**PRIMERA.-** Derógase la Ley de Defensa del Consumidor; publicada en el Registro Oficial No. 520 de 12 de septiembre de 1990 y todas sus posteriores reformas. De igual forma, derógase el Reglamento de dicha Ley, expedido mediante Decreto No.2201-A, publicado en el Registro Oficial No. 625 de 19 de febrero de 1991, y todas sus reformas.

**SEGUNDA.-** Sustitúyase el artículo 148 del Código de Comercio, por el siguiente:

"Art. 148.- Las ofertas públicas contenidas en circulares, catálogos, avisos publicitarios, proformas, obligan a quien las hace; salvo que en la misma oferta se señale un determinado plazo de validez de la misma o que las condiciones de la oferta original sean modificadas por una oferta posterior."

**TERCERA.-** Derógase la Disposición Transitoria Décimo Cuarta de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador, publicada en el Registro Oficial No. 34 de 13 de marzo 2000.

### DISPOSICIONES TRANSITORIAS

**PRIMERA.-** En tanto empiecen a funcionar los Juzgados de Contravenciones, los Intendentes y Subintendentes de Policía y los Comisarios Nacionales serán competentes para conocer y juzgar las infracciones contempladas en la presente Ley. En lo referente a indemnizaciones por daños y perjuicios, mientras empiezan a funcionar los juzgados de contravenciones, serán competentes los jueces de lo civil.

**SEGUNDA.-** Los proveedores tendrán el plazo máximo de nueve meses contados a partir de la promulgación de la presente Ley en el Registro Oficial, para dar cumplimiento a lo dispuesto en los artículos 14, 15 y 16 de esta Ley, tiempo en el que deberán incorporar en sus etiquetas, envases, empaques o manuales de uso de los bienes ofrecidos, los cambios establecidos.

**TERCERA.-** Durante los noventa días inmediatos posteriores a la vigencia de esta Ley, el Presidente de la República o el Ministro al que delegue para el efecto, realizará la difusión pública de los derechos, obligaciones, principios y normas establecidas en la presente Ley, para lo cual hará uso de los espacios que por ley le corresponden al Estado, en los diferentes medios de comunicación colectiva.

**CUARTA.-** Una vez concluido el proceso de modernización del Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN-, este Instituto pasará a constituir una dependencia técnica del Consejo Nacional de Calidad, creado mediante Decreto Ejecutivo No.401, publicado en el Registro Oficial No. 87 de 30 de mayo del 2000.



**QUINTA.-** El Presidente de la República, mediante Decreto Ejecutivo expedirá dentro del plazo de noventa días a partir de la vigencia de esta Ley, el Reglamento General para su aplicación.

Dada en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, en la Sala de Sesiones del pleno del Congreso Nacional del Ecuador, a los cuatro días del mes de julio del año dos mil.

Materia: CIVIL

Nombre: REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, PUBLICADA EN EL SUPLEMENTO DEL REGISTRO OFICIAL NO. 116 DEL 10 DE JULIO DEL 2000

Clase: Decreto Ejecutivo No. 1314

Fuente: Registro Oficial No. 287

Fecha : 19-MAR-2001

**Gustavo Noboa Bejarano**  
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

**Considerando:**

Que en el Suplemento del Registro Oficial No. 116 del 10 de julio del 2000, se publicó la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;

Que la Disposición Transitoria Quinta de la Ley dispone que el Presidente de la República expida el reglamento de aplicación a la misma; y,

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el numeral 5 del artículo 171 de la Constitución Política de la República,

**Decreta:**

El siguiente Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 116 del 10 de julio del 2000.

**CAPITULO I**

**PRINCIPIOS GENERALES Y DEFINICIONES**

**Art. 1.- Consumidor.-** De conformidad con los incisos tercero y noveno del Art. 2 de la ley, no serán considerados consumidores

aquellas personas naturales o jurídicas que adquieran, utilicen o reciban oferta de bienes o servicios para emplearlos en la explotación de actividades económicas con fines de lucro o, en beneficio de sus clientes o de terceros a quienes ofrezcan bienes o servicios.

**Art. 2.- Servicios públicos domiciliarios.-** Se entiende por servicios públicos domiciliarios aquellos servicios básicos que se reciben directamente en los domicilios de los consumidores.

**Art. 3.- Bienes y servicios de óptima calidad.-** Para la aplicación de los numerales 2 y 3 del Art. 4 de la ley, se entenderá por bienes y servicios de óptima calidad aquellos que cumplan con las normas de calidad establecidas por el INEN o por el organismo público competente o, en su defecto, por las normas mínimas de calidad internacionales. A falta de las normas indicadas, el bien o servicio deberá cumplir con el objeto para el cual fue fabricado u ofertado.

## CAPITULO II

### DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

**Art. 4.-** De conformidad con el numeral 9 del Art. 4 de la ley, el H. Congreso Nacional especialmente la Comisión Especializada Permanente del Consumidor, del Usuario, del Productor y el Contribuyente, informará, por lo menos, con quince días de anticipación a las federaciones de Cámaras de la Producción, a las asociaciones de proveedores, a las de consumidores, legalmente constituidas, de todos los proyectos de ley que afecten al consumidor o incidan en las relaciones entre proveedores y consumidores, casos en los cuales será tomado en cuenta el criterio de estas entidades. La negativa a sus planteamientos será fundamentada. Si el proyecto se refiere a un tipo determinado de bienes o servicios, se informará a la Federación de Cámaras de la Producción y a las asociaciones

de proveedores y de consumidores, que se relacionen directamente con la actividad específica a la que se refiere el proyecto, en caso de haberlas y a las que representen a los consumidores en general. Si fueren varias, se comunicará a todas las que agruparen a los consumidores y proveedores que tuvieren relación directa con el proyecto.

**Art. 5.-** Para efectos de lo dispuesto en el numeral 12 del Art. 4 se entenderá por libro de reclamos todo tipo de registro, ya sea en medio magnético o escrito. Todas las empresas y establecimientos mantendrán un libro de reclamos conforme lo dispuesto en el mencionado artículo. Este libro deberá contener los siguientes datos: nombres completos del consumidor, su número de cédula de ciudadanía o pasaporte; RUC, si el consumidor o usuario fuere persona jurídica; el número de teléfono o dirección, dirección electrónica, en caso de tenerla; motivo de la queja, fecha del inconveniente y el pedido del consumidor.

Se otorgará constancia de la presentación del reclamo, a pedido del consumidor.

El referido libro estará a disposición de los consumidores, respecto de su propio reclamo, de la asociación de consumidores que lo solicite, respecto de un reclamo en el que interviene a solicitud de un consumidor, según lo previsto en el numeral 3 del Art. 63; y de los organismos y autoridades competentes, de conformidad con la ley.

## CAPITULO III

### REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO

**Art. 6.-** En el numeral 1 del Art. 7 de la ley, la referencia al término "comercial", se entenderá por información comercial.

**Art. 7.-** Toda comunicación comercial o propaganda que un proveedor dirija a los consumidores, inclusive la que figure en

empaques, etiquetas, folletos y material de punto de venta, debe ser preparada con sentido de responsabilidad, respetando lo prescrito en el artículo 2 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, absteniéndose de incurrir en cualquier forma de publicidad prohibida por el Art.6 de la ley.

## CAPITULO IV

### INFORMACION BASICA COMERCIAL

**Art. 8.-** Para el cumplimiento del Art. 9 de la ley, los datos e información general de los productos importados se expresarán en castellano, mediante etiquetas o impresos complementarios, adheridos o adjuntados a los productos, salvo que en origen la información cumpla este requisito.

**Art. 9.-** Cuando hubiere obligación legal de recargar montos adicionales al precio de venta al público de un producto, el valor final se hará conocer al consumidor por cualquier medio escrito, visible y legible, en el establecimiento de venta al público, a efectos de dar cumplimiento a lo previsto en el inciso segundo del Art. 9 de la ley.

**Art. 10.-** Tanto para el cumplimiento del Art. 13 como para el del literal l) del Art. 14, el Instituto Ecuatoriano de Normalización elaborará una norma técnica específica sobre el rotulado de productos primarios genéticamente modificados para consumo humano o pecuario, la que se adecuará en lo posterior a las normas que sobre etiquetado de productos genéticamente modificados rigen en el ámbito internacional, preferentemente aquellas emitidas por el Codex Alimentarius.

Se entenderá por productos primarios genéticamente modificados para consumo humano o pecuario aquellos productos empacados o procesados de procedencia agrícola, pecuaria o bioacuática, destinados al consumidor o a su ulterior

procesamiento, bien sea que se presenten bajo una marca comercial o no y que, a pesar de que se mantengan en un estado similar al natural, hayan merecido la aplicación de una recombinación tecnológica molecular por ingeniería de laboratorio que permita la transferencia a su propia estructura de material genético de un organismo diferente.

**Art. 11.-** Los proveedores de productos alimenticios procesados que se caracterizan por mantener su peso y volumen, establecerán en origen, en el rotulado de los mismos, el contenido neto y el precio de venta al público.

Sin embargo, en los productos alimenticios de consumo humano que por su naturaleza tienen masa o volumen variables, el contenido neto y el precio de venta al público o valor final se podrá determinar en el establecimiento de venta al consumidor. En cualquier caso, en aquellos productos que por sus características propias permiten establecer contenido neto y masa escurrida, éstos deberán declararse según lo establezca la norma técnica ecuatoriana INEN sobre rotulado de productos alimenticios para consumo humano.

**Art. 12.-** El rotulado mínimo de alimentos para consumo humano previsto en el artículo 14 de la ley se regulará por las normas técnicas dictadas por el INEN.

El rotulado mínimo de alimentos para consumo humano previsto en el artículo 14 de la ley, no se requerirá respecto a alimentos naturales empacados no procesados que no han sido sometidos a procesos de transformación, y que se presenten sin marca comercial. Esta salvedad no incluye a los productos primarios genéticamente modificados.

## CAPITULO V

### RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

**Art. 13.-** Se entenderá por información suficiente la que debe suministrar el proveedor respecto a los datos exigidos por la ley.

Esto es la rotulación mínima en productos alimenticios procesados, la rotulación mínima en los medicamentos, seguridad de uso, instrucciones sobre adecuado manejo y advertencias, en caso de que conforme a la ley sean obligatorias; productos primarios para consumo humano o pecuario, mejorados genéticamente o la determinación de si se trata de productos usados o deficientes, así como la garantía sobre aquellos productos que conforme a la ley se debe otorgar.

**Art. 14.-** La lista de precios oficiales de los medicamentos básicos mencionada en el Art. 19 de la ley, que deberá exhibirse de manera visible en las farmacias, boticas, droguerías y similares, corresponderá al Cuadro Nacional de Medicamentos Esenciales determinado por el Ministerio de Salud Pública.

**Art. 15.-** Las acciones civiles que podrá iniciar el consumidor cuando la cosa objeto de un contrato tenga defectos o vicios ocultos, según lo dispuesto en el Art. 20 de la ley, se sustanciarán por las vías establecidas en el Código de Procedimiento Civil para esos casos, a menos que el contrato contemplare cláusula arbitral, en cuyo caso se estará a ella.

**Art. 16.-** Cuando el Juez sancionare al proveedor, la reposición del bien, a la reparación gratuita o a la devolución de la cantidad pagada, se observará el plazo previsto en el artículo 71 de la ley. Sin embargo, el Juez podrá conceder un plazo mayor, que no excederá de seis meses, cuando se tratare de bienes importados.

**Art. 17.-** Los jueces que conozcan causas iniciadas al amparo de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor contarán con la opinión de peritos y con los informes técnicos previstos en el artículo 85 de la ley, en caso de requerirlo una de las partes.

**Art. 18.-** Se entiende por bienes de naturaleza durable aquellos que permiten su utilización por más de una ocasión. Sin

embargo, el fabricante o proveedor deberá informar expresamente al consumidor que el bien no puede ser utilizado más de una vez o más de un número determinado de veces.

**Art. 19.-** Los bienes de naturaleza durable que deberán contar con información sobre la seguridad de uso y advertencia, según el artículo 16 de la ley, serán aquellos que puedan representar un peligro para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios, o que requieran de cierta pericia para su manejo.

\* **Art. 20.-** En caso de artículos o servicios para niños, la advertencia deberá ser efectuada a padres o representantes o, a quienes ostenten la custodia o cuidado de los menores, al momento de usar o consumir un bien o servicio.

**\* REFORMA:**

**Art. 1.-** En el Art. 20 suprimase la siguiente frase:  
"...al momento de usar o consumir un bien o servicio,"  
(DE 1555. Registro Oficial No. 344 / 11 de junio de 2001)

**Art. 21.-** Será de responsabilidad del consumidor, el adecuado uso de bienes y servicios que presenten cierto nivel de riesgo y sobre cuyas características haya sido informado por el proveedor.

**Art. 22.-** La determinación de la vida útil de los bienes de naturaleza durable a la que hace referencia el artículo 25 de la ley, constará en una norma técnica elaborada por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN-.

En caso de falta de norma técnica, respecto al tiempo de vida útil de los bienes de naturaleza durable que deben contar con suministro de componentes, repuestos y servicio técnico, el proveedor declarará, en la factura o contrato correspondiente, el tiempo de vida útil del bien vendido.

Esta norma se aplicará solamente con respecto a los bienes detallados en el Art.11 de la ley.



**Art. 23.-** Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 21 y en la parte final del Art. 37 de la ley, los prestadores de servicios y comercializadores de bienes estarán a lo dispuesto en las normas tributarias vigentes.

En los casos de la prestación de servicios por un plazo mayor a los treinta días, cualquiera que sea su naturaleza, bastará que así se indique en el documento que sustente la transacción, sin necesidad de que se extienda ningún tipo de comprobante adicional a la factura inicial que no sea el comprobante de pago del servicio.

**Art. 24.-** De aceptar el consumidor la prestación de un servicio de reparación, pese a la advertencia por escrito del prestador del servicio sobre la transitoriedad o inseguridad de la reparación o, si el prestador del servicio hubiere manifestado al usuario el riesgo o la imposibilidad de prever las consecuencias del uso de un repuesto usado, inadecuado o desconocido en el mercado, no se aplicarán los artículos 22 ni 23 de la ley.

**Art. 25.-** El servicio técnico al que se refiere el Art. 25 de la ley, podrá prestarse directa o indirectamente. Se requerirá que el servicio técnico se encuentre autorizado por el fabricante, en el caso de bienes de producción nacional, o por el representante o distribuidor autorizado correspondiente según se trate de distribuidor local, provincial o nacional.

**Art. 26.-** Para efectos de cobro de honorarios profesionales, al que hace referencia el artículo 27 de la ley, la información deberá constar de algún medio escrito o de comunicaciones en las que se oferte el valor del honorario, o el parámetro para fijarlo, y conste la aceptación del honorario ofertado. Se podrá aceptar cualquier otro medio que acredite que se proporcionó y aceptó la información correspondiente. De existir cualquier constancia del suministro de la información del honorario del profesional o del parámetro para fijarlo, en forma previa al inicio del trabajo

profesional se entenderá que hubo aceptación por parte del cliente. En todo caso, el profesional deberá indicar previamente los servicios que cubre el honorario.

**Art. 27.-** De conformidad con lo previsto en el Art. 28, habrá solidaridad en la responsabilidad de pago de las indemnizaciones civiles por daños causados por vicio o defecto de los bienes y servicios prestados, entre todos aquellos que intervengan en la cadena de producción y distribución. Se liberará a quien demuestre en juicio que la causa del daño le ha sido ajena.

**Art. 28.-** La resolución del contrato a la que alude el Art. 30 de la ley operará cuando el proveedor sea constituido en mora, y cuando el consumidor hubiere cumplido con sus pagos y demás obligaciones contractuales, asumidas al momento de la adquisición del bien o servicio.

## CAPITULO VI

### SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS

**Art. 29.-** En referencia al Art. 32 de la ley, entiéndese por precios justos, a los establecidos en función de:

- a. Cumplimiento de parámetros de calidad.
- b. Consumo real.
- c. Análisis de costos.

**Art. 30.-** Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 33 de la ley, cada dependencia de las empresas proveedoras de servicios públicos domiciliarios, que dé atención al público, deberá proporcionar información al consumidor. Las empresas brindarán a los usuarios facilidades para el pago y reclamación.

**Art. 31.-** En los contratos de servicios públicos domiciliarios deberá constar el plazo en el que la empresa proveedora hará la

instalación efectiva del servicio. En el caso de que por causas imputables al proveedor se incumpliére este plazo, el Juez de contravenciones, con conocimiento de causa, podrá imponer al proveedor la sanción prevista en el Art. 77 de la ley.

**Art. 32.-** Las modificaciones a las condiciones de prestación de los servicios, serán informadas a los consumidores por escrito y remitidas conjuntamente con la facturación del mes en el que se produjeron las variantes. En caso de que no se cumpla con esta obligación en el plazo señalado, el proveedor del servicio será sancionado conforme al Art. 70 de la ley.

**Art. 33.-** Los reclamos de los usuarios de servicios públicos domiciliarios serán subsanados en un plazo máximo de quince días, salvo disposición legal o reglamentaria expresa que establezca un plazo diferente.

**Art. 34.-** El registro de reclamos al que alude el Art. 35 de la ley podrá ser llevado por medios informáticos.

**Art. 35.-** El informe emitido por la autoridad competente, obtenido de la verificación mencionada en el Art. 37 de la ley, deberá ser tomado en cuenta por la empresa proveedora del servicio, para que realice los correctivos correspondientes. La empresa proveedora está obligada a entregar el detalle del consumo efectuado cuando el consumidor lo solicite.

**Art. 36.-** El trámite interno que seguirá la empresa proveedora para acreditar el consumo facturado, será el establecido en las leyes especializadas de cada materia, pero nunca podrá extenderse más allá de treinta días, tal como lo dispone el artículo 39 de la ley.

\* **Art. 37.-** Para dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 40 de la ley, las empresas proveedoras de servicios públicos domiciliarios, facturarán por separado tanto el valor de utilización

de materiales necesarios y relacionados con las instalaciones o reparaciones requeridas para la prestación del servicio, como otros valores estrictamente relacionados con la prestación del servicio.

**\* REFORMA:**

**Art. 1.-** Refórmese el artículo 37 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, cuyo texto dirá:

"**Art. 37.-** Para dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 40 de la Ley, las empresas proveedoras de servicios públicos domiciliarios facturarán, en una misma planilla, el valor de los consumos por todos los servicios legalmente contratados, ordenados o autorizados por sus usuarios; los correspondientes a recargos legales, tales como intereses, impuestos u otros; y los demás valores adicionales estrictamente relacionados con la prestación de tales servicios. Para estos efectos, todos los conceptos fijados en la planilla deberán desglosarse y detallarse de manera clara y exhaustiva, con el objeto de que los usuarios conozcan con exactitud cada uno de los rubros que deberán pagar. Estará prohibido incluir conceptos diferentes a los servicios prestados, y, si fuere necesario, se los deberán facturar en planillas independientes."

(DE 404. Registro Oficial No. 89 / 25 de agosto de 2005)

## CAPITULO VII

### PROTECCION CONTRACTUAL

**Art. 38.-** Para los efectos previstos en el Art. 41 de la ley, tanto los contratos de adhesión como los textos a los que éstos se remitan, o formen parte del mismo, deberán tener un tamaño de fuente no menor de diez puntos, salvo lo previsto en regulaciones internacionales.



**Art. 39.-** Se entenderán incorporadas al léxico aquellas palabras que den a entender su significado como vocablos de uso frecuente y de general aceptación por parte de toda la comunidad, y no sólo por los entendidos en la materia de que se trate.

**Art. 40.-** El consentimiento expreso del consumidor de someterse a los procedimientos de arbitraje y mediación en los contratos de adhesión, se podrá manifestar mediante una ratificación impresa debajo de la cual suscriba el consumidor, o con una señalización en un casillero, de la que se desprenda la aceptación para someterse a arbitraje, o cualquier fórmula que permita entender inequívocamente la aceptación expresa de cualquiera de estos procedimientos por parte del consumidor.

Sin perjuicio de lo indicado en el inciso anterior, los consumidores y proveedores podrán solucionar sus controversias acudiendo a la mediación, aunque no lo hubieren estipulado expresamente en el contrato.

**Art. 41.-** Las cláusulas que causen indefensión en los contratos de adhesión, serán aquellas que impliquen imposibilidad del consumidor de acceder a las acciones o mecanismos para la defensa de los derechos establecidos en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

**Art. 42.-** Para dar cumplimiento al Art. 44 de la ley, una vez concluido el plazo señalado en tal artículo, la empresa proveedora tendrá la obligación de comunicar a la entidad del sistema financiero correspondiente, a fin de que se suspendan los débitos automáticos que hubieren sido autorizados. En caso de incumplimiento de esta obligación, el consumidor podrá acudir a la Superintendencia de Bancos, al Juez de contravenciones u otra autoridad competente, a fin de hacer cumplir su derecho.

**Art. 43.-** Para el cumplimiento del inciso segundo del Art. 44, el abonado o usuario podrá exigir el cese inmediato de la provisión

del servicio contratado, debiendo cumplir con las obligaciones indicadas en el citado artículo.

**Art. 44.-** A fin de permitir la transparencia en las operaciones de crédito, conforme lo dispone el artículo 47 de la ley, en el recibo de cada pago parcial deberá constar el desglose de la parte que corresponde al capital y aquella que se refiere a intereses, además de todos los recargos adicionales.

**Art. 45.-** De conformidad con el artículo 43 de la ley, en los contratos de adhesión serán nulas las cláusulas y estipulaciones prohibidas en los numerales del 1 al 9 de dicho artículo; sin embargo, estas disposiciones no se interpretarán como una limitación a la autonomía privada en los contratos mercantiles y civiles en los cuales no intervengan consumidores finales, o en aquellos contratos en que por su naturaleza, las partes tengan la posibilidad de negociar y acordar su alcance y contenido.

**Art. 46.-** A las garantías que consten en textos preimpresos, se aplicarán las normas de los artículos 41, 42 y 43 de la ley.

**Art. 47.-** En el evento de que el consumidor desee realizar prepagos de cuotas por bienes o servicios adquiridos a plazos, deberá expresar por escrito la cuota que desee prepagar, reconociendo la deuda con respecto a las demás cuotas, en el evento de que el prepago no se refiriere a la cuota de más cercano vencimiento. El proveedor podrá suministrar formatos para estos efectos.

**Art. 48.-** En la cobranza de créditos y requerimientos de cobro, el proveedor o sus representantes y abogados podrán realizar advertencias del inicio de medidas legales, así como gestiones extrajudiciales de cobro, sin que ellas impliquen amenaza sancionada por el artículo 49 de la ley.

## CAPITULO VIII

## CONTROL DE LA ESPECULACION

\* **Art. 49.-** Los controles de precios y de eventuales controles especulativos que efectuarán los intendentes, subintendentes de policía, comisarios nacionales y demás autoridades competentes, conforme lo previsto en el capítulo octavo de la ley, se realizarán en los casos especiales de excepción mencionados en el artículo 54 de la misma, es decir, los bienes y servicios regulados por el Presidente de la República.

\* **REFORMA:**

**Art. 2.-** Sustitúyase el artículo 49 por el siguiente:

"**Art. 49.-** Los controles de precios y los controles de la especulación que están facultados a efectuar los Intendentes, Subintendentes, Comisarios y más autoridades de policía, conforme el Art. 53 de la ley de la materia, se realizarán igualmente en los casos de excepción a que se refiere el Art. 54 de la misma, tomando en cuenta para estos efectos, los precios de los bienes y servicios regulados por el Presidente de la República."

(DE 1555. Registro Oficial No. 344 / 11 de junio de 2001)

## CAPITULO IX

## PRACTICAS PROHIBIDAS

**Art. 50.-** Para los efectos señalados en la parte final del numeral primero del Art. 55 de la ley, las empresas prestadoras de servicios que necesiten de un equipo terminal a través del cual se pueda utilizar el mismo, lo pondrán en conocimiento de los abonados o usuarios, con anticipación a la contratación del servicio al igual que su costo.

## CAPITULO X

## PROTECCION A LA SALUD Y SEGURIDAD

**Art. 51.-** El INEN determinará, en el plazo de 90 días contados a partir de la expedición del presente reglamento, los productos considerados potencialmente peligrosos para la salud o integridad física de los consumidores, para la seguridad de sus bienes o del ambiente, a efectos de que el proveedor esté obligado a incorporar las advertencias o indicaciones necesarias para que su empleo se efectúe con la mayor seguridad posible.

**Art. 52.-** La calidad de tóxico o peligroso para el consumo humano, en niveles considerados nocivos o peligrosos para la salud del consumidor, para los efectos previstos en el Art. 59 de la ley, será establecida por la dependencia del Ministerio de Salud que tuviere jurisdicción en la circunscripción territorial correspondiente, o la entidad a la que se hubiere delegado.

En caso de peligro inminente, la autoridad competente dispondrá el retiro inmediato del producto o bien del mercado, y solicitará el examen por parte de la dependencia competente del Ministerio de Salud o de la entidad a la que se hubiere delegado, la que informará sobre la condición de nocivo o peligroso, caso en el cual se prohibirá definitivamente la circulación del producto.

\* **Art. 53.-** A fin de que se dé cumplimiento a lo establecido en el artículo 2, numeral 4 del Art. 4, numerales 2 y 3 del Art. 7 y el Art. 57 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, se someterá a las siguientes normas:

**a)** Los envases y etiquetas de bebidas alcohólicas deberán llevar en forma legible, usando colores distinguibles entre el texto y el fondo, ocupando un 10% de la superficie total de la etiqueta, el siguiente mensaje: "Advertencia. El Consumo excesivo de alcohol limita su capacidad de conducir y operar maquinarias, puede causar daños en su salud y perjudica a su familia".

Ministerio de Salud Pública del Ecuador". "Venta prohibida a menores de 18 años".

**b)** En la publicidad televisiva de cigarrillos, de otros productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas, deberá incluirse la advertencia indicada en el literal anterior al final del comercial durante 5 segundos, en forma legible y con alto contraste entre las letras y el fondo.

**c)** En la publicidad radial de cigarrillos, de otros productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas, la advertencia indicada en el literal a) deberá ser leída claramente al final del comercial.

**d)** En todos los materiales impresos de venta o promoción de: cigarrillos, de otros productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas, la advertencia señalada en el literal a) deberá constar de manera legible y no será menor al 10% de la superficie total del material impreso.

**e)** No se realizará ningún tipo de publicidad de cigarrillos, de productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas que no indique expresamente el nombre del fabricante nacional o extranjero.

**f)** No se podrá hacer ningún tipo de publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, cuya comercialización se encuentre prohibida en virtud de derechos derivados de marcas de fábrica debidamente registradas.

**g)** La promoción comercial por televisión y radio de cigarrillos, otros productos derivados del tabaco, no será permitida entre las 06:00 y las 21:00.

**h)** La publicidad comercial de bebidas alcohólicas, por televisión, no será permitida entre las 06:00 y 21:00.

**i)** La publicidad de cigarrillos, otros productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas en cines, sólo será permitida cuando exhiban películas con censura para mayores de 18 años.

**j)** No podrá incluirse localmente comerciales de cigarrillos, productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas, en aquellas transmisiones de televisión originadas fuera del país, que se realicen vía satélite, en televisión por cable o en

transmisión convencional, en vivo y en directo o en diferido, en un horario diferente al señalado en el literal g).

**k)** Ninguna publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, deberá aparecer en programas que estén dirigidos a menores de 18 años de edad.

**l)** No se deberá colocar publicidad exterior de cigarrillos, de productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, en letreros o vallas publicitarias ubicadas a menos de 200 metros de escuelas o centros educativos para menores de edad.

**m)** Ninguna publicidad de cigarrillos o de productos derivados del tabaco o de bebidas alcohólicas deberá estar dirigida a menores de edad, ni aparecer en revistas infantiles o suplementos culturales o educativos de periódicos.

**n)** Las compañías tabacaleras y las empresas que elaboran bebidas alcohólicas no pondrán sus marcas, logotipos y diseños registrados para cigarrillos, productos derivados del tabaco o bebidas alcohólicas, en ningún artículo que se comercialice a menores de 18 años de edad.

**o)** No se podrá distribuir, vender u ofrecer como premio artículos con la marca, logotipo y diseño registrados para cigarrillos o productos derivados del tabaco de manera visible, excepto el caso de artículos relacionados con cigarrillos o productos derivados del tabaco tales como, ceniceros, encendedores u otros similares.

**p)** No se obsequiarán muestras de cigarrillos, productos derivados del tabaco o bebidas alcohólicas a menores de 18 años de edad, como forma de promoción en ningún ambiente o circunstancia.

**q)** La publicidad exterior y el material promocional de cigarrillos, de productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas, no deberá obstar o dominar la vista pública de monumentos históricos y culturales o del centro histórico de cualquier ciudad.

**r)** No se deberá asociar la salud o el deporte con el consumo de bebidas alcohólicas.

**s)** No se deberá asociar la salud, el éxito deportivo o la atracción sexual con el consumo de cigarrillos o productos derivados del tabaco.



t) Las compañías tabacaleras y las que elaboren bebidas alcohólicas no podrán auspiciar espectáculos cuyo contenido esté dirigido a los menores de 18 años de edad, así como tampoco promocionar o auspiciar artistas menores de esa edad.

u) Las compañías tabacaleras y las que producen bebidas alcohólicas no podrán utilizar en su publicidad personajes de dibujos animados y celebridades que atraigan particularmente a menores de edad. Los modelos que utilicen en su publicidad deberán ser y parecer mayores de 21 años.

**\* REFORMA:**

**Art. 3.-** En lugar de los literales r) y s) del artículo 53 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, inclúyase uno que diga:

"r) la publicidad de cigarrillos o productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, en los términos previstos en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento, no se vinculará directamente a la salud al éxito deportivo o a la atracción sexual. En el caso de bebidas con contenido alcohólico de 5° o menos, la advertencia al consumidor prevista en los literales a) y b) de este artículo, será diferente de aquella dispuesta para las bebidas con mayor contenido de alcohol, y deberá contener el siguiente mensaje: "Advertencia: el consumo excesivo del alcohol puede perjudicar su salud. Ministerio de Salud Pública del Ecuador.", y ocupará un 6% de la superficie de la etiqueta

En cuanto a la publicidad televisiva de estos productos, el tiempo de exposición de dicha advertencia será de sólo tres segundos. Aclárase que estas bebidas de bajo contenido alcohólico podrán patrocinar la actividad deportiva, sin insinuaciones ni sugerencias que de alguna manera vinculen su consumo con el éxito deportivo."

(DE 1555. Registro Oficial No. 344 / 11 de junio de 2001)

**\* REFORMA:**

**Art. 1.-** Sustituir el literal g) del artículo 53 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor,

publicado en el Registro Oficial No. 287 de 19 de marzo del 2001, por el siguiente:

"g) La promoción comercial por televisión y radio de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco, no será permitida entre las 06h00 y las 23h00".(DE 2754. Registro Oficial No. 604 / 25 de junio de 2002) (Continúa)

**\* Art. 53.-** A fin de que se dé cumplimiento a lo establecido en el artículo 2, numeral 4 del Art. 4, numerales 2 y 3 del Art. 7 y el Art. 57 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, se someterá a las siguientes normas: (Continuación)

**\* REFORMA:**

**Art. 1.-** Sustitúyase el artículo 53 por el siguiente:

"**Art. 53.-** A fin de que se dé cumplimiento a lo establecido en los artículos 2, 4(número 4), 7 (números 2 y 3) y 57 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, se someterá a las siguientes normas:

a) Las cajetillas, material de embalaje o envolturas de cigarrillos y de otros productos derivados del tabaco que se utilicen para el expendio al público, deberán llevar la siguiente advertencia general: "Advertencia: No existe un cigarrillo seguro para la salud. Ministerio de Salud Pública del Ecuador", escrita en letra helvética de 10.8 puntos impresos en uno de los laterales de la cajetilla, en forma legible, clara y usando colores de alto contraste contra un fondo blanco, agregándose además, en el mismo lateral, el mensaje siguiente:"Venta prohibida a menores de edad".

Las cajetillas de cigarrillos y de otros productos derivados del tabaco deberán llevar además esta advertencia: "Fumar Causa Cáncer", en letra impresa en el 40% del área del panel frontal de la cajetilla. La advertencia "Fumar Mata" se colocará en el 40% del área del panel posterior de la cajetilla. Las áreas para impresión de las advertencias, correspondientes al 40%, tanto del panel frontal como del panel posterior, estarán definidas por



el ancho del panel y por una altura igual al 40% del alto total del panel correspondiente, medido a partir de la base de la cajetilla. Los textos de ambas advertencias deben quedar paralelos a la base de la cajetilla. Se imprimirán en letra helvética bold de 28 puntos para las cajetillas de 20 cigarrillos y helvética bold de 26 puntos para las cajetillas de 10 cigarrillos, en forma legible, clara y usando color contrastante contra un fondo blanco.

Los envases y etiquetas de bebidas alcohólicas deberán llevar en forma legible, usando colores distinguibles entre el texto y el fondo y ocupando un 10% de la superficie total de la etiqueta, el siguiente mensaje: "Advertencia: El consumo excesivo de alcohol limita su capacidad de conducir y operar maquinarias, puede causar daños a su salud y perjudica a su familia. Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Venta prohibida a menores de 18 años".

En el caso de bebidas con contenido alcohólico de 5 grados o menos, la advertencia al consumidor deberá contener el siguiente mensaje: "Advertencia: El consumo excesivo de alcohol puede perjudicar su salud. Ministerio de Salud Pública del Ecuador". Este mensaje ocupará un 6% de la superficie de la etiqueta; **b)** En la publicidad televisiva de bebidas alcohólicas deberán incluirse las advertencias en forma legible y con alto contraste entre las letras y el fondo. Para bebidas alcohólicas en general, la advertencia indicada en el inciso tercero del literal precedente deberá tener un tiempo de exposición de 5 segundos al final del comercial; y, para bebidas con un contenido alcohólico de 5° o menos, la advertencia indicada en el inciso cuarto del literal a) deberá tener un tiempo de exposición de 3 segundos al final del comercial.

En la publicidad radial de bebidas alcohólicas, las advertencias indicadas en el literal a) deberán ser leídas claramente al final del comercial.

En todos los materiales impresos de venta o promoción de bebidas alcohólicas deberán constar las advertencias indicadas en los incisos tercero y cuarto del literal a) y no serán menores al 10% de la superficie total del material impreso; **c)** En todos los materiales impresos de venta o promoción de cigarrillos y de

otros productos derivados del tabaco, la advertencia general del Ministerio de Salud señalada en el literal a) deberá constar de manera legible y será del 10% de la superficie total del material impreso;

**d)** No se realizará ningún tipo de publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas que no indique expresamente el nombre del fabricante nacional o extranjero.

Tampoco se podrá hacer ningún tipo de publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas cuya comercialización se encuentre prohibida en virtud de derechos derivados de marcas de fábrica debidamente registradas;

**e)** Queda prohibida la promoción comercial en radio y televisión de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco;

**f)** La publicidad comercial televisada de bebidas alcohólicas no será permitida entre las 06h00 y las 21h00;

**g)** No deberán transmitirse o incluirse localmente comerciales de cigarrillos ni productos derivados del tabaco en aquellas transmisiones de televisión originadas fuera del país, que se realicen vía satélite, en televisión por cable o en transmisión convencional, en vivo o en diferido, en ningún horario.

No se deberán transmitir localmente comerciales de bebidas alcohólicas en aquellas transmisiones de televisión originadas fuera del país, que se realicen vía satélite, en televisión por cable o en transmisión convencional, en vivo o en diferido, en un horario diferente al señalado en el literal f);

**h)** Queda prohibida la publicidad de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas en cines, a menos que la película esté clasificada para personas mayores de 18 años. En los casos en que se permitan anuncios publicitarios, la advertencia general de salud del literal a) deberá aparecer al final del anuncio, tanto en video como en audio, de manera clara, legible y visible en la pantalla, por un tiempo mínimo de 10 segundos;

**i)** Ninguna publicidad de bebidas alcohólicas deberá aparecer en programas que estén dirigidos a menores de 18 años de edad;

(Continúa)

(DE 1206. Registro Oficial No. 233 / 21 de marzo de 2006)

\* **Art. 53.-** A fin de que se dé cumplimiento a lo establecido en el artículo 2, numeral 4 del Art. 4, numerales 2 y 3 del Art. 7 y el Art. 57 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, se someterá a las siguientes normas: (Continuación)

**\* REFORMA:**

**Art. 1.-** Sustitúyase el artículo 53 por el siguiente: (Continuación)

**j)** Queda prohibida la publicidad exterior e interior en letreros y todo tipo de vallas publicitarias, tanto fijas como móviles, para cigarrillos y productos derivados del tabaco;

**k)** La publicidad de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco estará permitida únicamente al interior de los establecimientos donde se comercialicen tales productos, así como también en los lugares con acceso exclusivo para mayores de edad.

Estará permitida la comunicación directa con los consumidores adultos de cigarrillos y productos de tabaco únicamente mediante materiales promocionales. Esto incluye información enviada directamente a un consumidor y sitios en Internet que utilizan controles adecuados que restringen el acceso a menores de edad;

**l)** No se deberá colocar publicidad exterior de bebidas alcohólicas en letreros o vallas publicitarias ubicadas a menos de 200 metros de escuelas o centros educativos para menores de edad. La publicidad exterior y el material promocional de bebidas alcohólicas no obstarán o dominarán la vista pública de monumentos históricos y culturales o del centro histórico de cualquier ciudad;

**m)** Ninguna publicidad de cigarrillos o productos derivados del tabaco deberá estar dirigida a menores de edad ni aparecer en el empaquetado o las portadas de revistas, periódicos u otras publicaciones impresas de circulación general.

Se permiten anuncios publicitarios de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco en publicaciones impresas para circulación general, cuando se justifique de una manera técnica y fehaciente que, por lo menos, el 75% de los lectores de la publicación son adultos mayores 18 años;

**n)** Ninguna publicidad de bebidas alcohólicas deberá estar dirigida a menores de edad ni aparecer en revistas infantiles o suplementos culturales o educativos de periódicos;

**ñ)** La publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, en los términos previstos en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y este Reglamento, no se vinculará directamente a la salud, al éxito deportivo o a la atracción sexual. Las bebidas de contenido alcohólico de 5 grados o menos podrán patrocinar la actividad deportiva, sin insinuaciones ni sugerencias que de alguna manera vinculen su consumo con el éxito deportivo;

**o)** No se podrán distribuir, vender u ofrecer como premios artículos en los que consten visiblemente la marca, logotipo y diseños registrados para cigarrillos u otros productos derivados del tabaco.

Sólo podrán llevar marcas visibles aquellos artículos relacionados con el consumo de cigarrillos y productos derivados del tabaco, tales como ceniceros, encendedores u otros similares, destinados exclusivamente a consumidores mayores de edad.

Cuando los productos lleven marcas superiores a 25 cm<sup>2</sup>, los artículos deberán llevar impresa, de forma obligatoria, la advertencia general mencionada en el literal a), que ocupará un espacio igual al 10% del área de impresión de la marca;

**p)** Las empresas que elaboren bebidas alcohólicas no pondrán sus marcas, logotipos y diseños registrados para bebidas alcohólicas en ningún artículo que se comercialice a menores de 18 años;

**q)** Queda prohibida la entrega gratuita de cigarrillos u otros productos derivados del tabaco, excepto si dicha entrega se la hace como prueba de producto en locales cerrados cuyo acceso esté prohibido a menores de 18 años.

No obstante lo anterior, estarán permitidas:

(1) Las pruebas con consumidores adultos para fines de investigación de mercado;(2) La distribución limitada de muestras a profesionales del sector tabacalero;

(3) El reemplazo de productos defectuosos de los consumidores;

**r)** No se obsequiarán muestras de bebidas alcohólicas a menores de 18 años de edad como forma de promoción, en ningún ambiente o circunstancia;

**s)** Están prohibidas todo tipo de promociones relacionadas con la reducción del precio de los cigarrillos u otros productos derivados de tabaco;

**t)** Se prohíbe el patrocinio de eventos deportivos y de otro tipo semejante por parte de los fabricantes, importadores o distribuidores de cigarrillos o productos derivados del tabaco, con excepción de aquellos en los cuales el público adulto represente por lo menos el 75% de los asistentes y que todos los deportistas participantes sean mayores de 18 años;

**u)** Se permite el patrocinio de cualquier evento social, benéfico o cultural por parte de las compañías fabricantes, importadoras o distribuidoras de cigarrillos u otros productos derivados del tabaco, siempre y cuando el nombre de las compañías se utilice de manera claramente distinta al nombre de las marcas utilizadas para los productos de tabaco y no incluya ningún logotipo u otra marca distintiva utilizada para los productos del tabaco y sus derivados;

(DE 1206. Registro Oficial No. 233 / 21 de marzo de 2006)

\* **Art. 53.-** A fin de que se dé cumplimiento a lo establecido en el artículo 2, numeral 4 del Art. 4, numerales 2 y 3 del Art. 7 y el Art. 57 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la publicidad de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, se someterá a las siguientes normas: (Continuación)

\* **REFORMA:**

**Art. 1.-** Sustitúyase el artículo 53 por el siguiente: (Continuación)

**v)** Las compañías que elaboran bebidas alcohólicas no podrán auspiciar espectáculos cuyo contenido esté dirigido a los menores de 18 años de edad, así como tampoco podrán promocionar o auspiciar artistas menores de edad;

**w)** Queda prohibido todo pago directo o indirecto para la colocación de cigarrillos u otros productos derivados del tabaco, anuncios o artículos que lleven los nombres de las marcas de los cigarrillos en cualquier película, programa de televisión o cualquier otro medio semejante destinado al público en general;

**x)** Todo fabricante e importador de cigarrillos y productos derivados del tabaco deberá proporcionar anualmente al Ministerio de Salud Pública o a petición de la autoridad sanitaria nacional, cuando así lo requiera, información sobre los ingredientes utilizados en los productos comercializados en el Ecuador y los datos toxicológicos respecto a dichos ingredientes. Este reporte deberá ser provisto por el fabricante o importador en un formato que proteja los secretos industriales amparados por derechos de propiedad intelectual e industrial.

Las autoridades no permitirán el uso de ingredientes que, de acuerdo a normas científicas mundialmente aceptadas, aumenten el daño ya existente ocasionado por los productos del tabaco.

Todo fabricante e importador de cigarrillos y productos derivados del tabaco proporcionará al Ministerio de Salud Pública o a la autoridad sanitaria nacional, cuando así lo requiera, información respecto de los niveles de los componentes de humo para cada uno de sus productos. Esto incluirá información sobre los niveles de alquitrán, nicotina y monóxido de carbono para cada marca y variante de marca, según lo medido por las reglas de control de calidad mundialmente reconocidas, tales como las normas ISO. La información contendrá también los niveles para otros cuarenta componentes del humo, junto con la información de cada fabricante e importador respecto al método de medición utilizado para determinar estos niveles; información que estará sujeta a verificación por parte de la autoridad competente;



y) Queda prohibida la impresión de los niveles de alquitrán, nicotina y monóxido de carbono en las cajetillas y en la publicidad, según los resultados determinados a base de los métodos de prueba de máquina, tales como los que se utilizan en las normas ISO.

La información respecto a los atributos de los productos, incluidas palabras que describen la fuerza del sabor o el gusto como "lights" o "milds", se podrá incluir en el empaquetado del producto o en los anuncios publicitarios, siempre y cuando no se utilicen de una manera que sea engañosa para los consumidores. Tales descriptores deben ir acompañados de información a los consumidores que eviten cualquier malentendido o confusión acerca del uso de dichos términos;

z) Los productos de tabaco comercializados en las zonas libres de derechos de aduanas se someterán a las mismas normas detalladas en este Reglamento.

En cuanto al texto de las advertencias de salud, éste podrá ser en español o en inglés. Todos los empaquetados de estos productos deben llevar una leyenda que diga que son solo para ventas libres de derechos de aduanas."

(DE 1206. Registro Oficial No. 233 / 21 de marzo de 2006)

\* **Art. 54.-** Para efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el caso de cigarrillos, de los productos derivados del tabaco y de las bebidas alcohólicas, se aplicarán las siguientes normas:

a) Se prohíbe fumar cigarrillos, otros productos derivados del tabaco, así como consumir bebidas alcohólicas, en los siguientes lugares:

- Auditorios, teatros, cines, ascensores y coliseos cerrados.
- Oficinas y dependencias públicas.
- En el interior de salas de atención a pacientes y consultorios de hospitales, centros de salud y otros establecimientos similares, públicos y privados.
- Dentro de las aulas de escuelas, colegios e instituciones de educación superior, públicas y privadas.

- Dentro de iglesias, capillas y otros recintos destinados a las prácticas religiosas.
- Dentro de las aeronaves nacionales en rutas nacionales.
- Dentro de cualquier medio de transporte público, en todo el territorio nacional.

b) En hoteles y restaurantes deberá asignarse, en sus dependencias, zonas exclusivas para fumar, las cuales deberán estar claramente identificadas y contar con adecuada ventilación. Se prohíbe en dichos establecimientos la venta de cigarrillos, de otros productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas a menores de 18 años de edad.

Para el adecuado control, todo comerciante está obligado a colocar avisos visibles en los puntos de venta que expresamente señalen la prohibición de vender los productos mencionados a menores de edad. Además el comerciante deberá verificar la edad del comprador, exigiendo la presentación de la cédula de identidad o licencia de conducir.

c) No se venderán cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas dentro de las instituciones de educación pre-primaria, primaria, secundaria y superior, ni en los lugares de acceso a los mismos, ni en establecimientos de salud.

#### \* REFORMA:

**Art. 4.-** Sustitúyase el artículo 54 por el siguiente:

"**Art. 54.-** Para efectos de lo dispuesto en el Art. 59 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en el caso de cigarrillos, de los productos derivados del tabaco y de las bebidas alcohólicas, se aplicarán las siguientes normas:

a) Se prohíbe fumar cigarrillos, otros productos derivados del tabaco, así como consumir bebidas alcohólicas, en los siguientes lugares:

- Auditorios, teatros, cines, ascensores y coliseo cerrados.
- Oficinas y dependencias públicas.
- En el interior de salas de atención a pacientes y consultorios de hospitales, Centros de Salud y otros establecimientos similares, públicos y privados.



- . Dentro de las aulas de escuelas, colegios e instituciones de educación superior, públicas y privadas.
- . Dentro de iglesias, capillas y otros recintos destinados a las prácticas religiosas.
- . Dentro de las aeronaves nacionales en rutas nacionales.
- . Dentro de cualquier medio de transporte público, en todo el territorio nacional.

**b)** En hoteles y restaurantes deberá asignarse, en sus dependencias, zonas exclusivas para fumar, las cuales deberán estar claramente identificadas y contar con adecuada ventilación;

**c)** Se prohíbe la venta de cigarrillos de otros productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas a menores de 18 años de edad;

**d)** No se venderán cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas dentro de las instituciones de educación preprimaria, primaria y secundaria, ni en los lugares de acceso a los mismos, ni en establecimientos de salud.

Para el adecuado control todo comerciante está obligado a colocar avisos visibles en los puntos de venta que expresamente señalen la prohibición de vender los productos mencionados a menores de edad. Además el comerciante deberá verificar la edad del comprador, en caso de duda, exigiendo la presentación de la cédula de identidad o licencia de conducir."

(DE 1555. Registro Oficial No. 344 / 11 de junio de 2001)  
(Continúa)

\* **Art. 54.-** (Continuación)

**\* REFORMA:**

**Art. 2.-** Sustitúyase el artículo 54 por el siguiente:

"**Art. 54.-** Para efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el caso de cigarrillos, otros productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, se aplicarán las siguientes normas:

**a)** Se prohíben fumar cigarrillos y otros productos derivados del tabaco, así como consumir bebidas alcohólicas, en:

(1) Auditorios, teatros, cines, ascensores y coliseos cubierto.

(2) Oficinas y dependencias pública.

(3) Salas de atención a pacientes y consultorios de hospitales, centros de salud y otros establecimientos similares, públicos y privados.

(4) Aulas de escuelas, colegios e instituciones de educación superior, públicas y privadas.

(5) Iglesias, capillas y otros recintos destinados a las prácticas religiosas.

(6) Aeronaves nacionales en rutas nacionales.

(7) Medios de transporte público, cualquiera que fuese su tipo, en todo el territorio nacional;

**b)** En hoteles, restaurantes, cafés, bares y otros sitios de entretenimiento, los propietarios tendrán la opción de permitir o prohibir el consumo de tabaco, o proporcionar áreas separadas para los fumadores, las cuales deberán estar claramente identificadas y contar con adecuada ventilación a través de la colocación de equipos extractores de humo y olores;

**c)** En negocios particulares, empleadores y empleados determinarán una política sobre el consumo de cigarrillos o productos derivados del tabaco en el trabajo. Se debe proteger el derecho que tienen los no fumadores para trabajar en un entorno libre de humo, para lo cual se podrán designar áreas específicas para fumar;

**d)** Cualquier local en el que se permita fumar deberá tener obligatoriamente un letrero con una advertencia que señale lo siguiente: "El Ministerio de Salud Pública ha concluido que el humo del cigarrillo ocasiona enfermedades en los fumadores y no fumadores.";

**e)** Se prohíbe la venta de cigarrillos, de otros productos derivados del tabaco y de bebidas alcohólicas a menores de 18 años.

Para el adecuado control, todo comerciante está obligado a colocar avisos visibles en los puntos de venta que expresamente señalen la prohibición de vender los productos mencionados a menores de edad. Además, el comerciante deberá verificar la edad del comprador, en caso de duda,

exigiendo la presentación de la cédula de ciudadanía o la licencia de conducir;

**f)** No se venderán cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas dentro de las instituciones de educación pre primaria, primaria y secundaria, ni en sus lugares de acceso, ni en establecimientos de salud públicos o privados."

**Art. 3.-** A continuación del artículo 54, añádanse los siguientes artículos innumerados:

**"Art...-** Para efectos de lo dispuesto en el artículo 60 de la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor, en el caso de licencias para la comercialización de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco, se aplicarán las siguientes normas:

**a)** Será obligatorio para los importadores, fabricantes y distribuidores mayoristas de cigarrillos u otros productos derivados del tabaco, obtener una licencia para la comercialización de estos artículos. Esta licencia será concedida por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, MICIP, a través de la Subsecretaría de Industrialización;

**b)** Las entidades que operen bajo licencias estarán obligadas a vender productos legalmente fabricados e importados; a cumplir con la disposición de no vender a menores de edad; y a mantener registros de compras y ventas para informar con regularidad al Gobierno sobre tales actos. Las entidades que operen bajo licencias estarán sujetas a inspecciones periódicas de sus locales por parte de las autoridades competentes.

De igual manera, dichas entidades deberán llevar registros y controles precisos que permitan determinar el volumen de productos fabricados y/o importados al Ecuador. Las autoridades competentes estarán facultadas para inspeccionar sus instalaciones y verificar los registros durante el horario comercial ordinario, asegurando así el cumplimiento de la ley.

El incumplimiento de alguna de las normas de este Reglamento podrá sancionarse con el retiro temporal o permanente de la licencia de comercialización de cigarrillos u otros productos derivados del tabaco, sin perjuicio de aplicar las sanciones

previstas en las leyes y demás reglamentos que fueren aplicables."

**"Art...-** Las disposiciones contempladas en este Reglamento, en lo que hace referencia a la publicidad e información respecto de cigarrillos, productos derivados del tabaco y bebidas alcohólicas, serán controladas por la autoridad sanitaria nacional o provincial. Las sanciones a estas infracciones serán las previstas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y en el Código de la Salud." (DE 1206. Registro Oficial No. 233 / 21 de marzo de 2006)

**Art. 55.-** Las obligaciones del proveedor señaladas en el artículo 57 y otros de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor se entenderán cumplidas para cigarrillo, productos derivados del tabaco y para bebidas alcohólicas con la inclusión de la advertencia y el cumplimiento de las demás normas relacionadas con su comercialización y publicidad, contempladas en los artículos anteriores de este reglamento.

## CAPITULO XI

### CONTROL DE CALIDAD

**Art. 56.-** El INEN ejercerá el control de calidad de los bienes y servicios en los casos en que esta función no esté asignada a otros organismos especializados componentes.

**Art. 57.-** El trámite de homologación de registro sanitario previsto en el artículo 65 de la ley, se sujetará a lo dispuesto en el Código de la Salud y normativa supranacional vigente.

**Art. 58.-** En caso de que el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) compruebe técnicamente una defectuosa calidad de bienes o servicios, deberá remitir un informe a las autoridades competentes para que procedan de conformidad con lo previsto en el Art. 66 de la ley.

## CAPITULO XII

### INFRACCIONES Y SANCIONES

**Art. 59.-** La sanción general contemplada en el Art. 70 de la ley será aplicada a todas aquellas infracciones que no tengan prevista una sanción específica en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, se deberá respetar lo estipulado en el régimen y graduación de sanciones establecidos en los contratos de concesión válidamente celebrados con el Estado ecuatoriano u organismo público competente, siempre que sean mayores que las contempladas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

**Art. 60.-** Cuando la autoridad competente ordene la rectificación de una publicidad engañosa o abusiva, conforme lo dispuesto en el artículo 72 de la ley, durante la transmisión o publicación de la nueva propaganda deberá constar claramente la siguiente advertencia: "mensaje publicitario rectificado a petición de autoridad competente". Cuando se trate de publicidad audiovisual, la advertencia deberá mostrarse en la parte inferior de la pantalla durante la totalidad del tiempo en que se la transmite. Si el anuncio es de audio el aviso precederá al mensaje rectificado y, si es una propaganda por escrito, deberá ser de al menos el 15% del espacio total de la superficie.

**Art. 61.-** La sanción prevista en el Art. 79 se aplicará cuando el proveedor se niegue a proporcionar información o proporcionar información falsa, cuando fuere requerido por la autoridad competente dentro del proceso de juzgamiento de las infracciones a las normas contenidas en la ley.

**Art. 62.-** Las sanciones establecidas en el artículo 75 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor para la prestación de servicios defectuosos, no se aplicará con respecto a los servicios inmateriales.

**Art. 63.-** El proveedor de servicios públicos o privados no podrá efectuar cobro alguno por el mismo, durante el tiempo en que el servicio se encuentre interrumpido injustificadamente.

### DEROGATORIA

Se deroga expresamente el "Reglamento para el Control de la Venta y Consumo de Tabaco y Bebidas Alcohólicas", expedido mediante el Decreto Ejecutivo No. 1828, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 459 de junio 10 de 1994, con todas sus reformas.

### DISPOSICION GENERAL

Los reclamos y las quejas atinentes a las instituciones bancarias privadas que no correspondan a materias reguladas por la Ley de Defensa del Consumidor, serán sometidas para su conocimiento y pronunciamiento a la Superintendencia de Bancos.

**Art. Final.-** De la ejecución del presente reglamento que entrará a regir a partir de su promulgación en el Registro Oficial, encárguese el señor Ministro de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca.

Dado en el Palacio Nacional en Quito, a 9 de marzo del 2001.

# Si te sientes afectado **RECLAMA!!!**

para más información contactar  
a la **TRIBUNA DEL CONSUMIDOR** en:

**QUITO**

Edif. Gabriela Mistral calle Luis Cordero 1154  
entre Juan León Mera y Reina Victoria, Piso 7 ofic. 704.

Teléfonos: (593-2) 2528-430 / 2500-147

Fax: (593-2) 2565-020

E-mail: [tribuna@hoy.net](mailto:tribuna@hoy.net)

Campaña de los Derechos  
de los Consumidores y Usuarios

ISBN 978-9978-94-130-0



TRIBUNA  
ECUATORIANA DE  
CONSUMIDORES  
Y USUARIOS



**FRIEDRICH  
EBERT  
STIFTUNG**



ILDIS