

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA.

UNAN-Managua.

Recinto Universitario Rubén Darío.

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

Departamento de Derecho.



Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciados en Derecho.

Tema: Análisis Jurídico de las Acciones Civiles frente a los actos de Competencia Desleal en la legislación nicaragüense.

Autores:

- **Bismarck Velásquez Mendoza.**
- **Mario José Reyes Benavidez.**

Tutor:

- **Msc. Gavidia López.**

Managua-Nicaragua, Diciembre 2016.

A la libertad por la Universidad...!

Índice

Dedicatoria.....	5
Agradecimientos	6
Introducción	7
Antecedentes generales del Derecho de Competencia.....	8
Justificación	9
Objetivo General:	11
Objetivos Específicos:.....	11
Resumen	12
CAPITULO I Legislación actual que rige en relación al derecho del consumidor	
Ley 842 Ley de Protección de los Derechos de las personas consumidoras y usuarias.	14
1.1 Ley 842 de Protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.	16
1.1.1 Objeto de Protección.....	16
1.1.2 Importancia de la Ley 842.	19
1.1.3 Algunos aspectos de la Ley 842.....	21
1.1.4 Derechos que resguarda la Ley 842.	24
2. Ley 601 Ley de promoción de la competencia.	25
2.1 Origen y evolución del Derecho de Competencia en Centroamérica...25	
2.2 Historia del Derecho de competencia en Nicaragua.....	27
3. Avances del tema de competencia en Nicaragua.	28
3.1 Protección Constitucional de la Competencia.	29
3.2 Antecedentes de la Ley 601	29
CAPITULO II Legislación actual de la competencia desleal y las acciones civiles frente a estos actos según la Ley 601.....	
	31

2.1	Ámbito de Aplicación.	31
2.2	Definición de la competencia.	32
2.3	Tipos de competencia.	34
2.3.1	La competencia.	34
2.3.2	El Derecho de Competencia.	36
2.3.3	Normas reguladores del mercado.	37
2.4	Represión de prácticas restrictivas.	38
2.5	Aspectos de PROCOMPETENCIA.	41
2.5.1	Algunas Generalidades de PROCOMPETENCIA.	43
2.5.2	Estructura.	44
2.5.3	Rendición de Cuentas.	45
CAPITULO III Competencia desleal		46
3.1	Antecedentes históricos de la Competencia desleal	46
3.2	Definición de Competencia Desleal.	47
3.3	Prácticas restrictivas de la Competencia.	48
3.4	Clasificación de los Actos de Competencia Desleal.	49
3.5	Acciones civiles.	50
3.6	Procedimientos previstos en la legislación nicaragüense para la persecución de los actos de competencia desleal.	51
3.7	Recursos contra las resoluciones de PROCOMPETENCIA.	52
3.7.1	Prácticas prohibidas	53
CAPITULO IV Prácticas desleales de Comercio previstas en la Ley de Promoción de Competencia en la Legislación Nicaragüense.		56
4.1.	Aspectos generales de PROCOMPETENCIA	56
4.1.1	Formas de materialización de la competencia ilícita, fundamentos y relación con la propiedad Industrial.	58

4.1.2 Aspectos de coordinación de PROCOMPETENCIA con otras entidades públicas en materia de Competencia.	59
4.1.3 Criterios para investigar la conducta de Competencia Desleal.	59
4.1.4 Procedimientos previstos en la Legislación Nicaragüense para la persecución de los Actos de Competencia Desleal.	60
4.1.5 Recursos previstos en las Ley de PROCOMPETENCIA.	63
4.1.6 Ventajas de un mercado competitivo.	63
4.1.7 Desventajas de un mercado competitivo.	64
4.1.8 Análisis de los casos resueltos de PROCOMPETENCIA en el primer trimestre de 2016.	65
Conclusiones	67
Recomendaciones	69
Lista de Referencia	71
Anexos	74
Anexo 1 Entrevista.	75
Anexo 2 Análisis de los Resultados.	76
Anexo 3 Prácticas entre agentes competidores según Ley 601.	80
Anexo 4 Procedimiento de interposición de la denuncia establecido en la Ley 601.	81
Anexo 5 DISEÑO METODOLÓGICO.	82
Anexo 6 Matriz de descriptores.	84
Anexo 7 LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.	85
Anexo 8 Ley 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarías.	114

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por permitirnos culminar nuestros estudios, por darnos la sabiduría a todos los estudiantes y proveer las fuerzas para seguir adelante día a día y cumplir con el propósito de cada uno en la vida.

A la memoria de aquellos que han sido parte fundamental en el paso de los años de los cuales hemos aprendido la honradez, la persistencia y el valor de seguir adelante sin rendirse, por sus consejos y apoyo incondicional, pero ante todo a mi esposa Reyna Isabel Gudiel Obando, por ser la motivación para enfrentar los obstáculos que se nos han presentado en la vida y que he superado con su invaluable compañía.

A mi madre María del Carmen Mendoza Novoa, por ser un ejemplo de lucha y perseverancia en todo momento con su amor y apoyo en los momentos difíciles.

Bismarck Velásquez Mendoza.

Agradecimientos

A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, por ser como mi segundo hogar, donde pude formarme como persona y profesional, por ser el soporte principal en la obtención de conocimientos, los cuales me ayudaron a poder culminar mis estudios profesionales.

A todos los maestros que fueron forjadores en la vida académica y que hoy gracias a ese menester transmitieron en sus conocimientos el valor de la justicia y me formaron como profesional del Derecho.

De manera muy especial agradezco a mi profesora Msc. Gavidia López, por sus valiosos aportes, su dedicación, tiempo y consejos necesarios para la culminación de este trabajo.

Mario José Reyes Benavidez

Introducción

La Legislación Nicaragüense refleja la intención del legislador de proteger el derecho de la libre competencia, desde la primer Constitución Política Libérrima del año 1893, en la que se incorporó la prohibición de los monopolios en la industria agrícola, teniendo como fundamento el Derecho de Competencia. En la actualidad el Derecho de competencia se encuentra regulado mediante la Ley 601, Ley de Promoción de la Competencia.

La protección del consumidor es uno de los instrumentos más importantes de una economía social de mercado. De su buen funcionamiento depende que la verdadera libertad de elección, el trato justo y equitativo, predominen en las relaciones económicas y en el desarrollo del proceso competitivo.

No obstante, los derechos de los consumidores son vulnerados, ya que, al incurrir en prácticas de competencia desleal, los afectados no son únicamente los empresarios, sino también los consumidores, al cometer esas prácticas anticompetitivas, hay precios más elevados. Esto permite que existan más obstáculos para la libre circulación de bienes y servicios, lo que afecta la oferta y la demanda de los mismos, que limitan la opción del consumidor de elegir y, por ende, no existe variedad de productos o servicios y las calidades se verían afectadas para el consumidor final.

En cualquier mercado, seguramente, están presentes las conductas desleales, cuyas consecuencias son graves para la economía, principalmente para aquellas en vía de desarrollo, por distintas situaciones que van desde la evasión fiscal y de seguridad social, hasta los actos que producen daños al sistema económico, a los agentes económicos y a los consumidores y usuarios. Las prácticas de competencia desleal pueden ser desde las más simples, como la baja de precios para sacar del mercado a un competidor, hasta el acaparamiento de productos, para elevar precios y afectar la economía del consumidor.

Antecedentes generales del Derecho de Competencia

En el ámbito nacional el Derecho de competencia se ha venido desarrollando contra la producción de monopolios desde el año 1893 se han desarrollado investigaciones sobre la temática del derecho de competencia con respecto a los ámbitos: Administrativo, su impacto en el desarrollo de las MYPYMES, desde la perspectiva del derecho de marcas, de la propiedad intelectual y de la publicidad. (Arce & Guzman , 2014)

El origen de estos estudios radica esencialmente en el beneficio del empresario o los comerciantes, dejando apreciar que el Derecho de la competencia es un pilar para el beneficio de los consumidores.

En el año 2014 el Instituto de Promoción de la Competencia, con la contribución del gobierno suizo, realizó una investigación con el objeto de analizar si existen barreras, que perjudican el desarrollo de las MYPYMES, concluyendo, que las MYPYMES enfrentan deficiencias en el mercado, debido a sus finanzas y la falta de innovación e investigación, por ende, no logran cumplir como competidores potencialmente altos, sino intermedios. (Zelaya & Avendaño, 2014)

En el 2006 se realizó un análisis de la competencia desleal desde el punto de vista de la publicidad comercial, concluyendo que Nicaragua no tiene un régimen autónomo con respecto a la publicidad comercial. (Borge & Castillo, 2003)

En el 2007 se analizó el Derecho de Marcas y la relación de este con la competencia desleal y los derechos de los consumidores, concluyendo que en Nicaragua la ley que regula la competencia favorece más al empresario, sin tomar en cuenta la vinculación que existe entre el Derecho de los consumidores y el Derecho de la competencia. (Rubio & Hernandez, 2007).

Justificación

En Nicaragua la protección del consumidor y de la competencia la realizan autoridades distintas. Las reformas a la Constitución de 1893, la Libérrima es la primera, en incluir un artículo relacionado con la libre competencia el artículo 64 literalmente dice que: Todo monopolio que ataque la industria agrícola será prohibido luego la Constitución de 1905 generaliza de manera radical la prohibición contra los monopolios, no distingue entre lo público y lo privado en su artículo 43 dice: Es prohibido todo monopolio, posteriormente en la Constitución de 1911 se precisa, en el artículo 61: Que la prohibición solo será para los monopolios en interés privado, en ese mismo sentido, las Constituciones de los años 1939, 1948 y 1950 se desarrollan otros principios afines a la libre competencia y se conserva la prohibición a los monopolios privados. (Arguello & Incer, 2010).

Según la reforma a la Constitución del año 1987, en el artículo 99 y 104 precisaron un concepto de prohibición de monopolio con esta última reforma realizada en función de la competencia (2014) deja en claro la defensa de la competencia y la prohibición a la creación de los monopolios que afecten el comercio y a los consumidores a quienes se les reconoce que las prácticas de competencia desleal pueden afectar los intereses colectivos (a los consumidores y empresarios) y otorga a PROCOMPETENCIA la potestad de conocer de ellas.

La Ley 601, Ley de Promoción de la Competencia, en el artículo 23: Se considera Competencia desleal todo acto o conducta realizada por agentes económicos en el ejercicio de una actividad mercantil, que sea contrario a los usos y prácticas honestas en materia comercial. Se prohíben los actos o conductas de Competencia desleal (Orúe Cruz, 2008).

Se considera trascendente realizar esta investigación, para analizar las acciones civiles frente a los actos de competencia desleal, así como las consecuencias que las prácticas de competencia desleales pueden traerles a los consumidores cuando son realizadas reiteradamente.

La investigación aportará un análisis jurídico, algunos alcances del Derecho de Competencia, así como su implicancia en el derecho de los consumidores.

Objetivo General:

- Analizar las Acciones Civiles en respuesta a los actos de Competencia Desleal en la Legislación nicaragüense.

Objetivos Específicos:

- Establecer el marco jurídico que regula las Acciones Civiles en relación al derecho del consumidor (Ley 601 Ley de Promoción de la Competencia y Ley 842 Ley de Protección de las Personas Consumidoras y Usuarias).
- Explicar aspectos generales sobre la competencia desleal y las normas que la regulan en la legislación nicaragüense.
- Determinar las diferentes acciones civiles de los consumidores y usuarios en función de la competencia desleal en la legislación nicaragüense.
- Formular propuestas que contribuyan en la concientización y prevención de los actos de competencia desleal.

Resumen

Las transacciones de bienes y servicios se dan casi de manera instantánea, y en la medida que estas sean más ágiles, se obtendrán mayores beneficios económicos, sin embargo, al momento de surgir un conflicto entre los agentes del comercio, los consumidores y la economía particular del usuario, la respuesta debe responder en igual condición que la actividad económica. De tal manera los procedimientos para dirimir las controversias deben ser lo más expeditos para tales fines y contar con una solución definitiva.

Los procesos administrativos, el proceso jurisdiccional y el proceso alterno debe ser más explícito, que permitan al consumidor y usuario adecuarse a los mismos a la realidad económica y jurídica de Nicaragua.

En el Capítulo Uno, explica a través de un recorrido histórico como surgieron hasta el día de hoy los derechos del consumidor y los antecedentes que conllevaron a la aprobación de la Ley actual Ley 842, Ley de Protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, así como también la evolución del Derecho de competencia en Centroamérica, el origen del Derecho de Competencia en Nicaragua con sus avances y limitaciones.

En el segundo capítulo aborda el análisis de la Ley 601, Ley de Promoción de la Competencia, ámbito de aplicación y las acciones civiles frente a los actos de competencia desleal, las funciones del Instituto Procompetencia de Nicaragua y su estructura.

En el tercer capítulo brinda una breve reseña histórica de la competencia desleal desde la revolución francesa, hasta el origen de la competencia desleal en Nicaragua, los tipos de procedimientos establecidos en la Ley 601, Ley de Promoción de la Competencia, en los cuales tienen los consumidores derechos a ejercer acciones civiles frente a los actos de competencia desleal.

En el Cuarto Capítulo explica algunas experiencias, en la aplicación de la Ley 601, Ley de Promoción de la Competencia, ventajas y desventajas de un

mercado competitivo y un análisis de casos resueltos por el Instituto Procompetencia.

Con esta investigación se pretende formular estrategias en la aplicación del procedimiento establecido en respuesta a los actos de competencia desleal. La perspectiva de esta investigación es lograr que se comprenda el alcance del Derecho de Competencia, el cual no se limita a los intereses de los empresarios, sino también a los intereses colectivos de los consumidores.

Las afectaciones con este tipo de conductas desleales, desde el consumidor, el empresario o el sistema económico como tal, asimismo, se procederá a realizar un estudio de los mecanismos previsto en la legislación nicaragüense, para la persecución de estos actos desleales, las sanciones que establece el legislador para evitar o disminuir este tipo de prácticas que atentan contra la Ley, la buena fe, las buenas costumbres mercantiles y la igualdad de oportunidades por maniobras desleales.

CAPITULO I Legislación actual que rige en relación al derecho del consumidor Ley 842 Ley de Protección de los Derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Según el experto G. J Tórrez en entrevista realizada el 16 de septiembre 2016 explica que: En Nicaragua apareció realmente una Ley después del triunfo de la revolución del año 1979, en el área del Derecho de consumo, se promulgó una Ley de consumo alrededor de los años 1980, con el objetivo de restringir un poco la venta de productos, bienes y servicios, para poder establecer cálculos económicos que no existían, para distribuir equitativamente esos productos en todas las zonas del país, no era una Ley de protección al consumidor, porque esta solamente venía a dar una cierta protección a los pocos productos que habían y poder así establecer de una mejor manera los recursos que se tenían en la época para resolver los problemas de distribución en el país.

Posteriormente a mediados del año de 1986, hubo otra Ley sobre el registro de consumo del consumidor, con la finalidad de que a algunos productores, a quienes el Estado les proveía un préstamo para que pudieran producir, debido a la falta de insumos en el país, el Estado les proporcionaba los insecticidas y demás insumos para que los productores pudieran producir y posteriormente devolver al Estado parte de la producción cosechada, para que este redistribuyera nuevamente a otros productores, sin embargo hubo problemas en ese aspecto, porque los productores en un momento decían de que estos insumos y productos se comercializaban en el mercado negro.

La Constitución Política de Nicaragua, no contiene disposiciones determinadas referente a lo que se denomina como Competencia desleal, no obstante, de esta forma se desglosan varios deberes del Estado relativos a la competencia, en donde se refleja el compromiso que éste tiene para garantizar un buen funcionamiento y desarrollo de nuestro país.

Dentro de estos deberes está, el artículo 98: Que establece que la función principal del Estado en la economía, es: Desarrollar materialmente el país,

suprimir el atraso, y mejorar las condiciones de vida del pueblo, realizando una distribución cada vez más justa de la riqueza (Palacios González, 2013).

Ahora bien (Orúe, 2008) expone como se debe de interpretar este artículo constitucional en relación a la Ley de Promoción de Competencia:

En el artículo anterior, se logra identificar una disposición expresa en relación al sistema económico imperante en el país, que es el de la economía de libre mercado, fundamento de la libertad de empresa. En donde el sistema garantiza la coexistencia de diversas formas de propiedad y de gestión económica y empresarial, tales como la propiedad estatal y privada y además la propiedad cooperativa, asociativa, comunitaria y mixta.

Algo interesante de destacar, sobre lo dispuesto en la Constitución Política, es el hecho que los legisladores realizan además una clasificación de las Empresas privadas, afirmando que pueden ser grandes, medianas, pequeñas, micro empresas, empresas cooperativas y asociativas.

En el código de Comercio según el artículo 48: Se reputa como comerciante al por menor el que solo vende directa y habitualmente al consumidor.

Incluso, la Ley de Promoción de la Competencia en concordancia con lo dispuesto en el artículo constitucional anterior, engloba las diversas formas de gestión económica y empresarial, refiriéndose a la figura del agente económico, mismo que es definido: como toda persona natural o jurídica, sea esta última pública, privada o mixta o cualquier forma de organización, tenga o no fines de lucro, que realice actividades económicas. Según lo dispuesto en el Código de Comercio se establecen los requisitos a cumplir para ser considerado empresario (comerciante).

El artículo 6: Establece que los requisitos para la constitución del empresario son: ocupación ordinaria y profesional; a lo cual se debe incorporar el requisito de capacidad jurídica previsto en el código civil. (Pág. 27-28).

González (2014), describe cuando los competidores luchan por la captación de los clientes se está tratando de competencia. No obstante, para que ello sea considerado así, se deben seguir pautas que indiquen el camino correcto a un

empresario, dichas pautas deben ubicarse en las prácticas leales según lo establecido por las leyes respectivas. Aunque en ocasiones no son debidamente aplicadas, ya que utilizan otros medios para que los consumidores opten por el producto o servicio basándose en prácticas deshonestas. Tales medios son considerados desleales, lo cual se convierte en un ilícito. (Pág.13).

1.1 Ley 842 de Protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

1.1.1 Objeto de Protección.

En el marco Jurídico de Nicaragua, Tórrez (2014), expone los antecedentes de la Ley de Consumidor, iniciando en el año 1980, mediante el Decreto 323 del 22 de febrero en plena época revolucionaria se publica la primera Ley de defensa de los consumidores, la cual estaba dirigida a regular los precios de la materia prima, insumos y otros productos elaborados en Nicaragua.

Luego se promulga la Ley creadora del Registro de los Consumidores, por el decreto No 150 del 21 de enero del año 1986, cuyo fin era garantizar la adecuada distribución de los productos básicos al pueblo consumidor en cada una de las regiones y zonas especiales del país.

Dotando al Estado de un sistema de control afín de garantizar una planificación adecuada del acopio y distribución de los principales productos de consumos básicos, para evitar la duplicación en el abastecimiento en algunos sectores, así como también el establecimiento de los lineamientos para una distribución razonable de los bienes de consumo por los canales establecidos por el gobierno de la época, donde surgió la necesidad emergente por la guerra interna y el bloqueo económico que sufrió el país.

Específicamente en lo establecido en la Ley 842 Ley de Protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias aprobada el 27 de septiembre de 1994 publicada en La Gaceta No. 213 del 14 de noviembre de 1994.

En referencia a los antecedentes históricos de la ley de consumidores antes mencionada, para poder relacionarlo con el Derecho de competencia y las acciones civiles en contra de la competencia desleal.

Partiendo desde el punto de vista los consumidores carecen de facultad de apreciación en el momento que adquieren bienes o servicios, los consumidores se ven en la imposibilidad de negociar (Orúe, 2014)

Por esa situación, es que se hace necesario la regulación por medio de normas que permitan garantizar el uso o consumo de bienes o servicios que no pongan en riesgo a los consumidores. Sin embargo, no solo se requieren de normas, también se necesita una labor educativa que oriente a los consumidores, siendo importante que los empresarios se preocupen por contribuir a mejorar los bienes o servicios que ofertan (Orúe, 2014)

Se hace indispensable las disposiciones que aseguren la libertad de promoción del Derecho competencia, para que se asegure la abundancia de los oferentes.

Nicaragua tiene un régimen jurídico de protección al consumidor, como lo es la Ley de Protección de los Derechos de las personas Consumidoras y Usuarias, sin embargo, en primer lugar, la Constitución Política de Nicaragua, en su artículo 105 establece: El Principio General de Protección al consumidor, el cual dispone: Es deber del Estado garantizar el control de calidad de bienes y servicios y evitar la especulación y el acaparamiento de los bienes básicos de consumo.

Piris (2000), demuestra que para poder llegar a acceder al derecho de los consumidores como se conoce en la actualidad se tuvo que transcurrir por varias etapas expone que en sus inicios el concepto de consumidor estaba ligado al comprador de productos alimenticios y farmacéuticos, llegándose con el tiempo a una concepción más amplia del consumidor como sujeto del tráfico económico frente a la empresa organizada, con lo cual se perfila la idea del consumidor final de bienes y servicios para uso privado.

En este sentido hoy se podría definir al consumidor, básicamente, como toda persona física o jurídica que adquiere bienes (cosas o servicios) como

destinatario final de los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado. En otras palabras, es el último eslabón en la cadena de producción-distribución-comercialización.

La problemática jurídica de la protección del consumidor se centra en la noción de la libertad contractual, que data del Código de Napoleón, porque en este ámbito el Estado interviene en el juego de la contratación no con el objeto de resguardar un interés público, sino privado.

Esta problemática empieza a evidenciarse hace no más de tres décadas. Específicamente el Derecho del consumidor empieza a desarrollarse en el mundo jurídico a partir del reconocimiento del status de consumidor y de las especiales aristas que empiezan a perfilarse en la relación de consumo y que hacen posible diferenciarla de las tradicionales relaciones jurídicas civiles o comerciales. (Pág. 23).

Así, el Derecho del consumo o Derecho del consumidor, implica un conjunto de normas que surgen del poder público y que están destinadas a proteger al usuario o consumidor de bienes y servicios, confiriéndole en la relación con los vendedores, proveedores, una serie de derechos y asimismo de obligaciones que lo ponen en un plano de igualdad jurídica en el tráfico de bienes y servicios del mercado.

Básicamente, el Derecho del consumidor busca establecer y proteger los Derechos de cada consumidor, a fin de evitar que los proveedores con carácter especialmente de grandes empresas y corporaciones afecten los pequeños y medianos negocios que ofertan bienes y servicios.

PROCOMPETENCIA (2009), expone la necesidad de proteger al consumidor de las grandes empresas que abusan de su poder sobre ellos de manera inapropiada, ya sea alterando los precios, bajando la calidad del producto, no cumpliendo con lo prometido en las etiquetas, no facilitando todos los servicios prometidos al consumidor, no alertándolo de las condiciones generales que están establecidas en el contrato para que el consumidor tenga la información necesaria para poder adquirir bienes y servicios.

Por otra parte, el Derecho del Consumidor debe procurar que se cumplan los estándares mínimos de calidad de los bienes y servicios que se brindan al consumidor, también le tocará: atender en materia de regulación de la publicidad y las ofertas que se dirigen al público consumidor, establecer procedimientos especiales con el objetivo que los consumidores puedan defenderse en los organismos públicos que se creen con el fin de protegerlos, convenir las infracciones de los productores y las correspondientes sanciones, entre otras.

Aunque en los medios de comunicación social se les da cabida a todos los sectores, en la práctica la libertad de expresión no suele ejercerse en el sentido amplio, pues a pesar de que exista una infinita cantidad de industrias de la comunicación, éstas en su mayoría trabajan bajo un mismo patrón de contenidos, pero presentados de diversas formas y empleando determinados formatos.

Cuando existen medios que divergen de esta estructura, éstos se mantienen bajo la incertidumbre de desaparecer por presión de los grandes monopolios, o finalmente terminan integrándose al modelo de la mayoría.

Al respecto Barrios (1999) expresa:

La industria cultural puede darse el lujo de ser tolerante con la oposición y permitirle que haga uso de sus medios. Al fin y al cabo, el trabajo ideológico de esta industria rinde sus frutos, y la masa sabe interpretar lo que rompe con sus esquemas aprendidos, como un signo de locura y una amenaza a su tranquilidad, por lo cual procede a rechazarlo sin sentirse forzada a hacerlo. (Pág. 46).

1.1.2 Importancia de la Ley 842.

La Ley 842, busca promover un marco legal de protección al consumidor, es una herramienta, la cual a través de su aplicación contribuye a atender y proteger los derechos de las personas consumidoras y usuarias. Cabe mencionar que dicha regulación es de orden público y los derechos consagrados en ella son

irrenunciables ya que a dichos derechos los eleva a carácter de derechos humanos, por lo cual los vuelve derechos inalienables desde este punto de vista.

El Derecho de Consumo surge dentro de los Derechos Constitucionales de tercera generación Los Derechos Humanos y su defensa, para proteger la colectividad humana y no tiene nada que ver en su esencia con la persona jurídica. Todo se debe a una tendencia de corriente española en la buena intención de proteger a las pequeñas empresas ante el gran capital. Lo que es justo y necesario, más no lógico de incluirlo dentro del Derecho de Consumo. Existiendo otras ramas del Derecho que tienen la naturaleza y principios como para tutelar a estas personas jurídicas más frágiles de manera efectiva. (El Nuevo Diario, 2015).

Se identifica el interés de protección del Estado en un ser humano, de igual manera la protección de una persona jurídica (por ejemplo, una microempresa) que actúa con interés pecuniario en prestación de bienes y servicios. Lo que no es verdad. Igualmente se confunde el papel en el que actúa esa microempresa, dependiendo de la conveniencia, hoy como consumidor ante un proveedor (otra empresa), mañana como proveedor para gozar de beneficios como empresa, y así la lista de confusiones y roce de papeles ante el mercado y su constitución. (Nuevo diario, 2015)

La ley 842, Ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias (2013), establece en el artículo 1 tiene el objetivo, el cual está dividido de la siguiente manera:

- El establecimiento de la normativa legal que protege los derechos de las personas (naturales o jurídicas) que son consumidoras de bienes o servicios, procurando que se actué con equidad, certeza y seguridad en las relaciones entre consumidores y personas proveedoras de bienes y servicios públicos, privados, mixtos, individuales o colectivos.
- La garantía a los consumidores y usuarios de que se adquieran bienes o servicios de la mejor calidad; sin embargo en este sentido la calidad del servicio es proporcional al precio, considerando esto este artículo puede interpretarse de tal forma que los consumidores y usuarios tengan acceso

a servicios o bienes de buena calidad, o al menos las necesarias y requeridas, dejando a la opción del usuario o consumidor, el derecho a optar a distintos tipos de calidades que se ajusten a sus realidades.

- La promoción y divulgación de una cultura de consumo responsable, respetuoso y una educación sobre los derechos de las personas consumidores y usuarias; en pocas palabras evitar que se incurra en la pérdida del control del consumo por parte de los usuarios y consumidores.

Esta norma regula los actos bajo relación de consumo o hasta en una etapa previa a esta relación, siendo su aplicación dentro de nuestro territorio nacional, aplicar a todos los proveedores, sean personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeros. (Orúe, 2014)

La Legislación de Competencia: tiene la misión de proteger, la libre competencia en los mercados locales y externos, que generen incentivos para las empresas apegándose a las reglas apropiadas que permitan tener una posición de dominio sobre el mercado como el abuso de posición de dominio, concentración, práctica predatoria. (Arce & Guzman, 2014)

1.1.3 Algunos aspectos de la Ley 842.

El Estado tiene el interés de compensar la inferioridad con respecto al consumidor, ya que la Ley 842 es de orden público e interés social. (Orúe, 2014)

El usuario consumidor resulta ser la parte más débil de la relación, pues en los hechos no existe la mentada igualdad económica y social que permita la paridad de condiciones para negociar; hay un marcado desnivel que el derecho del consumidor pretende igualar, protegiendo a la parte más débil del negocio.

Y en esta asimetría la inmediatez se transforma en una garantía de acceso a la justicia para los consumidores y usuarios (Saij, 2015).

Uno de los aspectos que se determina en esta ley, es el principio *Indubio Pro consumidor*, es decir que la interpretación de las cláusulas en un contrato, sea la más favorable para el consumidor. (Orúe, 2014)

Siendo que este principio es aplicable ante una relación de un proveedor y un consumidor, independientemente del bien o servicio que se está ofreciendo.

Teniendo a la vista lo que contempla el Código de Comercio en su artículo 6 en cuanto a quien se considera comerciante y lo dispuesto en el artículo 5 de la ley 842, que establece el proveedor, puede ser toda persona natural o jurídica, pública o privada que desarrolla actividades relacionadas con la actividad empresarial de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización entre otras.

Con respecto al concepto del Consumidor el mismo artículo 5 lo define, como toda persona natural o jurídica que adquiera, use o disfrute bienes o servicios de cualquier naturaleza, sean privados o públicos. Es notable que se toma en cuenta la personalidad jurídica de la persona en este concepto.

Partiendo de estos conceptos, los derechos de los consumidores, están conformados por los siguientes (Orúe, 2014):

- Derecho a la seguridad: Es aquel que regula el derecho a la salud y a la seguridad en el consumo de bienes y servicios, incluyendo lo concerniente a los reclamos por negligencias, protección de la vida, seguridad y bienes en el uso de medios de transporte.
- Derecho a la información: A que los consumidores y usuarios reciban una información oportuna, clara y adecuada sobre los bienes o servicios.
- Derecho a la Educación: Este derecho refiere a aspectos de formación en los consumidores con respecto al derecho de consumo.
- Derecho al medio ambiente: A que los bienes o servicios que se ofertan no menoscaben o lesionen la seguridad y la salud de los consumidores ni perjudiquen el medio ambiente.
- Derecho a la reparación: Esto refiere a que el proveedor responda de los daños y perjuicios que produzcan los bienes o servicios que el ofrece.
- Derecho a ser escuchado: Constituirse como agrupación de consumidores, a acudir a las instancias administrativas y jurisdiccionales para que sus derechos estén protegidos.

- Derecho a la protección y promoción de los intereses económicos: A tener un trato equitativo sin abusos.

Cabe destacar el hecho que esta Ley 842, regula la protección contractual, sin embargo, es necesario mencionar que los contratos por parte de los acreedores son de carácter unilateral, el consumidor no opina con respecto a sus estipulaciones solo tiene las opciones de rechazarlas o aceptarlas.

Según el Artículo. 2437 del Código Civil: Los contratantes pueden establecer los pactos, cláusulas y condiciones que tengan por conveniente, siempre y que no sean contrarios a las leyes, a la moral, ni al orden público.

En los contratos de microcréditos, tendrán derecho a pagar o cancelar sus créditos de forma anticipada sin penalidad alguna, para tomar esto como un ejemplo una de entre tantas situaciones en los cuales por el desconocimiento de la Ley que resguarda y garantiza sus derechos como consumidor o usuario se ven afectados por no hacer uso de las disposiciones normativas que el legislador creó para garantizar una libre competencia que no afecte la economía de los consumidores.

La falta de conocimientos de los consumidores con respecto a la Ley 842 y su reglamento los vuelve vulnerables, en el uso de cláusulas abusivas en las estipulaciones formuladas en beneficio de los proveedores, violentando los derechos de los consumidores.

En Nicaragua, cualquier persona interesada puede pedir la constatación y declaración del carácter ilícito de un presunto acto de competencia desleal e iniciar la acción en su contra, adicionalmente podrá iniciar acción cualquier asociación u organización representativa de algún sector profesional, empresarial o de los consumidores. Además de estas acciones existen acciones civiles y penales (artículos 31 y 32, Ley 601).

Los actos de competencia desleal prescriben a los dos años contados desde que se tuvo conocimiento del acto o a los cinco años contados desde la última vez que se cometió el acto.

1.1.4 Derechos que resguarda la Ley 842.

Según Instituto Nicaragüense de la Vivienda Urbana y Rural (2014), dentro de los derechos que tienen los consumidores nicaragüenses en la Ley 842, se establecen los siguientes:

- Seguridad, protección de la salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, y en relación a su vida cuando haga uso de los servicios de transporte terrestre, acuático y aéreo, con derecho a recibir indemnización cuando fueren afectados.
- Educación al Consumidor, del Estado y asociaciones mediante campañas y actividades educativas con la finalidad de mantener informados a los consumidores sobre la calidad de los productos, seguridad y riesgos.
- Información, veraz, clara y adecuada sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado.
- Trato equitativo, y no abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios.
- Indemnización, reparación integral, oportuna y adecuada de los daños y perjuicios sufridos y que sean responsabilidad del proveedor.
- Ser Escuchado, exigir el cumplimiento de las promociones y ofertas cuando el proveedor no cumpla.
- Constituir Asociaciones, asociarse y constituir agrupaciones de consumidores.
- Reclamar al Estado, acceder a los órganos administrativos o judiciales correspondientes para la protección de sus derechos y legítimos Intereses.
- Reclamar a las instituciones del estado la negligencia por los servicios Públicos prestados y que hayan producido un daño directo al consumidor.
- Medio Ambiente Sano, su preservación, para que sea adecuado, que garantice la conservación y desarrollo de los recursos naturales.

2. Ley 601 Ley de promoción de la competencia.

Esta ley de Promoción de la competencia, fue aprobada en el mes de octubre del año 2006 y entró en vigencia a partir del mes de junio de año 2007, uno de sus objetivos es garantizar la eficiencia del mercado, el bienestar de los consumidores, además de prevenir, promover una cultura de competencia en la economía de libre mercado y para poder comprender es necesario realizar un pequeño recorrido histórico de como ha venido evolucionando el Derecho de competencia en Centroamérica y en el país.

2.1 Origen y evolución del Derecho de Competencia en Centroamérica

Cáceres & Díaz (2014) Explica la evolución histórica que ha tenido el Derecho de competencia en Centroamérica:

A partir de la década de los noventa, Centroamérica ha sido escenario del florecimiento de leyes que promueven la libre competencia en sus mercados sean estos locales, nacionales e internacionales, parte fundamental de la promulgación ha permitido establecer grandes avances económicos en la región y en los países que han hecho la expedición de estas normas para promover la libre competencia de mercados.

La dinámica gubernamental a través de la voluntad legislativa ha analizado la elaboración e incorporación de las nuevas leyes, así también la reforma de las anteriores y la creación de instituciones y mecanismos necesarios para su ejecución. Tal es el caso de las autoridades de la competencia dotadas de funciones administrativas y en algunos casos, de funciones judiciales (Pág. 7).

Consecuentemente la aplicación del Derecho de la Competencia se debe a dos procesos: Uno de carácter político que declara el interés del legislador por instaurar las normas que admitan regular los actos de comercio y el segundo de

ámbito económico en el que se basa el desarrollo económico del crecimiento de la economía y además que la finalidad de los modelos era promover la industrialización de las economías eminentemente dotadas de un retraso productivo en los países centroamericanos, mismos que poseen una industria incipiente con respecto al modelo internacional, en materia de competencia. (Cáceres & Díaz, 2014)

La competencia económica genera bienestar a la sociedad, puesto que los recursos se aprovechan en un máximo, ya que los consumidores tienen acceso a comprar productos o contratar servicios a aquel productor o comerciante que satisfaga sus necesidades, en lugar de depender de un monopolista que, al no tener competencia no teme perder clientes y posibles ventas por la constante amenaza de otro fabricante (Ochaita, 2016).

Es importante destacar que durante este periodo de sustitución de importaciones por consumo de productos elaborados por mano de obra nacional, se efectuaron grandes avances que promovieron cambios trascendentales en elevar la producción nacional, donde este crecimiento desarrolla nuevos campos en las necesidades de los consumidores y usuarios siendo así que la urbanización, las nuevas demandas de mejores estándares en la educación y un esfuerzo por ampliar la cobertura en salud, son una necesidad para mejorar las condiciones para avanzar hacia la industrialización.

Ante estos aspectos de intentar transformar la estructura de producción de tendencia importadora a sustituir ese modelo de dependencia en la producción de productos primarios que no generaban valor agregado a la producción y por tendencia a comercializarse más baratos, en búsqueda de producir bienes con un mayor valor agregado que generaran mayor margen de rentabilidad. Sin anticipar cambios que surgieran inesperados en la fluctuante implementación de los sistemas productivos, se produjo un fenómeno de mercados altamente concentrados e ineficientes, que golpeó por la alta inflación y el decrecimiento económico, originando una crisis en la deuda externa. (Cáceres & Díaz, 2014).

Para interpretar con una mayor eficiencia estas economías, era necesario mantener el control de la disciplina en la política macroeconómica, liberar el sistema financiero y hacer una apertura crediticia, de esta manera se cambia la matriz comercial, se privatizan las instituciones, se desregula la economía en aspectos tributarios y fiscales para promover la inversión extranjera directa, de nada serviría abrir las puertas al mercado internacional mientras existan restricciones a la competencia en el mercado interno.

2.2 Historia del Derecho de competencia en Nicaragua.

Analizando los orígenes institucionales del Derecho de Competencia, la Constitución Política de Nicaragua de 1893 y su reforma de 1896, establece por primera vez, algunos preceptos de Derecho Constitucional Económico, particularmente el Título V incorpora en el texto el establecimiento de derechos y garantías considerados fundamentales, para el buen funcionamiento del mercado y del modelo de libre empresa.

El artículo 64 establece literalmente: Todo monopolio que ataque la industria agrícola será prohibido. Esta disposición registrada por primera vez en la historia constitucional viene a significar un fundamento primario de Derecho de la Competencia en la Nicaragua de la época.

Con este mismo principio, la Constitución Política de 1905 en el artículo 43, amplía y generaliza la prohibición: Es prohibido todo monopolio, y la reforma constitucional de 1911 agrega: Es prohibido todo monopolio en interés privado.

En 1939 la Constitución Política en el artículo 39, continúa con nuevos preceptos que extienden su alcance y trascendencia donde expresa: Se prohíben los monopolios en interés privado y toda clase de acaparamiento industrial o comercial e incluye que solo la ley puede establecer monopolios y estancos del Estado en exclusivo interés nacional.

En la Reforma Constitucional de 1974, establece que: Se prohíben los monopolios en interés privado y toda clase de acaparamientos industriales y comerciales. Asimismo, se prohíbe el otorgamiento de concesiones que significa la constitución de monopolios sobre las riquezas naturales del Estado.

Es decir, el interés público de la acción de participación del Estado encaminada a impedir toda práctica o tendencia monopolizadora; sólo es exclusivo al interés nacional donde la ley puede establecer los monopolios a favor del Estado o los Municipios (artículo 67).

3. Avances del tema de competencia en Nicaragua.

En 1998, con la transformación de las estructuras del Estado, se otorgó al Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC), del Gobierno de Nicaragua, la facultad de impulsar la actualización del marco jurídico y las disposiciones administrativas que regularán la actividad económica nacional específicamente se le encomendó la tarea de promover la libre competencia, la eficiencia y defensa de los derechos del consumidor, creando para ello la Dirección General de Competencia y Transparencia en los Mercados, dándole un mayor dinamismo a la economía interna en el país.

Así el artículo 113 del Reglamento de la Ley 290 faculta a la Dirección General de Competencia y Transparencia en los Mercados, otorgan funciones y actividades que contribuyeran a prever, apoyar y aplicar la legislación en materia de Competencia, se emprendió la tarea de promover la política de competencia y ejercer la abogacía de competencia a través de la emisión de opiniones en el ámbito legislativo y económico orientadas a impedir la formación de obstáculos o barreras administrativas en las leyes y normativas en proceso de formación y aprobación.

Ley de Organización y competencia y procedimiento del poder ejecutivo, decreto 71-98.

3.1 Protección Constitucional de la Competencia.

Ley No. 601 Ley de Promoción de la Competencia, Aprobada el 28 de Septiembre del 2006 Publicada en La Gaceta No. 206 del 24 de Octubre del 2006 en su marco Jurídico hace referencia a lo relacionado en todo lo que compete a la Promoción de la Competencia teniendo como fundamento La Constitución Política de Nicaragua, la cual en su Título VI, Capítulo I: artículos 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104 y 105, refieren al tipo de modelo económico que se busca desarrollar en el país, así como al papel del Estado y de los particulares en la promoción y consecución de dicho modelo.

El artículo 99 de la Constitución Política, garantiza la libertad de empresa, el artículo 104: Promueve la iniciativa de libre economía, garantizando la libertad de empresa; en general esto refiere a la libertad de empresas que cada persona ejerce o brinda en el ejercicio de las actividades económicas.

Es necesaria la presencia del Estado, con el fin de garantizar el libre acceso al mercado de todas aquellas personas que reúnen los requisitos necesarios para el ejercicio de este derecho.

Desde el punto de vista jurídico la libertad de empresa tiene un límite, el cual es intrínseco, cuando es regulado por la misma economía de mercado y límites extra intrínsecos, cuando se refiere a lo dispuesto en la constitución y el resto de las leyes. (Orúe, 2014)

En síntesis, la Constitución Política, reconoce la libertad de empresa en cuanto es un motor de desarrollo, pero establece ciertos límites que, por razones de bien común, puede imponer el Estado al ejercicio de dicha libertad. La Ley 601, Ley de Promoción de la Competencia, se inscribe en este contexto.

3.2 Antecedentes de la Ley 601

Cáceres & Díaz (2014) explican la evolución histórica que transcurrió para poder aprobar la Ley 601:

A partir del año 1990 en nuestra historia Jurídica, Nicaragua, entró en un proceso de modernización Jurídica e Institucional, con el fin de introducir al país en la economía de mercado.

Estos esfuerzos se intensificaron a partir de 2001, en el contexto de las negociaciones del CAFTA-DR. Este Tratado, si bien no contiene un capítulo sobre competencia, trata el tema en sus disposiciones programáticas, además de incluir en su agenda complementaria la obligación de aprobar una legislación sobre competencia. (Pp. 18-19).

Así pues, en diciembre del año 2006, se adopta la Ley 601, que presenta una estructura y un contenido similares a los de la mayoría de las leyes de competencia del mundo.

La Ley 601 prohíbe las prácticas anticompetitivas, establece un régimen de control de fusiones y adquisiciones, y prohíbe los actos de competencia desleal entre agentes económicos, dando como resultado la implementación de La Ley 601 en Nicaragua, surgiendo la necesidad en ese momento para que se realizaran las prácticas comerciales entre agentes económicos.

Al crearse el Instituto de PROCOMPETENCIA, que formalmente dio inicio a sus operaciones en el año 2009, se le otorgó la facultad de investigar prácticas y concentraciones anticompetitivas, realizar un control previo de ciertas concentraciones, llevar a cabo importantes funciones de abogacía de la competencia y conocer en denuncias por competencia desleal. (Arce & Guzman, 2014).

CAPITULO II Legislación actual de la competencia desleal y las acciones civiles frente a estos actos según la Ley 601.

2.1 Ámbito de Aplicación.

En este mismo sentido el ámbito de aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor permite analizar esta normativa jurídica, se definen algunos conceptos Jurídicos que serán de utilidad, tal como es el de agente económico.

Agente económico: Según lo citado en la ley 601 en su artículo 3, Es toda persona, natural o jurídica, publica, privada o mixta, así como cualquier forma de organización, tenga o no fines de lucro, que realice actividades económicas.

Ahora bien, qué se debe entender como una Práctica Anticompetitiva, según lo establecido en el artículo 17 de la ley 601, Ley de Promoción de la Competencia, prohíbe los actos o conductas, acuerdos, pactos, convenios, contratos entre agentes económicos competidores y no competidores, sean estos expresos o tácitos, escritos o verbales, cuyo objeto sea limitar o restringir la competencia o impedir el acceso o eliminar del mercado a cualquier agente económico, en los términos y condiciones establecidos en la presente ley (Cáceres & Díaz , 2014).

Se percibe como todos aquellos actos, conductas, acuerdos, pactos, convenios, contratos entre personas que causan perjuicio en las actividades económicas empresariales que están debidamente organizadas y que realizan una actividad económica entre competidores y no competidores, expreso o tácitamente, escrito o verbalmente, con el objeto de limitar o restringir la competencia o inclusive causar condiciones de impedimento o eliminar del mercado a otro agente económico.

La Ley 601, Ley de Promoción de la Competencia, establece en su capítulo cuarto, el concepto de competencia desleal, lo define como las prácticas anticompetitivas, la imposición de venta exclusiva de los productos de un fabricante o comercializador, la imposición del precio al cual deber ser vendido

un producto y la venta condicionada a la compra de otro bien del mismo fabricante o comercializador. Otras prácticas anticompetitivas están referidas al otorgamiento de descuentos o beneficios comerciales a cambio de no vender o adquirir los productos de otro competidor.

La Ley 601, en su artículo 2 dice: Que están sujetos a las disposiciones de esta Ley cualquier acto, conducta, transacción o convenio realizado por los agentes económicos en todos los sectores de la economía nacional, incluyendo los efectuados fuera del país, en la medida en que produzcan o puedan producir efectos anticompetitivos en el mercado nacional.

La Ley de Promoción de la Competencia se aplica a actuaciones, conductas, transacciones o convenios que realizan los agentes económicos de cualquier sector de la economía, en la medida en que dichas actuaciones puedan producir efectos anticompetitivos en el mercado nacional.

Excluyendo de la aplicación de la Ley las acciones promovidas por el Estado con el objetivo de garantizar la salud y la seguridad alimentaria y nutricional de la población nicaragüense según el artículo 4 de la misma ley.

En el mismo artículo citado anteriormente se contempla que se incluyen las conductas, actos, convenios o transacciones efectuados fuera del país permitiendo la aplicación de esta norma, es el efecto que se produce por una acción que vulnera la actividad competitiva, en el territorio nacional, o aquellas actividades cuyo efecto perjudican la libre competencia en territorio nacional.

2.2 Definición de la competencia.

Se define a la Competencia, como una situación del mercado en la que los agentes económicos luchan, de forma independiente, por una clientela de compradores para alcanzar un objetivo empresarial concreto, por ejemplo, utilidades, ventas o una mayor participación de mercado. (Orúe, 2014)

Orúe (2008) otro concepto de Competencia nos otorga el profesor y lo define de la siguiente manera:

El derecho de Competencia es el conjunto de normas que regulan la actividad concurrencial, para que prevalezca en el mercado el principio de competencia y la lucha entre competidores se desenvuelva con lealtad y corrección.

Partiendo de dicho concepto: Es importante diferenciar que no corresponden al derecho de competencia las normas y disposiciones que regulan el acceso al mercado, esto es objeto de regulación del derecho administrativo, tampoco regula los contratos ya que son regulados por el Derecho Mercantil. En cambio, el Derecho de competencia regula la actuación externa del empresario, siendo la competencia el marco jurídico y económico de esa actividad externa. Se protege la libre competencia con el fin de asegurar que los consumidores y usuarios puedan optar por la alternativa que más le conviene (Pág. 177-178).

La Competencia entre agentes económicos puede referirse a precios, a la calidad, al servicio o a una combinación de éstos y así como a otros factores que puedan valorar los consumidores. Da origen al bienestar para el consumidor y mayor eficiencia en su compra de bienes y servicios.

El término Competencia puede ser entendido como un proceso de rivalidad entre empresas y estructuras de mercado. En general, los economistas la definen como un proceso en el cual las empresas se vuelven más eficientes y capaces de ofrecer mayor diversidad de productos y servicios a precios más bajos, lo que aumenta el bienestar del consumidor y determina una mejor asignación de los recursos.

2.3 Tipos de competencia.

Se tiene que tomar en consideración los tipos de competencia que la Ley 601, tiene estipulado en su regulación para de esta manera poder realizar un análisis de cada uno de los tipos de competencia.

2.3.1 La competencia.

En el ejercicio del tráfico económico-mercantil, es difícil encontrar estructuras de mercado que garanticen la transparencia plena tanto para consumidores como para competidores. No siempre las posiciones anticompetitivas son iguales y, por lo tanto, es necesario analizar detalladamente la clase de mercado que se afronta, para poder realizar un análisis claro de la realidad competitiva presente existen tipos de prácticas entre empresas para incentivar sus canales de ventas y distribución.

La competencia desleal se puede definir como la situación que ocurre cuando en el mercado no existe gran variedad vendedores y compradores en la que una o más empresas acaparan, controlan la producción, distribución y comercialización y establecen sus reglas para tener el mercado a su servicio controlando la demanda de los consumidores y usuarios.

Esto se debe a que los productores venden porciones muy pequeñas en relación a la producción total o bien, a que los compradores consumen una proporción también pequeña en relación a la producción total por lo tanto este tipo de Competencia, está basado en supuestos como: producto homogéneo (cuando el producto que vende una empresa es un perfecto sustituto de otro), libre entrada y salida del mercado, transparencia del mercado, entre otros. (Gonzalez, Amador, Guzman, & Alcocer, 2016)

Otro concepto importante para esta investigación jurídica es la definición de Competencia efectiva, una aproximación doctrinaria se define como aquella que ocurre cuando no se limita ni excesiva ni artificial la venta o producción por parte de una empresa, así como cuando las empresas responden con efectividad a la demanda y cuando los consumidores participan en los beneficios provenientes

del progreso técnico y económico. (Gonzalez, Amador, Guzman, & Alcocer, 2016)

La competencia Imperfecta es aquella situación que ocurre cuando en el mercado alguno de los agentes tiene algún grado de control sobre los precios, donde no hay variedad de oferentes, no hay transparencia en el mercado. Es lo opuesto a la competencia perfecta. (Gonzalez, Amador, Guzman, & Alcocer, 2016)

Competencia Intermarcas es aquella que tiene lugar entre dos o más marcas de un tipo de producto en el mercado. (Gonzalez, Amador, Guzman, & Alcocer, 2016)

Se considera acto de competencia desleal en materia de marcas sobre los servicios, productos o identidad de las sociedades cuando:

- Son capaces de crear confusión o un riesgo de asociación con respecto a los productos, servicios, la empresa o establecimiento ajenos.
- Se use o se propaguen indicaciones o alegaciones falsas que denigren o los desacrediten.
- Omisión de información verdadera, cuando sea susceptible de inducir a error con respecto a la procedencia, naturaleza, modo de fabricación, cantidad u otra característica.
- La utilización de un producto de terceros para moldear, calcar, copiar o reproducir servilmente con fines comerciales el esfuerzo o prestigio ajeno.
- Usar como marcas signos cuyo registro está prohibido por la Ley.
- Se usen signos utilizados de previo por un tercero de buena fe, que no pudo ser registrado por ser un signo descriptivo, calificativo o de uso común.
- Utilizar denominaciones falsas o engañosas o denominaciones como tipo, género, manera, imitación u otras análogas.

La Competencia Monopolística se da cuando los oferentes son varios y es fácil entrar y salir del mercado; pero los productos están relativamente diferenciados, pero con poca discrecionalidad, porque sus productos, aunque se diferencian de

otros, tienen sustitutos claros entre los de la competencia. (Gonzalez, Amador, Guzman, & Alcocer, 2016)

Es el caso extremo de la competencia imperfecta y se da cuando existe un único productor que tiene control absoluto sobre el manejo de los precios, además no hay ningún producto que pueda sustituir o reemplazar el producto que vende el monopolista.

La Competencia Oligopólica refiere cuando hay pocos competidores en el mercado, pero pueden influir sobre el precio, generalmente en este tipo de mercado existen empresas líderes con gran influencia en los precios y las pequeñas empresas no tienen ninguna oportunidad de competir en una economía libre de mercado.

Clase de Competencia	Número de productores	Grado de control sobre el precio
Competencia Perfecta	Muchos productores generalmente con productos idénticos	Nulo
Competencia imperfecta:		
Muchos vendedores con productos diferenciados	Pocos o muchos productores, muchas diferencias entre los productos	Alguno

2.3.2 El Derecho de Competencia.

Partiendo de este concepto, se observa que no responde al derecho de competencia las normas y disposiciones que regulan el acceso al mercado, esto es objeto del Derecho Administrativo; tampoco se regulan los contratos, por lo que son regulados mediante el Derecho Mercantil. Sin embargo, la competencia regula actuaciones externas de los empresarios, siendo el marco jurídico y económico de esta actividad.

La libre competencia se protege con la finalidad que los consumidores puedan optar a la opción que más les favorezca con respecto a bienes o servicios.

Por lo cual es necesario que las empresas se obliguen a mejorar la calidad de los servicios, productos, precios y moderar los tratos, así como los precios.

2.3.3 Normas reguladores del mercado.

(Orúe, 2014) Expresa que, con el objetivo de proteger a los agentes económicos dentro del mercado, así como a los consumidores, oferentes y al Estado, se establecieron normas que regulan el mercado, cuyo objeto son:

- Que se eviten las prácticas que limiten la competencia. El Derecho de la competencia tiene por objeto la protección de la permanencia del sistema económico del libre mercado y la protección del consumidor, así como del empresario.
- Represión de la competencia desleal. Combatir las conductas de las empresas que limiten la libertad, introducidas indirectamente en las prestaciones de servicios o bienes; así como proteger el interés del empresario contra el actuar deshonesto de otros, proteger a los consumidores y al sistema económico.
- Protección a los consumidores. Protegerlos contra los riesgos de salud e inseguridad (Pág. 178-179).

Hay que tener en cuenta que La Ley 601, no se aplica si no es, en los casos del artículo 4:

- Cuando se ejercen derechos de propiedad intelectual, reconocidos mediante la Ley a sus titulares.
- En las actividades entre oferentes que tienen por objetivo mejorar la eficiencia en la actividad productiva o comercializadora, así como armonizar los estándares técnicos y de calidad, fomentar la cooperación en el desarrollo tecnológico o del medio ambiente.
- En las prestaciones o beneficios que obtengan los trabajadores en los resultados de los acuerdos o negociaciones colectivas.

- En los acuerdos comerciales entre empresas que tienen como fin promover la exportación y en las acciones promovidas por el Estado, con el objeto de garantizar la salud y la seguridad alimentaria y nutricional de la población nicaragüense, todo esto siempre que no sea contrario a la ley ni se incurra en alguna restricción o practica predatoria.

2.4 Represión de prácticas restrictivas.

La protección de la competencia comprende las siguientes regulaciones:

Se interpreta como prácticas comerciales restrictivas a aquellas en donde el comportamiento de las empresas, que abusan de su poder adquisitivo o su posición de dominio en el mercado, limitando o restringiendo la competencia, causando perjuicio en el comercio. (Orúe, 2014)

Los acuerdos anticompetitivos, regulados por la Ley 601, en el artículo 18 son los siguientes:

- Establezcan acuerdos para fijar, elevar, concertar o manipular el precio u otras condiciones de venta o compra de bienes o servicios bajo cualquier forma; al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto.
- Los convenios que determinan los precios y las condiciones de ventas.
- Dividan, distribuyan, asignen o impongan porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, vendedores, proveedores, por tipo de productos vendidos, tiempos o espacios determinados o determinables; o por cualquier otro medio.
- Las licitaciones Colusoria. Cuando no ocurre una verdadera licitación; se adquieren bienes o servicios, así como condiciones favorables, esto se expresa de distintas maneras como proponer las ofertas más bajas, para presentar ofertas idénticas, infladas.
- Celebren acuerdos para eliminar a otras empresas del mercado o limitar el acceso al mismo por parte de otras firmas desde su posición de compradores o vendedores de productos determinados.

- Determinar Cuotas de producción. Cuando las empresas en el mercado excluyen o reducen parte de otro mercado, por medio de cuotas máximas de producción o venta de un bien, o la dejan de producir o renuncian a la actividad específica de carácter económico.
- Fijen o limiten cantidades de producción estableciendo la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación de un número, volumen o frecuencia restringidos o limitados de servicios.
- Acción colectiva para imponer acuerdos. Persuadir a que un grupo siga una conducta.
- Establezcan, acuerden o coordinen posturas fijando, absteniendo o limitando los precios en subastas o en cualquier otra forma de licitación de conformidad con la ley de la materia, a excepción de la oferta presentada conjuntamente por agentes económicos que claramente sea identificada como tal en el documento presentado por los oferentes.
- Los acuerdos entre agentes productivos nacionales y agentes compradores externos, que favorezcan el reconocimiento de condiciones más favorables para los productores nacionales, no serán considerados como prácticas limitantes del libre mercado.
- Distribución de mercado. Dividirse o se asignarse los clientes o territorios.

Uno de los conceptos de Abuso de la Posición de dominio, es la situación que ocurre cuando un agente económico domina el mercado con respecto a un servicio o bien. (Orúe, 2014)

Los acuerdos que restringen se dan entre empresas que se sitúan en diferentes lugares en el proceso de producción y distribución.

A continuación, se señalan algunas manifestaciones de abuso de dominio, Orúe (2008) define la posición de dominio cuando una empresa se encuentra en posición dominante en el mercado, cuando por sí sola o actuando conjuntamente con otras empresas esté en condiciones de controlar el mercado pertinente de un determinado bien u servicio o de unos determinado bienes y servicios.

La Ley 601 en su artículo 19 establece que al sujeto que se les comprueben los supuestos relativos a los criterios de comprobación, se consideran prácticas entre agentes económicos no competidores los actos, contratos, convenios o combinaciones, sean estos expresos o tácitos, escritos o verbales, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser:

- La contratación o acuerdo injustificado para la distribución exclusiva de bienes o servicios entre agentes económicos que no sean competidores entre sí; o cuando el proveedor o distribuidor mayorista de un producto, venda solamente bajo la condición que el comprador minorista no compre o distribuya productos de la competencia.
- La imposición de precios y/u otras condiciones, que un distribuidor o minorista debe observar al momento de proveer bienes o servicios a compradores.
- La venta de un bien condicionado a la adquisición de otro o a la utilización de un servicio, o la prestación de un servicio condicionado a la utilización de otro o a la adquisición de un bien.
- La compra o venta sujeta a la condición de no usar o adquirir, vender o abastecer, bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por terceros.
- La negativa de vender, proporcionar o comprar, a determinado agente económico bienes y servicios que de manera usual y normal estén disponible u ofrecidos a terceros y que no existan, en el mercado relevante, proveedores alternativos disponibles operando en condiciones normales.
- Se exceptúan las denegaciones de trato por parte del agente económico, cuando exista incumplimiento de obligaciones contractuales por parte del cliente o que el historial comercial del potencial cliente demuestre altos índices de incumplimiento, de devoluciones o mercancías dañadas, sin que dichos incumplimientos o comportamientos puedan ser justificados conforme la relación que rige a los agentes económicos de que se trate.

- La aplicación de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen a unos competidores en situación de desventaja frente a otros.
- La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a estos, para ejercer presión contra algún cliente o proveedor, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado.
- Las prácticas predatorias.

Dicho de otra manera:

El comportamiento predatorio frente a los competidores con acciones como determinar los precios para eliminar a otros competidores. Negando parcial o totalmente las condiciones comerciales habituales de la empresa para eliminar la prominente competencia.

El distanciar los precios, modalidades o las condiciones para suministrar o comprar bienes y servicios. Condicionando la actividad económica, para evitar por medio de la limitación con políticas que afecten la distribución o fabricación de bienes, competidores o de otros agentes de comercio. Fijar precios a las mercancías exportadas para que se revendan en los países importadores. Imponer limitación respecto al lugar, destinatario, forma o cantidad en la que los bienes puedan revenderse o exportarse.

- Cuando no sea para asegurar la consecución de fines comerciales legítimos, tales como velar por la calidad, seguridad, distribución o prestación de servicios adecuados.
- Condicionar el suministro de determinados bienes o la prestación de determinados servicios para la compra de otros insumos del proveedor o la entidad asignada por este.

2.5 Aspectos de PROCOMPETENCIA.

La Ley 601, creó PROCOMPETENCIA, que inició formalmente sus operaciones en 2009, y le otorgó la facultad de investigar prácticas y concentraciones

anticompetitivas, realizar un control previo de ciertas concentraciones, llevar a cabo importantes funciones de abogacía de la competencia y conocer en denuncias por competencia desleal.

PROCOMPETENCIA se define a la voz del artículo 5, como un Instituto Nacional de Promoción de la Competencia, como una Institución de Derecho Público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, de carácter técnico, con autonomía administrativa y presupuestaria para el ejercicio de las atribuciones y funciones que se establecen en la presente Ley y su Reglamento, tendrá a su cargo la aplicación de la presente Ley, su domicilio será en la capital de la República y estará facultado para establecer oficinas en cualquier lugar del territorio nacional.

Por lo cual su actuación es de interés de todos, tanto consumidores como empresarios y Estado, con personalidad jurídica y concentra tantas funciones de investigación como de resolución de casos.

PROCOMPETENCIA como Tribunal Administrativo de orden público y autónomo, es el encargado de aplicar la Ley 601, sanciona las prácticas anticompetitivas en que incurran los agentes económicos. (Arce & Guzman, 2014).

Ahora bien, al tenor del Artículo 1, de la Ley 601, el objeto de dicha Ley es promover y tutelar la libre competencia entre los agentes económicos, para garantizar la eficiencia del mercado y el bienestar de los consumidores, mediante el fomento de la cultura de la competencia, la prevención, la prohibición y sanción de prácticas anticompetitivas.

Por lo cual esta institución es la facultada para actuar en el ejercicio de que se cumpla la libertad de competencia, la eficiencia en el mercado y que se garantice el bienestar común de los consumidores y usuarios así también al gremio empresarial.

2.5.1 Algunas Generalidades de PROCOMPETENCIA.

PROCOMPETENCIA (2016) se plasmó como visión constituirse en un tribunal administrativo autónomo reconocido en el ámbito nacional e internacional por su contribución al desarrollo del país y el bienestar de los consumidores, a través de la tutela y promoción de la libre competencia.

Y también estableció la misión el promover y tutelar la libre competencia entre los agentes económicos, mediante el fomento de la cultura de competencia, para prevenir y sancionar las prácticas y conductas anticompetitivas; a fin de garantizar la eficiencia del mercado y el bienestar de los consumidores mediante el compromiso con la excelencia, transparencia y vocación de servicio.

El Sistema de valores de PROCOMPETENCIA tiene la transparencia es entendida de naturaleza pública exige, de manera especial, una práctica ordinaria como una institución responsable, una de cuyas principales manifestaciones externas es la transparencia institucional.

PROCOMPETENCIA, en sus funciones se debe a la sociedad en la que está integrada, debe dar a conocer las actividades, logros, puntos fuertes y los aspectos en los que es necesario mejorar en el ámbito de aplicación de la Ley 601.

La Objetividad, tiene como fin de ver el mundo tal como es, con los aspectos realistas. La ley 601 exige de PROCOMPETENCIA ver los problemas y las situaciones con un enfoque que equilibre adecuadamente emoción y razonamiento. Por ello el valor de la objetividad es tan importante para dar su justo peso a los acontecimientos y obrar de una forma coherente.

La Imparcialidad, es un principio por el cual se aplica la justicia, la rectitud y la equidad en todas las fases de los procesos de trabajo de esta institución, sin hacer ninguna distinción de nacionalidad, raza, condición social ni credo político, sin prejuicios personales e influencia indebida de terceros, y con respeto a las personas con quienes se interactúa.

La Equidad es un principio por el cual se aplica la justicia en condiciones de igualdad y sin ningún tipo de diferenciación, con la única razón de mantener el equilibrio de un quehacer jurídico como Tribunal Administrativo que vela por la aplicación de justicia en materia de competencia.

La Responsabilidad, como principio es un compromiso fundamental actuar con responsabilidad, mejorando el rendimiento, ajustándose a los recursos propios con que se cuenta y se incentiva al personal de esta institución (PROCOMPETENCIA), lo cual promueva al buen actuar, promoviendo principios y prácticas saludables para el mejor desempeño profesional que se pueda obtener, buscando siempre la perfección.

La Confidencialidad en la información es un asunto institucional, más aún cuando esta confidencialidad es de carácter imperativo por ley. La accesibilidad de la información confidencial está autorizada solamente a los funcionarios involucrados en determinado asunto que por su quehacer lo obliga estar informado para su buen actuar profesional (PROCOMPETENCIA, 2016)

2.5.2 Estructura.

El órgano máximo de la institución es el Consejo Directivo, al cual corresponde dictar la política de prevención, promoción, protección y garantía de la libre competencia y supervisar su ejecución. (Arce & Guzman, 2014)

El Consejo Directivo está integrado por un Presidente, tres Directores y sus respectivos suplentes, nombrados por el Presidente de la República y ratificados por la Asamblea Nacional, por períodos de cinco años.

El Presidente es el encargado de ejecutar la política de promoción, protección y garantía de la libre competencia de acuerdo a la Ley, y el responsable de la conducción técnica y administrativa de PROCOMPETENCIA. En él se concentra la mayor parte del poder decisorio de la institución. Además del Consejo Directivo y la Presidencia, solamente cuenta con la Dirección Administrativa Financiera, la Dirección Jurídica, la Fiscalía y la Dirección Económica.

2.5.3 Rendición de Cuentas.

En relación con las cuestiones de transparencia y rendición de cuentas, PROCOMPETENCIA debe informar a la Asamblea Nacional, y al público en general, sobre los resultados de su gestión (art. 14 de la Ley 601), lo cual viene haciendo desde su creación. (Guzman, Sandino, & Torres, 2013)

Por otro lado, PROCOMPETENCIA cuenta con un sitio web en el que publica la información más relevante sobre sus acciones y, por último, las decisiones de PROCOMPETENCIA están sometidas al control del Poder Judicial.

CAPITULO III Competencia desleal

3.1 Antecedentes históricos de la Competencia desleal.

A lo largo de la historia, se han dado diferentes manifestaciones del ilícito denominado como competencia desleal, pero fue en el siglo XIX a manos del liberalismo económico surgió la legislación de la competencia desleal. (Rostran, 2007).

Arguello & Incer, (2010), Articulan una síntesis de los antecedentes históricos de la Competencia Desleal:

La regulación contra la competencia desleal surge en el siglo XIX de la mano del liberalismo económico, como ya se ha mencionado como una conquista de la Revolución Francesa consiste en la denominada libertad de industria y de comercio. Libertad que en estas etapas históricas anteriores no existía, debido principalmente, a la rígida implantación de los gremios.

Pues bien, la posibilidad de dedicarse libremente al ejercicio de las actividades económicas puso de manifiesto, al cabo de cierto tiempo, que era necesario evitar que participantes en el mercado poco escrupulosos perjudicaran a sus competidores mediante actuaciones incorrectas, mediante actuaciones desleales.

La protección partía de una premisa fundamental para que pudieran reprimirse los actos de competencia desleal.

Esa premisa, consistía en la exigencia de quien realice la acción por competencia desleal fuera precisamente un competidor del empresario autor de los actos incorrectos y que tales actos pudieran perjudicarlo. Si no existía una relación de competencia directa entre el empresario afectado y el autor de los actos, entonces no podía existir competencia

desleal, Pues al no haber competencia, no podía haber competencia desleal. (Pág. 26)

En España el modelo se regulaba por los artículos 781-783 del código penal de 1822 y posteriormente, por los artículos 131 y 132 de la ley de propiedad industrial del 16 de mayo de 1902. (Rostran, 2007).

La regulación se encontraba fragmentada, y estaba vinculada más a lo que es la propiedad industrial, encaminada a reprimir las modalidades competitivas.

Los intereses tutelados por las disposiciones de la competencia desleal eran los intereses privados de los empresarios en sus relaciones recíprocas de mercado, se estimaban los intereses colectivos de los consumidores que se hallaban protegidos de manera indirecta, reflejando la protección de la empresa.

La competencia desleal se configuró como un ilícito, el autor, la víctima del acto solo podían ser dos empresarios en relación de concurrencia y directa entre sí. Era un derecho de clases, con una orientación individual y empresarial cuyo ámbito de protección se contraía a los intereses de los empresarios competidores. (Rostran, 2007).

Luego se despenalizó y privatizó, sus sanciones se situaron en el Derecho privado: acciones de cesación, remoción y daños y perjuicios. Este modelo fue seguido por los países europeos a finales del siglo pasado por el convenio de la unión de París.

3.2 Definición de Competencia Desleal.

La Real Academia Española, en el plano de la significación lingüística explica, ser leal es ser fidedigno, verídico, legal y fiel en el trato o desempeño de un oficio o cargo, por lo tanto para Baylos Corroza, citado por Arguello & Incer, (2010), se denomina competencia desleal, a la actividad concurrencial encaminada a la captación de clientes, que se desarrolla mediante maniobras y maquinaciones o

a través de formas o medios que la conciencia social reprueba como contrarios a la moral comercial dentro de la concepción representada por la costumbre o el uso.

En este mismo sentido para Roubier (1954), conceptualiza la Competencia Desleal como el uso de la libertad de una manera excesiva, es decir en forma tal que sobre pasa los hábitos y usos sociales

Toda práctica comercial que no respeta las reglas de las actividades propias del mercado o aquellas disposiciones fijadas o establecidas por la Ley, consideradas por los usos y costumbres comerciales. Dichas actuaciones de carácter mercantil o comercial, que con engaño, fraude u otro método desleal, que pretenda sacar provecho, causando un perjuicio a terceros siendo estos: (consumidores, distribuidores y competidores), puede ser entendido como competencia desleal. (Orúe, 2008).

El artículo 23 de la Ley 601, define lo que es la competencia desleal todo acto o conducta realizada por agentes económicos en el ejercicio de una actividad mercantil que sea contrario a los usos y prácticas honestas en materia comercial.

Las acciones de competencia desleal se relacionan, mas con conflictos privados entre agentes económicos, sin incluir los derechos de los consumidores o usuarios.

La Ley 601, reconoce que las prácticas de competencia desleal pueden afectar intereses colectivos y otorga a PROCOMPETENCIA la potestad de conocer en ellas. El artículo 23 prohíbe los actos de engaño, denigración, comparación, maquinación dañosa, confusión, fraude, inducción e imitación.

3.3 Prácticas restrictivas de la Competencia.

Sánchez Calero (1970) citado por Arguello & Incer (2010) explica son conocidas también como Derecho Antitrust o Derecho de Protección de Competencia. Es decir, cuando se habla de tutela o protección de libertad de competencia, se hace

referencia a disposiciones dirigidas a eliminar o atenuar, obstáculos artificiales al libre juego de la competencia.

En la economía de mercado existen dos tipos de obstáculos que se oponen a la libertad e igualdad de competencia: los naturales al propio sistema ejemplo de esto es la necesidad de disponer de grandes masas de capital para realizar determinadas actividades, el tamaño cada vez mayor de ciertas empresas, el cada vez mayor coste de la tecnología, la indispensable ampliación de mercados.

Que, constituyendo condiciones naturales y esenciales de la economía moderna, crean por si mismos barreras que algunos competidores no ingresen o permanezcan en el mercado por no poseer tales requisitos o circunstancias.

Por lo que en términos de absolutos podrían interpretarse como obstáculos artificiales a la libertad de competencia, que son aquellos que no surgen de la propia estructura del mercado, sino que son creados e impuestos voluntariamente por los mismos competidores para por diversos medios y procedimientos, eliminar, falsear, limitar o restringir entre ellos la competencia, normalmente en beneficio propio y en perjuicio de los demás competidores y de los consumidores.

3.4 Clasificación de los Actos de Competencia Desleal.

La ley 601, clasifica los actos de competencia desleal en su artículo 23, indica cuales son los actos que se dirigen a perjudicar o eliminar al competidor.

Se establece como Acto de engaño lo relacionado con falsas afirmaciones, propagandas, ventas con regalos, rebajas fingidas, con el fin de captar a los clientes mediante afirmaciones engañosas, por no responder a la realidad.

(Orúe, 2014)

La Publicidad falsa o engañosa ya sea de forma directa o indirecta incluyen en su presentación, aquellos aspectos que inducen al error o a una falsa conclusión de parte del consumidor final, en la cual la publicidad omite datos fundamentales

como tamaño, peso u propiedades que los mismos bienes o servicios que se ofertan de una marca determinada no poseen.

Otra de las clasificaciones es el Fraude se entiende como toda imitación que implica aprovecharse del esfuerzo ajeno, de la posición o prestigio de otro competidor.

No mostrar ni detallar el precio final de los bienes o servicios en la información que se ofrece a la persona consumidora o usuaria, no incluirla en el comprobante de pago que se le entrega a la persona consumidora o usuaria, de encontrarse varias enmiendas en las estampas de precios, la persona pagará el precio de venta más bajo y la persona proveedora estará obligada a vender el producto por ese precio.

La Maquinación dañosa son ataques injustos a otro competidor denigrando, sustrayendo secretos hasta extorsionar. (Orúe, 2014)

La única forma de que las empresas no cometan este error, es que tengan una actitud de mejora continua, es decir competir aprovechando la oportunidad de la libertad de mercado, sin afectar a sus similares, usuarios o consumidores.

Una cosa que cabe mencionar es que las regulaciones con respecto a esta materia se encuentran en convenios internacionales sobre la propiedad industrial ratificados por Nicaragua, así como algunas leyes específicas casi recién aprobadas.

3.5 Acciones civiles.

Las reclamaciones por daños y perjuicios contra los infractores se dirimen ante la jurisdicción civil. El artículo 38 de la Ley 601 estipula el plazo de un año para interponer esas reclamaciones, término sustancialmente inferior al plazo general previsto en la codificación civil.

3.6 Procedimientos previstos en la legislación nicaragüense para la persecución de los actos de competencia desleal.

El artículo 48 del Reglamento a la Ley 601, establece que las investigaciones se inician de oficio o a petición de parte y el artículo 31 de la Ley 601, que establece que sólo los agentes económicos que tengan interés legítimo, además de organizaciones legalmente constituidas, pueden interponer una denuncia, excluyendo la posibilidad de denuncias de los particulares.

La Ley 601, autoriza a PROCOMPETENCIA a iniciar una actuación oficiosa en caso de acceder a información procedente de la queja anónima de un particular.

Una vez presentada la denuncia, y cumpliendo el contenido exigido a las denuncias en la Ley y el Reglamento, le compete al Presidente de PROCOMPETENCIA exclusivamente valorar si hay mérito para abrir una investigación y, en su caso, ordenarlo así (artículo 51 del Reglamento).

Cuando el expediente se inicia de oficio, la carga de la prueba recae sobre PROCOMPETENCIA. En los casos de denuncia, dicha carga recae sobre el denunciante. En este último caso, la prueba de un proceso lo componen únicamente las pruebas solicitadas por el denunciante y las provenientes del presunto infractor.

El Reglamento dispone que en un término de tres días hábiles luego de presentadas las pruebas por las partes, PROCOMPETENCIA pueda ordenar la práctica de alguna diligencia probatoria adicional, si lo estima pertinente.

La imposición de medidas cautelares por el Consejo Directivo en cualquier momento del proceso procede únicamente a petición de parte.

El Presidente de PROCOMPETENCIA emite una decisión final sobre el caso, en la que declara si hubo o no práctica restrictiva. Cabe mencionar que los derechos y obligaciones originados por prácticas declaradas como violatorias de la Ley 601 son nulos (artículo 36).

Además, en la decisión se puede resolver el cese de una práctica, ordenar la desconcentración total o parcial de agentes económicos, dictar condiciones u obligaciones tendientes a restablecer la situación anterior al acto ilícito, e imponer sanciones según la gravedad de la infracción, todo ello sin perjuicio de la posibilidad de iniciar acciones civiles contra los infractores. (Guzman, Sandino, & Torres, 2013)

Una vez que la decisión se encuentra firme, goza de legitimidad y fuerza ejecutoria. El Presidente de PROCOMPETENCIA ejecutará la decisión por sus propios medios o con el auxilio de la fuerza pública si es necesario. (Guzman, Sandino, & Torres, 2013)

3.7 Recursos contra las resoluciones de PROCOMPETENCIA.

Contra la Resolución que emite el Presidente de PROCOMPETENCIA se puede interponer el recurso de revisión ante el mismo Presidente, en el que se pueden alegar únicamente violaciones de tipo adjetivo.

Si la decisión sigue siendo desfavorable, se puede interponer un recurso de apelación ante el Consejo Directivo contra la decisión del Presidente sobre el recurso de revisión. (Guzman, Sandino, & Torres, 2013)

Asimismo, una decisión adoptada por PROCOMPETENCIA puede ser sometida a ulterior control jurisdiccional, bien sea a través de la interposición de un recurso de amparo o del adelantamiento de una acción en lo contencioso administrativo.

El recurso de Amparo es un mecanismo especial de protección de garantías constitucionales contra actos de la autoridad. La sentencia que concede el amparo tendrá por objeto restituir al agraviado en el goce de los derechos transgredidos, restableciendo las cosas al estado previo a la transgresión.

En la acción por la vía de lo contencioso administrativo, el demandante podrá pedir la anulación de los actos, omisiones, disposiciones generales y también por las vías de hecho susceptibles de impugnación en sede contencioso administrativa. Asimismo, podrá pedir el reconocimiento de una situación jurídica

individualizada y la adopción de las medidas necesarias para su pleno restablecimiento, entre ellas la declaración de haber lugar a daños y perjuicios materiales y morales. (Guzman, Sandino, & Torres, 2013)

3.7.1 Prácticas prohibidas

La Ley 601, prohíbe las prácticas anticompetitivas realizadas entre agentes económicos que compiten entre sí, así como las que involucran a agentes que no compiten entre sí.

El artículo 18 de la Ley 601, prohíbe los acuerdos anticompetitivos entre agentes económicos competidores y los acuerdos para la fijación de precios, la repartición de mercados, la limitación de la oferta de bienes o servicios, la colusión en licitaciones, así como los acuerdos para limitar el acceso de otros agentes en el mercado.

La Ley 601, no indica de forma expresa que se deba aplicar la regla por sí misma en estos casos. Sin embargo, tampoco establece que deba demostrarse ningún elemento adicional a la mera realización de la práctica, de donde PROCOMPETENCIA ha inferido que la práctica debe entenderse en sí misma prohibida, una vez probada su existencia.

El artículo 19 de la Ley 601, tipifica las prácticas anticompetitivas verticales, o entre agentes no competidores, e incluye las conductas unilaterales de abuso de poder de mercado. Entre otras, se prohíben la distribución exclusiva, la imposición de precios o condiciones de reventa, la venta atada, la compra o venta sujeta a la condición de no usar o adquirir bienes o servicios ofrecidos por terceros, la negativa injustificada de trato, la aplicación de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, y la venta de bienes o servicios por debajo de los costos marginales.

Para determinar la ilegalidad de las prácticas, el artículo 20 de la Ley 601, establece como elementos adicionales la posición de dominio del presunto

infractor en el mercado relevante, que las prácticas se realicen respecto de los bienes o servicios correspondientes o relacionados con el mercado relevante, que impidan o limiten el acceso de competidores al mercado, o los desplacen del mismo, y en todo caso, que se produzca un perjuicio a los intereses de los consumidores.

Además, el artículo 23 del Reglamento a la Ley 601, describe las ganancias en eficiencia que podrá considerar la Autoridad para valorarlas contra los efectos anticompetitivos de las prácticas y así determinar su efecto neto, lo que se considera hasta cierto punto una aproximación al examen de conductas bajo la regla de la razón.

La Ley 601, contempla un programa de clemencia establecido en el artículo 48, el cual determina que todo agente económico que informe a la Autoridad de alguna práctica anticompetitiva en la que participe o haya participado podrá verse exento de la sanción correspondiente.

Este mecanismo aún no ha sido utilizado y es posible que su aplicación pueda experimentar dificultades prácticas derivadas del ambiente empresarial, el temor a represalias comerciales por parte de otros agentes económicos y, en general, la posible desconfianza que pueda existir en el sistema.

Por otro lado, pareciera que el programa de clemencia también es aplicable a las prácticas verticales, lo que no resulta adecuado.

El Código Penal en su Capítulo XIII, Delitos contra la libre competencia y los consumidores, artículos 264 al 277 en los cuales tipifica y sanciona los delitos como delito la comisión de prácticas anticompetitivas consistentes en la imposición del precio de reventa, el establecimiento de limitaciones a la producción, el reparto de mercados y la exclusión de agentes económicos del mercado, cuando restrinja la competencia y ponga en peligro la estabilidad económica del país, o afecten a bienes de primera necesidad.

Sin embargo, sería conveniente prever que, en estos casos, PROCOMPETENCIA pudiera ejercer funciones concretas de apoyo y asistencia técnica, hasta la fecha no ha sido juzgada ninguna práctica anticompetitiva por la vía penal.

CAPITULO IV Prácticas desleales de Comercio previstas en la Ley de Promoción de Competencia en la Legislación Nicaragüense.

4.1. Aspectos generales de PROCOMPETENCIA

Se aprueba la Ley de Promoción de la Competencia el 28 de septiembre del año 2006, de conformidad con el artículo 55 de la Ley de Promoción de la Competencia, la cual entró en vigencia, ocho meses después de su publicación.

La Ley, está dividida en nueve capítulos y consta de 55 artículos. Las materias que se regulan son: Las disposiciones generales, la autoridad de aplicación, la abogacía de la competencia, las prácticas anticompetitivas, la competencia desleal, las concentraciones, el procedimiento de los procesos por la violación de la normativa de competencia, las sanciones por la violación de la normativa de competencia y finalmente las disposiciones finales y transitorias. (Arguello & Incer, 2010).

G. J Tórrez (Comunicación Personal, 16 de septiembre 2016) expone que: La Ley de Competencia fue una iniciativa del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), siendo uno de los factores principales la necesidad de contar con un mecanismo jurídico para promover la inversión extranjera, debido a que en otros países donde había inversión económica de capital extranjero, ya existían leyes que permitían al Empresario hacer inversiones, y tener claramente en materia jurídica sobre competencia.

En un país donde no exista una libre competencia es posible desarrollar en el mercado la implantación de precios predatorios más bajos para que el producto salga al mercado, ocasionando una práctica anticompetitiva, es por esa razón por la cual se creó el Instituto de Promoción de la Competencia.

Arguello & Incer, (2010) establece que es la máxima autoridad de PROCOMPETENCIA, será el Consejo Directivo, el cual estará conformado por un Director Presidente y tres Directores Propietarios, cada uno con su respectivo suplente, los que serán nombrados por el Presidente de la República y ratificados por la Asamblea Nacional por mayoría absoluta de sus miembros.

Los Directores serán nombrados de tres ternas propuestas por el Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP), el Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONIMIPYME), y el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) de entre profesionales calificados y conocedores de la materia, las ternas deberán especificar por separado, el nombre del candidato a Presidente del Consejo Directivo.

El Consejo Directivo en la actualidad está organizado conforme a la Ley 601, precedido por cuatro personas: el Dr. Luis Humberto Guzmán, Dr Cairo Amador, Dra Nolbia González y Msc Gilberto Alcóser. Siendo estos la máxima autoridad del Instituto, seguido del Presidente de Competencia que es parte del Consejo Directivo y a la vez presidente del Consejo Directivo dentro de la presidencia se integra:

- La Dirección General Jurídica.
- Dirección Económica.
- Dirección de la Fiscalía de la Competencia y el
- Departamento de Abogacía de la Competencia.

En la parte Administrativa se cuenta con las siguientes áreas de carácter Administrativa Financiera y Contabilidad. (G. J Tórrez Comunicación Personal, 16 de septiembre 2016).

Orúe (2008), en relación al ámbito de aplicación de la Ley, artículo 2, señala que la misma se aplicará a cualquier acto, conducta, transacción o convenio realizado por los agentes económicos en todos los sectores de la economía nacional, incluyendo los efectuados fuera del país, en la medida que produzcan o puedan producir efectos anticompetitivos en el mercado nacional.

Esto implica que la autoridad de aplicación no intervendrá ante cualquier actividad realizada por los agentes económicos, sino, que exclusivamente ante cualquier acto, conducta, convenio realizados por los agentes económicos dentro y fuera del país, estos últimos siempre y cuando puedan tener efectos anticompetitivos en Nicaragua.

4.1.1 Formas de materialización de la competencia ilícita, fundamentos y relación con la propiedad Industrial.

La Constitución Política de Nicaragua, en su última reforma publicada en la Gaceta Diario Oficial No 32 del 18 de febrero de 2014, regula cuestiones relativas a la competencia y el artículo 5 establece Son principios de la nación nicaragüense..., el reconocimiento a las distintas formas de propiedad...En este sentido el Estado garantiza a través de la libertad y la justicia la libre competencia que sólo se puede dar en un Estado de Derecho en donde los ciudadanos amparados en el Derecho que otorga la propiedad privada invierten en bienes y servicios, siendo una de estas el Derecho de Marcas. Confiados en la tutela jurídica, por vía administrativa o judicial, ante cualquier posibilidad de reclamos frente a terceros.

Se ha requerido de un proceso de regulación en el que ha intervenido el Estado para un mayor control, frente a los actos desleales y prácticas competitivas que ponen en riesgo el bienestar común. (Guzman, Acosta, Amador, & Alcocer, 2010)

El Estado es garante a través de la Constitución Política y de las políticas de la defensa a los consumidores de productos o servicios que sean abusivos y que estén en detrimento de la economía frágil del país.

Para prevenir que los empresarios se aprovechen, se deben crear restricciones o instrumentos legales que sean efectivos en la erradicación de aquellos procesos administrativos que no benefician una competencia equilibrada, donde se ejecute el cumplimiento de las normativas que permitan mantener un equilibrio dentro del estado de las acciones comerciales, para garantizar la efectiva sanción a quien la realiza con el objeto de beneficiarse y aprovecharse de la necesidad de los consumidores de bienes o servicios.

4.1.2 Aspectos de coordinación de PROCOMPETENCIA con otras entidades públicas en materia de Competencia.

Un mercado competitivo busca satisfacer la demanda, intentando cumplir con la amplia parte de la demanda de un bien o servicio, garantizando tener un mercado bien abastecido, con gran variedad de productos o servicios de categoría segmentada de acuerdo al nicho de mercado. (Guzman, Acosta, Amador, & Alcocer, 2010).

Busca nuevas técnicas, emplea nuevas estrategias de producción y ventas para llegar al consumidor final.

El consumidor selecciona y opta entre muchas opciones, contando con un mayor número de opciones del producto o servicio tanto, así como con variaciones de precios entre los competidores.

Incentiva a bajar los precios, para conseguir mayor cantidad de clientes o para obtener más ganancias por los volúmenes de venta.

4.1.3 Criterios para investigar la conducta de Competencia Desleal.

Una situación de desventaja en el mercado da paso a un desabastecimiento de los productos o servicios, desequilibrando el mercado y por ende trayéndole insatisfacción a los consumidores, cumpliéndose el principio de que, a menor demanda, mayor oferta y a mayor oferta, menor demanda, por lo que los precios no se mantienen y crecen sin control o regulación. (Guzman, Acosta, Amador, & Alcocer, 2010)

Las empresas son menos eficientes, solo buscan mantener sus ganancias vía precios, no existe motivación para incentivar y conseguir niveles de eficiencia y productividad que beneficien al consumidor.

La práctica de la competencia desleal crea incertidumbre de precios, calidad y acceso a productos de primera calidad.

4.1.4 Procedimientos previstos en la Legislación Nicaragüense para la persecución de los Actos de Competencia Desleal.

Para establecer el procedimiento para conductas prohibidas y actos de competencia desleal contemplado en los artículos 29 al 48 de la Ley 601/ 2006, y de los artículos 42 al 47 del reglamento Decreto No 79-2007.

PROCOMPETENCIA tiene la facultad de investigar, el Presidente tiene la facultad de pedir a cualquier autoridad del país o del extranjero, la información necesaria para investigar posibles violaciones a la Ley. Las investigaciones podrán cultivarse en cualquier momento previo a la resolución final dentro de los procedimientos preparados o en las investigaciones preliminares que se llevó a cabo. (Gutiérrez, 2014).

PROCOMPETENCIA, dentro de las actuaciones procesales decidirá apegado a los principios de Confidencialidad, Impulso Procesal, Lealtad Procesal, Debido Proceso, Buena Fe, la información recibida por PROCOMPETENCIA, se tomará como información confidencial, no podrá ser compartida, divulgada, publicada o ser utilizada de cualquier otra manera que viole el principio de confidencialidad.

El funcionario que viole este principio será penado como autor del delito de revelación de secretos industriales.

Solo tendrán acceso a los documentos e información confidencial los funcionarios, peritos asignados al procedimiento bajo pena de las responsabilidades civiles y penales. (Palacios, 2013).

La denuncia será interpuesta por agentes económicos que tengan interés legítimo en este procedimiento administrativo, la carga de la prueba recae sobre la parte actora o sobre la parte que alegue violación o en el acto desleal del caso.

Gutiérrez, (2014) el inicio de la Denuncia deberá ser presentada por escrito ante PROCOMPETENCIA, con los requisitos que establece la Ley en su artículo 32 es por eso que cuando la denuncia no reúna los requisitos que la ley establece, el Presidente de PROCOMPETENCIA deberá solicitar a los interesados que en

un plazo que no exceda de diez (10) días hábiles subsanen la falta, de no hacerlo en dicho plazo no se dará trámite a la denuncia y se mandaran a archivar los documentos presentados.

En el caso que se admita la denuncia, el Presidente debe dictar auto que ordene el inicio del proceso administrativo dentro de los diez (10) días hábiles siguientes.

Al iniciar el proceso se ordenará mediante auto motivado una vez admitida la denuncia. El presunto infractor tendrá un plazo de treinta (30) días hábiles, contados a partir de la notificación para contrarrestar las pruebas presentadas por el denunciante. Concluido el período alegatorio, se abrirá a pruebas el procedimiento por el plazo de treinta (30) días hábiles.

Finalizado el período de pruebas, se podrá fijar un plazo no mayor de diez (10) días hábiles para que él o los agentes económicos formulen los alegatos de conclusión.

Transcurrido el término de pruebas y de alegatos de conclusión y el análisis de las pruebas los funcionarios delegados dentro del plazo de diez (10) días hábiles, remitirán el expediente con un análisis y propuesta de resolución al Presidente de PROCOMPETENCIA, quien deberá emitir su resolución motivada en un plazo no mayor de sesenta (60) días hábiles desde el día siguiente de la remisión del expediente.

A criterio del Presidente de PROCOMPETENCIA, el plazo para emitir la resolución motivada podrá ser prorrogado por un plazo de treinta (30) días y por una sola vez cuando las circunstancias lo ameriten. (Palacios, 2013)

Las medidas cautelares, el Consejo Directivo podrá imponer a petición de parte, la cesación del acto o conducta que presuntamente está causando el daño a la competencia o agentes económicos determinados.

Para que procedan las medidas cautelares propuestas, PROCOMPETENCIA, mandará oír a los intereses durante un plazo de seis (6) días hábiles, para resolver dentro de igual plazo el auto, admitiendo o denegando. La medida

cautelar solicitada no admitirá recurso alguno. Cuando proceda la admisibilidad de la medida cautelar, el solicitante deberá rendir fianza de cualquier clase, declarada suficiente para responder por daños y perjuicios que se pudieran causar a raíz de dicha cesación. (Gutiérrez, 2014)

En cualquier momento durante una investigación en proceso, PROCOMPETENCIA podrá ordenar de oficio la suspensión, modificación y revocación de la medida cautelar.

G. J Tórrez (Comunicación Personal, 16 de septiembre 2016) Explica la forma de cómo actúa PROCOMPETENCIA, al recibir denuncia y su modo de operar:

La primera consiste en realizar una investigación de oficio, a través de la Fiscalía de Competencia, se revisa diariamente los eventos noticiosos, para poder determinar el comportamiento en el mercado y si es evidente que hay algún tipo de práctica desleal, se puede aperturar un proceso preliminar, para posteriormente a través de la vía de oficio para poder determinar, cuales son los incidentes que podrían llevarnos a una presunción, o cuales son los indicios que te pueden llevar a una presunción para determinar que se puede aperturar un proceso de oficio y que sea sancionado.

La segunda consiste, a través de la denuncia en las cuales los agentes económicos presentan sus quejas formales ante PROCOMPETENCIA, que señalan en el sistema cuales fueron los hechos que se presentan que son de competencia prácticas competitiva desleal y que pueden ser sancionados de ser comprobado ellos tienen que presentar evidencias al momento de su denuncia que den los indicios de existir realmente dicha práctica competitiva de competencia desleal, de modo de no ser comprobado se procede con una investigación preliminar para determinar si los hechos señalados realmente son ciertos y se requiera de la empresa.

En el caso de las sanciones ante las conductas de competencia desleal, serán sancionadas de forma individual o combinadas, de veinticinco salarios mínimos hasta un máximo de ocho mil salarios mínimos.

4.1.5 Recursos previstos en las Ley de PROCOMPETENCIA.

Palacios (2013) refiere que los recursos en contra de las resoluciones que dicte el Presidente de PROCOMPETENCIA, cabe el recurso de Revisión, el cual será interpuesto por escrito ante la misma Autoridad en un plazo de no mayor de cinco (5) días hábiles contados a partir del día siguiente al de la notificación; si transcurrido dicho plazo no se interpusiere el recurso, la resolución quedara admitido el recurso, el Presidente de PROCOMPETENCIA, notificara a la parte contraria en un plazo de tres (3) días hábiles; luego tendrá un plazo máximo de diez (10) días hábiles para resolver, en caso de vencerse el plazo para resolver sin que haya emitido resolución alguna, el recurso se tendrá como resuelto favorable para el recurrente.

El recurso de revisión será apelable ante el Consejo Directivo en un término de diez (10) días hábiles contados a partir del día siguiente a la notificación.

En el recurso de apelación deberá expresarse el nombre y domicilio del recurrente y los agravios que causa la resolución recurrida. El Consejo Directivo tendrá el plazo máximo de sesenta días (60) hábiles para resolver, contados a partir del día siguiente de la admisión del mismo.

En caso de vencerse el plazo para resolver sin que haya emitido resolución, el recurso se tendrá como resuelto favorable al recurrente. El recurso de apelación, agota la vía administrativa. Cabe resaltar que si PROCOMPETENCIA, lo considera necesario puede remitir un informe al Ministerio Público sobre el caso y así dar paso a la vía penal. (Argüello & Incer, 2010).

4.1.6 Ventajas de un mercado competitivo.

Orúe (2008) Explica las ventajas de la Competencia en un Mercado Competitivo entre ellas están: La competencia combate los privilegios injustificados, la competencia incrementa los salarios reales, la competencia favorece la creación de empleo, regula el mercado, evita prácticas restrictivas de la competencia, evita la represión de la competencia desleal y brinda protección al consumidor,

Para los consumidores reciben precios más bajos, mientras más cantidades de bienes y servicios estén disponibles para la venta, más probable es que en la competencia de las empresas pueden disponer de productos más baratos y de mejor calidad, debido a que los compradores al momento de comprar el precio y la calidad son fundamentales. (Guzman, Acosta, Amador, & Alcocer, 2010)

Para las empresas al competir con los precios buscan obtener menores costos, por lo que incrementan sus volúmenes de producción y desarrollan diferentes tipos de tecnologías, en busca de mayor eficiencia, para aumentar el número de clientes que los prefieran, lanzan nuevos productos, compiten en precios y calidad. (Guzman, Acosta, Amador, & Alcocer, 2010).

Para la Economía del país la competencia promueve una buena distribución de los recursos y el capital en las empresas, incrementando el producto interno bruto a nivel nacional mediante el incremento de la oferta de bienes y servicios.

4.1.7 Desventajas de un mercado competitivo.

Una situación de desventaja en el mercado da paso a un desabastecimiento de los productos o servicios, desequilibrando el mercado y por ende trayéndole insatisfacción a los consumidores, cumpliéndose el principio de que, a menor demanda, mayor oferta y a mayor oferta, menor demanda, por lo que los precios no se mantienen y crecen sin control o regulación. (Guzman, Acosta, Amador, & Alcocer, 2010)

Las empresas son menos eficientes, solo buscan mantener sus ganancias vía precios, no existe motivación para incentivar y conseguir niveles de eficiencia y productividad que beneficien al consumidor.

Crea incertidumbre de precios, calidad y acceso a productos de primera calidad.

4.1.8 Análisis de los casos resueltos de PROCOMPETENCIA en el primer trimestre de 2016.

En el caso de las Tarjetas de crédito ha habido algunas denuncias presentadas por la asociación Red Nacional de Defensa del Consumidor denunció contra cinco bancos privados (BANPRO, BAC, BANCENTRO, BANCO PROCREDIT, BDF) y la Asociación de Bancos Privados de Nicaragua, la fijación de una tasa de interés en el mercado interno de tarjetas de crédito. En el análisis del caso PROCOMPETENCIA aplicó la regla per se, corroborando la existencia de la conducta para declararla ilegal.

Según informe del Primer Trimestre PROCOMPETENCIA (2016) impuso multas de trescientos salarios mínimos a uno de los bancos y de cien salarios a la Asociación de Bancos Privados.

Asimismo, ordenaron al banco la cesación de la práctica, y a la Asociación abstenerse de hacer recomendaciones que violen la legislación de competencia a sus asociados.

La Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, en virtud de los recursos de amparo interpuestos por los recurrentes, dejó sin efecto las decisiones de PROCOMPETENCIA, por considerar que su Presidente no está facultado para conocer, instruir y resolver sobre una denuncia en este sector regulado.

Otro caso es el servicio de Gas licuado: en este sentido se inició por una denuncia interpuesta contra dos distribuidores de gas licuado que incurrieron en acuerdos de fijación de precios, limitando el acceso de terceros al mercado y de distribución exclusiva, entre otras prácticas.

Según informe del Primer Trimestre PROCOMPETENCIA (2016), consideró que no había suficientes pruebas de varias de las prácticas denunciadas, pero sancionó a Tropigas de Nicaragua con una multa de 153 salarios mínimos por

negativa de venta. Los recursos presentados por la empresa sancionada fueron rechazados.

Conclusiones

1. **La normativa jurídica que regula las acciones civiles frente a los actos de competencia desleal están contemplados en la ley 601, Ley de Promoción de la Competencia y en la Protección de los Consumidores y Usuarios en el tráfico de bienes y servicios que se estipula en la Ley 842, Ley de protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias.**
 - La Competencia desleal es una realidad en el país, este tipo de acciones están reguladas en la ley 601, no obstante, aunque se tenga la posibilidad legal, muchas de estas irregularidades no son denunciadas por las partes afectadas (Empresarios, Consumidores y Usuarios), permitiendo así que los actos desleales atenten contra el sistema económico, el libre mercado y la diversidad de opciones de oferta y demanda, dejando al consumidor final sin la mejor calidad y más bajo precio.
 - En cuanto a la clasificación de los actos de competencia desleal en la ley 601, existe una mala organización, algunos de los actos están mal titulados y por ende confunden la materialización real de las conductas desleales de manera que acarrea debilidad para su interpretación y ejecución de la ley en cuanto a la regulación de la competencia desleal.
2. **Principales aspectos de la competencia desleal su concepción doctrinaria y legislativa, de la ley 842 (Ley de protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias) el concepto de competencia desleal es amplio y acertado en la ley 601 (Ley de Promoción de la Competencia).**
 - Estas Leyes se constituyen como los principales instrumentos jurídicos que protegen a los ciudadanos frente a los actos de competencia desleal.

- Aunque en Nicaragua existen estas leyes, para las personas consumidoras y usuarias les resulta difícil de aplicar, ya que en la definición de los actos de competencia no se brinda un concepto claro de cada delito, uno se mezcla con el otro confundiendo a la persona que podría tipificar un delito que no es correcto según la situación.

3. Por lo tanto, todas las acciones civiles de los consumidores y usuarios en función de la competencia desleal en la legislación nicaragüense están establecidas y tienen justificación legal para interponer su denuncia.

- Cabe destacar que los consumidores y usuarios tienen la vía administrativa prevista en la Ley 601, los recursos que establecen los requisitos para interponer las denuncias frente a este tipo de actos de competencia desleal.
- PROCOMPETENCIA tiene limitado la potestad de decretar de oficio medidas cautelares, así como también la regulación del responsable de oír las alegaciones de las partes y de decretar la suspensión en los trámites de medida cautelar al momento de una denuncia de un consumidor o usuario.

4. Existen pocas propuestas que contribuyan a la concientización y prevención de los actos de competencia desleal en Nicaragua, Procompetencia se ha limitado a crear solamente una guía de interpretación de la Ley 601.

- En Nicaragua existen organizaciones que son beligerantes en la defensa de los derechos del consumidor, otras mientras tanto observan solo la actividad económica y comercial, pero actualmente la encargada de dotar a la población de las diferentes herramientas jurídicas juega un papel pasivo, evitando tomar la imperatividad de la Ley como herramienta garante de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Recomendaciones

La Buena Fe, es el soporte de la conducta que debe determinar en el quehacer económico desde la fabricación de un producto o servicio, promoción, venta en fin en el intercambio de bienes y servicios, está presente la buena fe, como principio necesario del tráfico jurídico y económico. Es un pilar que asegura la convivencia y desarrollo en la sociedad, particularmente en la producción de bienes y servicios que serán ofertados al consumidor final.

1. Implementar campañas publicitarias brindando información tanto para el agente económico como para el consumidor del objetivo principal de la Ley 842 Ley de Protección de las Personas Consumidoras y usuarias.
2. Mejorar la profundidad en los análisis de casos, principalmente en temas económicos.
3. Revisar integralmente los principios que deben informar ante el procedimiento en las denuncias, y elaborar principios homogéneos para la aplicación de las normas sobre la libre competencia, para poder determinar si es meritorio para el proceso que se pretende entablar por parte del consumidor o usuario.
4. Revisar el papel del denunciante en el procedimiento, y reforzar los poderes de instrucción e impulso procesal de la Autoridad.
5. Realizar campañas informativas en las cuales se den a conocer a la población consumidoras y usuarias las leyes que regulan lo relativo a las acciones de competencia desleal, para que la población conozca los derechos que le asisten.
6. Crear una cultura de denuncia, a través de medios de comunicación, para instar a las víctimas de actos de competencia desleal para que denuncien este tipo de delito.
7. Publicar en el futuro manuales o guías de interpretación de la Ley, que incluyan indicaciones sobre la gravedad de las conductas de competencia desleal en Nicaragua.
8. Es importante como en toda Ley su publicidad, pero es estrictamente necesario que las instituciones, los organismos, las organizaciones que

- trabajan en función de la defensa de los derechos de los usuarios y de la población consumidora de bienes y servicios mantenga una estrecha relación
9. Realizar campañas informativas en las cuales se den a conocer a la población consumidora y usuaria las leyes que regulan lo relativo a las acciones de competencia desleal, para que la población conozca en materia de concientización los derechos que le asisten.
 10. Crear una cultura de denuncia, a través de medios de comunicación, para instar a las víctimas de actos de competencia desleal para que denuncien este tipo de delito.
 11. Establecer en los principales comercios donde la población acude a la búsqueda de bienes y servicios, calcomanías que indiquen donde asistir en caso de verse afectado por la competencia desleal en la actividad comercial nicaragüense.
 12. Realizar un censo posterior a las acciones informativas para poder determinar el alcance de la información en los consumidores y usuarios, como una medición del empoderamiento de los derechos, deberes y garantías frente a los actos de competencia desleal en Nicaragua.

Lista de Referencia

- Arguello W, & Incer L (2010) *Analizar el régimen jurídico de protección de las prácticas desleales en el comercio previsto en el capítulo V de la Ley de Promoción de la competencia. Tesis inédita de Licenciatura) Universidad Centroamericana UCA, Managua, Nicaragua.*
- Arce, B., & Guzman , L. (2014). La competencia desleal en el desarrollo economico nacional. *Memoria institucional 2009-2014*, 54.
- Arce, B., & Guzman, L. (2014). Instituto Nacional de Promocion de la competencia. *Memoria Institucional 2009-2014*, 54.
- Arce, B., & Guzman, L. (2014). La competencia en el desarrollo Economico Nacional. *Memoria Institucional 2009-2014*, 54.
- Bautista, J., (2015, 21 de octubre) *El derecho de consumo, un Derecho humano*, El nuevo Diario. Recuperado: <http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/374297-derecho-consumo-derecho-humano/>
- Borge, R., & Castillo, A. (marzo de 2003). Competencia desleal en la publicidad comercial en nicaragua. *Competencia desleal*. Managua, Nicaragua, Managua: Unan-Managua.
- Cáceres & Díaz, (2014) *Análisis de la Ley de Competencia en Nicaragua y su aplicación material, Tesis Inédita de Licenciatura, UNAN-León, Nicaragua.*
- Cruz, J. (2014). *Manual del Derecho Mercantil*. Managua: Hispamer.
- FOJ, S, Buil, M, y Moreno A (s.f.) *Consumo Responsable, Consume Inteligente*, recuperado: <http://iesbinef.educa.aragon.es/departam/webinsti/consumo/intro.pdf>
- Gonzalez, N., Amador, C., Guzman, L., & Alcocer, G. (16 de abril de 2016). *Procompetencia*. Recuperado el 16 de 04 de 2016, de Procompetencia: <http://procompetencia.gob.ni/?p=786>
- González (2012) *Los procedimientos para resolver los conflictos de Competencia desleal*, Tesis Inédita de Licenciatura, UCA, Managua.

Guzman, L., Acosta, M., Amador, C., & Alcocer, G. (2010). Beneficios de la Competencia. *Guia Popular de Competencia*, 17.

Guzman, L., Acosta, M., Amador, C., & Alcocer, G. (2010). Desventajas de un Mercado Competitivo. *Guia Popular de Competencia*, 17.

Guzman, L., Acosta, M., Amador, C., & Alcocer, G. (2010). Prevencion de la competencia. *Guia Popular de Competencia*, 17.

Guzman, L., Acosta, M., Amador, C., & Alcocer, G. (2010). Ventajas de un Mercado Competitivo. *Guia popular de competencia*, 17.

Guzman, L., Sandino, H., & Torres, G. (2013). Analisis Sustantivo de la Experiencia de Procompetencia en la aplicacion de la ley. *Examen Voluntario entre Homologos del derecho y la politica de competencia: Nicaragua*, 31.

Guzman, L., Sandino, H., & Torres, G. (2013). Aspectos Institucionales: Procompetencia. *Examen Voluntario entre Homologos del derecho y la Politica de la competencia*, 31.

Guzman, L., Sandino, H., & Torres, G. (2013). Aspectos Procedimentales. *Examen Voluntario entre Homologos del derecho y la Politica de la Competencia*, 31.

Guzman, L., Torres, G., & Sandino, H. (2013). Antecedentes de la ley 601. *Examen Voluntario entre homologos del derecho y la politica de Competencia: Nicaragua*, 31.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: McGraw-Hill.

Ley 601, Ley de Promoción de la Competencia. Publicada en la Gaceta Diario Oficial. 206 del 24 de octubre de 2006. Nicaragua.

Ley 842, Ley de Protección de las personas consumidoras y usuarias. Publicada en la Gaceta Diario Oficial. No 129 del 11 de julio de 2013. Nicaragua.

Piris (2000) *Evolución de los derechos del consumidor*, UNNE, argentina recuperado:http://www.unne.edu.ar/unnevieja/Web/cyt/cyt/2000/1_sociales/s_pdf/s_006.pdf

Rostran, D. (12 de febrero de 2007). Competencia desleal. *La competencia desleal en el ambito de la publicidad comercial*. Managua, Managua, Nicaragua: Unan-Managua.

Rubio, T., & Hernandez, A. (abril de 2007). El derecho marcario y su relacion con la competencia desleal y los derechos del consumidor en Nicaragua. *Propiedad intelectual*. Managua, Nicaragua, Managua: Unan-Managua.

SAIJ (2015) *Derecho del consumidor, indubio pro consumidor, argentina* <http://www.saij.gov.ar/derechos-consumidor-in-dubio-pro-consumidor-suf0004443/123456789-0abc-defg3444-000fsoiramus>

Tamayo, M. (2003). *El Proceso de la Investigacion Cientifica*. Mexico: Limusa, S.A. de C.V.

UNCETAD (2013) *Examen voluntario entre homólogos del Derecho y la Política de la competencia en Nicaragua*. Recuperado: http://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditcclp2013d2_overview_es.pdf

Zelaya, M., & Avendaño, R. (2014). *Barreras Privadas en perjuicio de las MIPYMES*, 116.

Anexos

Anexo 1 Entrevista.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN-Managua
Departamento de Derecho



Estimado.

Lic. _____

La presente investigación tiene un carácter académico, con ella se pretende recolectar información a la temática “Acciones Civiles frente a los actos de competencia desleal, en el primer trimestre del año dos mil dieciséis.”

Su valiosa contribución, generara beneficios a nivel académico a los estudiantes que quieran indagarse alrededor de esta temática; agradecemos su inestimable aporte, su atención y contestación ante las preguntas que a continuación se plantean.

Entrevista

1. ¿Qué es el Derecho del Consumidor?
2. ¿Cuál es la base Jurídica del Derecho de los Consumidores?
3. ¿Cuál es la importancia de la legislación del Derecho de los consumidores?
4. ¿Cuál es la relación entre el derecho de los consumidores y el derecho de la competencia?
5. ¿Cuáles son los beneficios de la competencia para los consumidores?
6. ¿Qué factores motivaron a la creación del instituto de Promoción de la Competencia?
7. ¿Cómo está Organizado el instituto de Promoción de la competencia?
8. ¿Cuál ha sido el aporte realizado por el instituto de Promoción de la competencia en la prevención de la competencia desleal?
9. ¿Qué tipo de denuncias se han reportado con más frecuencia en el primer trimestre del año dos mil dieciséis?
10. ¿Cuál es la actuación de Procompetencia frente a una denuncia que violenta la libertad de competencia?
11. ¿Cuántos casos ventilados en el instituto de Promoción de la competencia, en el primer trimestre del año dos mil dieciséis, han llegado a instancias judiciales?
12. ¿Cuáles han sido las experiencias más significativas en la defensa de la libertad de competencia?
13. ¿Qué estrategias considera que generarían una mayor aplicación del procedimiento establecido en respuesta a los actos de competencia desleal?

Anexo 2 Análisis de los Resultados.

En este proceso de la investigación para el análisis cualitativo de los datos fue necesario recopilar información a través de la aplicación del instrumento de entrevista abierta, recurriendo al Instituto de PROCOMPETENCIA, en dicha institución se aplicó el instrumento a tres expertos, siendo estos el Licenciado Gustavo José Tórrez, Licenciado Haxama Rivera y Licenciada María Belén Zelaya. con el objetivo de conocer información importante que aportará a la temática de investigación: Acciones Civiles frente a los actos de competencia desleal, en la legislación nicaragüense.

1. Derecho del Consumidor

Los entrevistados comparten un similar criterio de manera general y amplia en cuanto al aspecto doctrinario jurídico siendo que el derecho como tal es extensivo en su análisis e interpretación, de manera que es una norma de protección que les permite a los consumidores y usuarios tener una figura legal ante los actos de competencia desleal.

2. Base Jurídica del Derecho de los Consumidores.

Simplificar el proceso del procedimiento de la defensa de los derechos del consumidor y usuario.

3. Importancia de la legislación del Derecho de los consumidores.

Evitar la evasión de la responsabilidad de parte de las empresas prestadoras de servicios y contribuir al procedimiento de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

4. Relación entre el derecho de los consumidores y el derecho de la competencia.

La relación es bilateral por un lado regular la correspondencia entre proveedores en el mercado para que las prácticas competitivas o conductas de competencia desleal no afecten a los consumidores y usuarios, y por la otra parte están todos los aspectos importantes para la económica, calidad, concentración de

productos, el abastecimiento y el fácil acceso a todos los productos para los consumidores y usuarios.

5. Beneficios de la competencia para los consumidores.

Una competencia efectiva contribuye a mejorar la calidad de los productos y trasladar esa calidad y precios hasta el consumidor final.

Tener una mayor opción de un mismo producto o servicio, mayor oferta y tener las posibilidades de obtener mejores precios de acuerdo a la necesidad.

Contar con diferentes opciones en calidad y precios.

6. Factores de la creación del instituto de Promoción de la Competencia.

Evitar que las grandes empresas pudieran reemplazar fácilmente a los empresarios locales por la práctica desleal.

Crear un escudo legal que impida el abuso de las empresas nacionales e internacionales para defender a los consumidores y usuarios.

7. Organización del instituto de Promoción de la competencia.

Conforme a la Ley por un Consejo Directivo que esta precedido por cuatro personas:

- Dr. Luis Humberto Guzmán
- Dr. Cairo Amador
- Dr. Nolbia González
- Msc Gilberto Alcoser
- Dirección General Jurídica
- Dirección Económica
- Dirección de la Fiscalía de la Competencia
- Departamento de Abogacía de la Competencia
- Administrativa Financiera
- Contabilidad

8. Aporte realizado por el instituto de Promoción de la competencia en la prevención de la competencia desleal.

Elaboración de manuales que están disponibles al público a través de la web y servicio gratuito en el Instituto PROCOMPETENCIA.

Fomentar a través de capacitaciones y divulgación en medios de comunicación, en universidades, gremios, autoridades públicas como prevenir los abusos de la competencia desleal.

Garantizar la protección jurídica a las pequeñas, microempresas y grandes empresas, para evitar que afecten a los consumidores y usuarios en las prácticas anticompetitivas.

9. Tipos de denuncias reportados con más frecuencia en el Instituto PROCOMPETENCIA.

Conducta de competencia desleal y empresa que denuncia a otra empresa por problemas de marcas que crean una confusión en el mercado.

Denuncias de Competencia desleal.

Denuncias por concentraciones económicas.

10. Actuación de Procompetencia frente a una denuncia que violenta la libertad de competencia.

Realizar una investigación de oficio a través de la Fiscalía de Competencia y evidenciar que hay algún tipo de práctica desleal para abrir un proceso civil.

Determinar si los hechos señalados realmente son ciertos y se requiera de la empresa ante la práctica desleal

Sancionar de ser comprobado los delitos denunciados.

11. Casos en PROCOMPETENCIA en instancias judiciales.

En este año se han conocido 4 denuncias por competencia desleal atendidas a la fecha y están en proceso de revisión.

Ninguno ha llegado a instancia judicial debido a que el término del proceso inicia después de la denuncia, donde hay periodo probatorio de 30 días y 60 días

máximo para dictar resolución, posteriormente si hay recurso, si hay incidentes, se procede a la vía correspondiente.

12. Experiencias más significativas en la defensa de la libertad de competencia

Un caso que fue presentado por la Red Nacional de Defensa del Consumidor contra todo el Sistema Financiero Nacional, porque era una práctica destructiva del financiamiento de las tarjetas de crédito a través de intereses abusivos que afectaban la economía de los usuarios.

13. Estrategias para una mayor aplicación del procedimiento en respuesta a los actos de competencia desleal.

Desde el punto de vista profesional, que el mercado regulado sea ha visto directamente por la Corte de Autoridad de Competencia para eliminar los problemas de competencia que necesitan de especialización del área y de la materia.

Promover educación desde las universidades para que los futuros profesionales del derecho y de otras disciplinas, conozcan del quehacer de PROCOMPETENCIA.

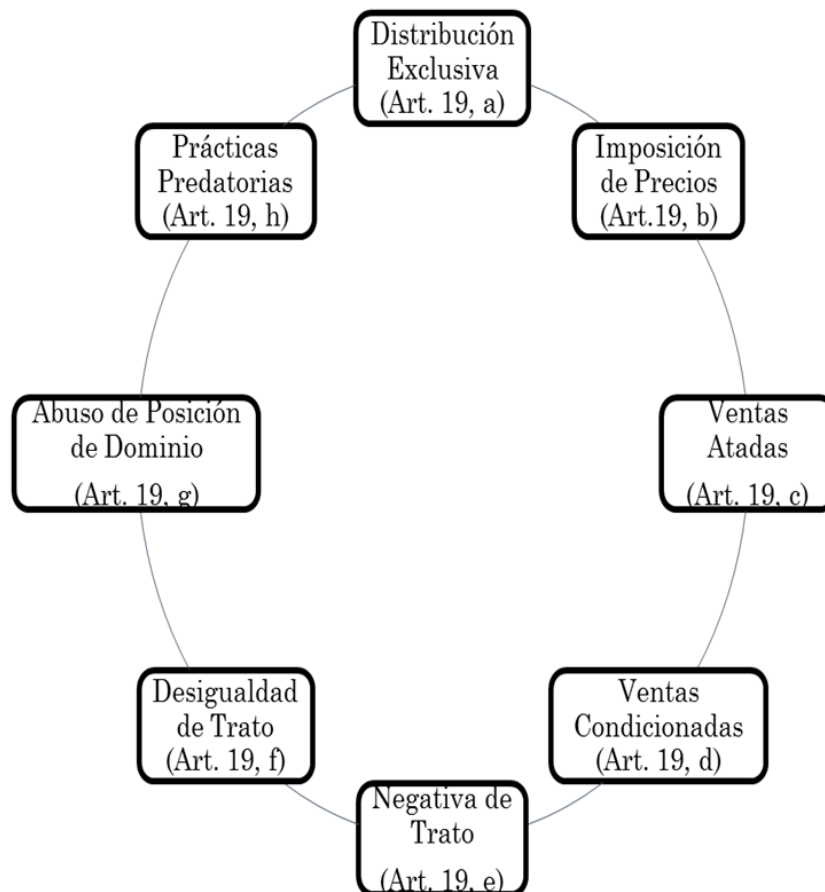
Divulgar que existe esta herramienta jurídica en función de las defensas de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Se concluye que la aplicación de este instrumento destinado únicamente para la realización de este trabajo final titulado análisis de las acciones civiles frente a los actos de competencia desleal en la legislación nicaragüense, desde el punto de vista académico y social permite tener un nuevo panorama de las situaciones de competencia desleal entre agentes económicos, y su afectación en las personas consumidoras y usuarias nicaragüenses.

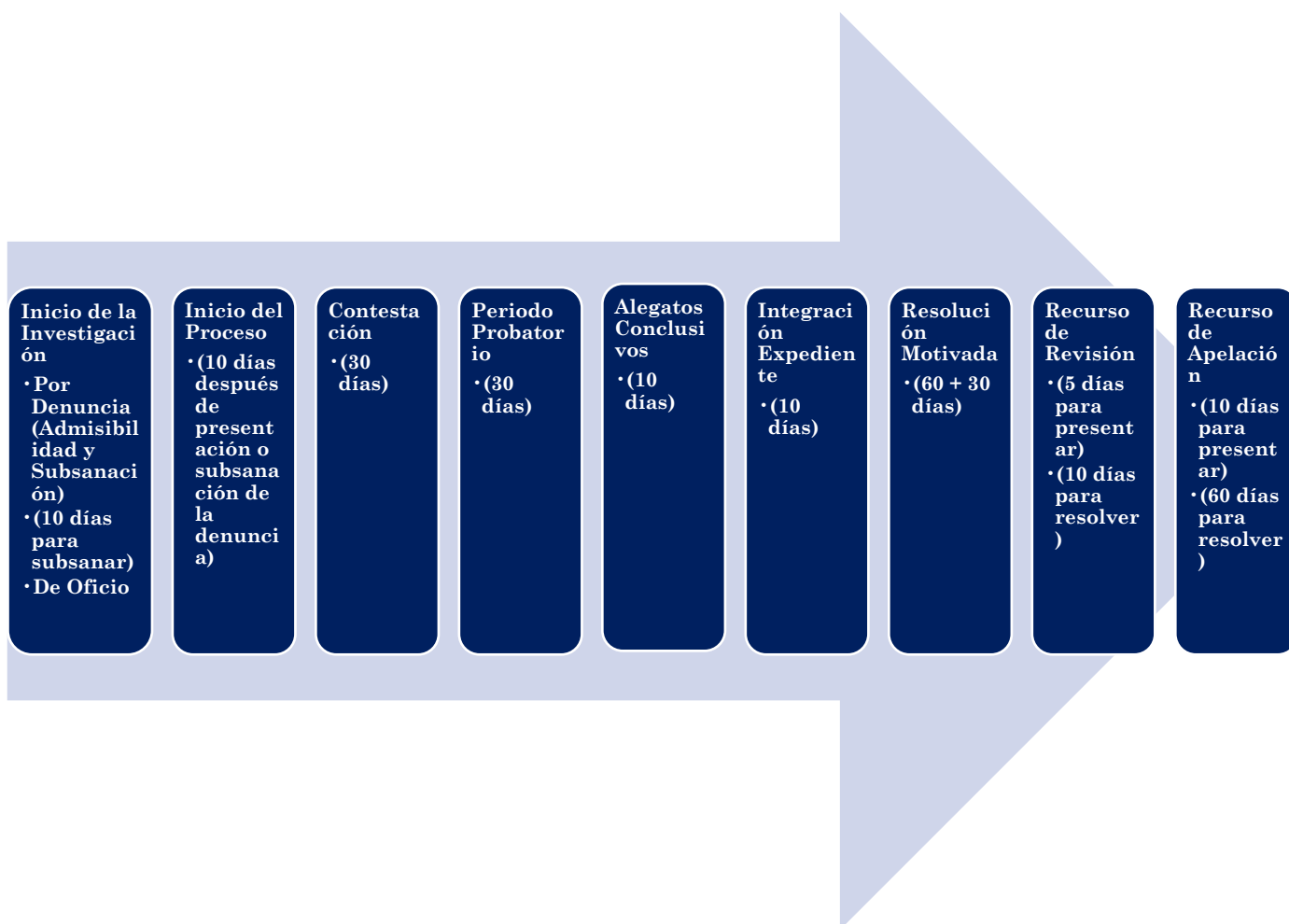
Por otra parte, están los agradecimientos al Instituto de PROCOMPETENCIA, por su valiosa contribución y esfuerzo en el desarrollo de la defensa y promoción de la libre competencia en Nicaragua.

Anexo 3 Prácticas entre agentes competidores según Ley 601.

Prácticas entre agente competidores



Anexo 4 Procedimiento de interposición de la denuncia establecido en la Ley 601.



Anexo 5 DISEÑO METODOLÓGICO.

1. Diseño Metodológico.

El presente trabajo es una investigación de **Enfoque Cualitativo**, por lo cual según **Tamayo** por su enfoque metodológico y su fundamentación epistemológica tiende a ser de orden explicativo, orientado a estructuras teóricas; caracterizada por la utilización de un diseño flexible para enfrentar la realidad y las poblaciones objeto de estudio; fundamentada en la experiencia.

Es de **tipo descriptivo** por lo que **Fernández, Hernández y Baptista** refieren, que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido a análisis, miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

Es de **corte transversal** en tanto según **Fernández, Hernández y Baptista**, recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia en un momento dado.

2. AREA DE APLICACIÓN.

La investigación se llevará a cabo en el Instituto Nacional de Promoción de la competencia, ubicado del Busto José Martí 5 cuadras al este, esquina mano izquierda, de la ciudad de Managua.

3. POBLACION.

La población en esta investigación comprenderá todos aquellos casos ventilados por el Instituto Nacional de Promoción de la competencia en el primer trimestre del año dos mil dieciséis.

4. MUESTRA DE EXPERTOS.

La muestra en la investigación estará comprendida de tres expertos de Procompetencia a los que se les realizará entrevistas. Ya que es una investigación con un enfoque cualitativo, dirigida hacia determinadas personas.

Anexo 6 Matriz de descriptores.

OBJETIVOS	PREGUNTAS	INSTRUMENTO	INFORMANTE
Describir la legislación actual que rige en relación al derecho del consumidor y la ley 601 “de Promoción de la Competencia	¿Cómo se rige la legislación actual en relación al derecho del consumidor y la ley 601 de promoción de la competencia?	1. Ley N°842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias; Ley N° 601, ley de promoción de la competencia.	
	¿Qué consecuencias trae la trasgresión de la libre competencia?	Entrevista	Funcionario de Procompetencia
Explicar la legislación actual de la competencia y las acciones civiles frente a estos actos.	¿Cuál es la legislación actual de la competencia y las acciones civiles frente a estos actos?	Ley N° 601, ley de promoción de la competencia.	
	¿Qué po de denuncias se a enden con más frecuencias en Procompetencia?	Entrevista	Funcionario de Procompetencia
	¿Cuál es la actuación de Procompetencia frente a una denuncia que violenta la libertad de competencia?	Entrevista	Funcionario de Procompetencia
Explicar las diferentes acciones civiles en función de la competencia desleal.	¿Cuáles son las diferentes acciones civiles en función de la competencia desleal?	Código Civil de la Republica de Nicaragua; Ley N° 601, ley de promoción de la competencia.	
	¿Cuántos casos ven lados ante Procompetencia llegan a instancias judiciales?	Entrevista	Funcionario de Procompetencia
Formular estrategias en la aplicación del procedimiento establecido en respuesta a los actos de competencia desleal.	¿Qué estrategias generan una mayor aplicación del procedimiento establecido en respuesta a los actos de competencia desleal?	Entrevista	Funcionario de Procompetencia

Anexo 7 LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA

LEY No. 601, Aprobada el 28 de Septiembre del 2006

Publicada en La Gaceta No. 206 del 24 de Octubre del 2006

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA

Hace saber al pueblo nicaragüense que:

LA ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA

En uso de sus facultades;

HA DICTADO

La siguiente:

LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA

CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES

Arto.1.- Objeto de la Ley. El objeto de la presente Ley es promover y tutelar la libre competencia entre los agentes económicos, para garantizar la eficiencia del mercado y el bienestar de los consumidores, mediante el fomento de la cultura de la competencia, la prevención, la prohibición y sanción de prácticas anticompetitivas.

Arto. 2.- Ámbito de Aplicación. Están sujetos a las disposiciones de esta Ley cualquier acto, conducta, transacción o convenio realizado por los agentes económicos en todos los sectores de la economía nacional, incluyendo los efectuados fuera del país, en la medida en que produzcan o puedan producir efectos anticompetitivos en el mercado nacional.

Arto. 3.- Definiciones. Agente Económico: Toda persona natural o jurídica, sea esta última pública, privada o mixta, o cualquier forma de organización, tenga o no fines de lucro, que realice actividades económicas.

Mercado Relevante: Es la línea del comercio en una determinada zona geográfica, abarcando todos los productos o servicios razonablemente sustituibles entre sí, así como todos los competidores inmediatos, a los que un mayorista, intermediario o consumidor pudiese acudir a corto plazo.

Posición de Dominio en el Mercado: Es la situación o condición en que se encuentra un agente económico, que le permite controlar el mercado relevante de un determinado bien o servicio, sin que los demás agentes económicos puedan contrarrestar esa posición.

Prácticas Predatorias: Es el comportamiento desarrollado por agentes económicos, que puede consistir en vender bienes o servicios por debajo de los costos marginales o cualquier acción anticompetitiva tendiente a encarecer los costos de los competidores, siempre que se lleve a cabo con el propósito de restringir la libre competencia.

Ventas Netas Anuales: Es el resultado de las ventas brutas anuales, menos el importe de las devoluciones sobre ventas, descuentos y bonificaciones.

Salario Mínimo: Es el salario mínimo promedio nacional vigente determinado por la Comisión Nacional de Salario Mínimo.

Arto. 4.- Excepciones. Se exceptúan de la aplicación de las disposiciones de esta Ley:

a) El ejercicio de los Derechos de Propiedad Intelectual que las leyes reconozcan a sus titulares, siempre y cuando estos no incurran en prácticas anticompetitivas las que se definirán más adelante.

b) Las actividades entre agentes económicos que tengan por objeto lograr mayor eficiencia en la actividad productiva y/o de comercialización, entre otras, la armonización de estándares técnicos y de calidad de productos, adopción de marcas colectivas, y cooperación en materia de desarrollo tecnológico o medio ambiental, mientras no configuren ninguna de las conductas prohibidas por la Ley.

c) Las prestaciones o beneficios que los empleadores otorguen a sus trabajadores, cuando sean resultado de acuerdos o negociación colectiva; mientras no configuren ninguna de las conductas prohibidas por la Ley.

d) Los acuerdos y convenios comerciales entre agentes económicos que tengan por objeto la promoción de las exportaciones, siempre que sean compatibles con las normas de la Organización Mundial de Comercio, acuerdos y convenios

ratificados por el Estado de Nicaragua y que no causen efectos anticompetitivos en el mercado nacional.

e) Las acciones promovidas por el Estado, con el objetivo de garantizar la salud y la seguridad alimentaria y nutricional de la población nicaragüense.

CAPÍTULO II DE PROCOMPETENCIA

Arto. 5.- Autoridad de Aplicación. Se crea el Instituto Nacional de Promoción de la Competencia denominado en adelante PROCOMPETENCIA, como una Institución de Derecho Público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, de carácter técnico, con autonomía administrativa y presupuestaria para el ejercicio de las atribuciones y funciones que se establecen en la presente Ley y su Reglamento.

PROCOMPETENCIA tendrá a su cargo la aplicación de la presente Ley, su domicilio será en la capital de la República y estará facultado para establecer oficinas en cualquier lugar del territorio nacional.

Arto. 6.- Patrimonio de PROCOMPETENCIA. El patrimonio de PROCOMPETENCIA estará constituido por:

- a) Los recursos que el Estado le confiera en su inicio;
- b) Partida asignada del Presupuesto General de la República;
- c) Los bienes muebles e inmuebles que adquiera para el desarrollo de sus funciones;
- d) Las subvenciones y aportes que le confiera el Estado, previo autorización de la Contraloría General de la República;
- e) Los recursos provenientes de la cooperación internacional;
- f) Los ingresos provenientes de la venta de las publicaciones;
- g) Los legados y donaciones que reciba, exceptuando los provenientes de los agentes económicos regulados por esta Ley;
- h) Los ingresos no tributarios, derechos y tasas por servicios; y
- i) Otros ingresos que legalmente pueda obtener.

PROCOMPETENCIA presentará su presupuesto anual al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, de acuerdo a sus necesidades y objetivos, para que éste lo someta a la aprobación ante la Asamblea Nacional dentro del Proyecto de Ley del Presupuesto General de la República.

Arto. 7.- De la Composición del Consejo Directivo. La máxima autoridad de PROCOMPETENCIA será el Consejo Directivo, el cual estará conformado por su Presidente y dos Directores y sus respectivos suplentes que serán nombrados por el Presidente de la República y serán ratificados por la Asamblea Nacional por mayoría absoluta de sus miembros.

Los directores serán nombrados de tres ternas propuestas por el Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP), el Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONIMIPYME) y el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) de entre profesionales calificados y conocedores de la materia, las ternas deberán especificar, por separado, el nombre del candidato a Presidente del Consejo Directivo.

Los miembros propietarios del Consejo Directivo ejercerán su cargo a tiempo completo y no podrán ejercer ninguna actividad profesional a excepción de la docencia, siempre y cuando sea en horas no laborales y no vaya en menoscabo del desarrollo de sus funciones. Estos no podrán ser removidos sin causa fundada, la que deberá ser aprobada por la Asamblea Nacional. Los Directores suplentes asistirán a las sesiones del Consejo Directivo con voz pero sin voto, salvo cuando actúen en sustitución de los Directores propietarios.

Los nombramientos serán por el período establecido en la presente ley.

El Consejo Directivo deberá ser integrado por al menos un economista y un abogado.

Arto. 8.- Del Quórum y de las Resoluciones. El Consejo Directivo deberá reunirse en sesión ordinaria por lo menos una vez al mes, pudiendo celebrar sesiones extraordinarias cuando las necesidades lo requieran o lo soliciten dos de sus miembros. La convocatoria será por escrito con cinco días hábiles de anticipación. Habrá quórum con la asistencia de todos los miembros propietarios o quienes hagan sus veces. Las resoluciones se tomarán por mayoría de votos.

En caso que no haya quórum en más de tres sesiones ordinarias consecutivas por la inasistencia de uno o dos de los miembros del Consejo Directivo, el Presidente integrará al suplente respectivo para la conformación del quórum de ley.

Arto. 9.- Calidades de los Miembros del Consejo Directivo. Los Miembros del Consejo Directivo deberán ser:

- a) Ciudadano Nicaragüense.
- b) Haber residido en Nicaragua al menos cuatro años antes de su nombramiento, con la salvedad de los que prestan servicio diplomático, trabajen en organismos internacionales o realicen estudios en el extranjero.
- c) Haber cumplido los treinta años de edad o ser menor de setenta y cinco años de edad.
- d) Con grado de maestría en ciencias económicas o jurídicas.
- e) De reconocida honorabilidad y probidad notoria.
- f) Tener cinco años de ejercicio profesional y experiencia en las materias relacionadas a sus atribuciones y
- g) Estar en pleno ejercicio de sus derechos ciudadanos y no haberlos perdido en los cinco años anteriores al nombramiento.

Los candidatos propuestos para optar a ser miembros del Consejo Directivo, deberán ofrecer la documentación necesaria que acredite sus calificaciones y requisitos señalados en la presente Ley.

Arto. 10.- Prohibiciones e Incompatibilidades. Son causales de prohibición e incompatibilidad para ser miembros del Consejo Directivo:

- a) Los que fueren legalmente incapaces;
- b) Los comprendidos dentro del sexto párrafo del artículo 130 de la Constitución Política de Nicaragua, así como sus cónyuges y parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad;
- c) Los militares en servicio activo;

- d) Los que hubieren sido condenados por sentencias firmes por delitos que merezcan penas más que correccionales;
- e) Los que desempeñen simultáneamente otro cargo en otra Institución Pública o de los Poderes del Estado;
- f) Los que hubieren recaudado o administrado fondos públicos o municipales sin estar finiquitadas sus cuentas; y

Los directores designados, al ser nombrados deberán cesar a lo inmediato sus actividades como funcionarios, administradores, apoderados o representantes legales de los agentes económicos sujetos a las disposiciones de esta Ley.

Arto. 11.- Causales de Remoción del Cargo. Son causales de remoción de los miembros del Consejo Directivo las siguientes:

- a) Incurrir en causal de incompatibilidad en el ejercicio del cargo después del nombramiento;
- b) Incumplimiento grave de las obligaciones y funciones inherentes al cargo;
- c) Negligencia o impericia en sus actuaciones, debidamente comprobadas;
- d) Incapacidad física o mental que imposibilite el ejercicio del cargo;
- e) Cuando por causa injustificada, dejase de asistir a tres sesiones consecutivas;
- f) En caso de condena por sentencias firmes por delitos que merezcan penas más que correccionales;
- g) Los que incurran en cualquiera de las causales contenidas en el artículo diez de la presente Ley.

Cuando exista o sobrevenga alguna de las causales de remoción mencionadas, cesará la gestión del respectivo miembro del Consejo Directivo y se procederá a su reemplazo, previo al proceso respectivo.

Corresponderá a la Asamblea Nacional a petición del Presidente de la República, previa audiencia del afectado y siguiendo el debido proceso, el declarar de manera motivada la remoción y sustitución o la improcedencia de las mismas.

Arto. 12.- Implicancia o Recusación. Los miembros del Consejo Directivo y el personal a su cargo, deberán excusarse de conocer en aquellos asuntos en los que puedan obtener un beneficio directo o indirecto.

Se entenderá que existe interés respecto de un asunto, cuando se tenga una vinculación personal, la tenga su cónyuge o se derive de un nexo de parentesco comprendido dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, con personas relacionadas con el mencionado asunto.

Los miembros del Consejo Directivo podrán ser recusados mediante escrito motivado, en cualquier estado de los procedimientos establecidos en esta Ley.

Desde la fecha en que se presente el escrito de recusación, dicho miembro no podrá intervenir ni en la decisión del incidente ni en el procedimiento de que se trate, pero serán válidos los actos realizados con anterioridad.

El conocimiento y decisión sobre la procedencia de la recusación corresponde al Consejo Directivo.

Tanto en los casos de Implicancia como de Recusación el Presidente del Consejo Directivo incorporará al suplente correspondiente.

Arto. 13.- Atribuciones del Consejo Directivo:

- a) Llevar a cabo un programa de educación pública para promover la cultura de la competencia;
- b) Resolver los casos sometidos a su conocimiento y relacionados a la Presente ley;
- c) Conocer y resolver el recurso de apelación interpuesto en contra de la resolución dictada sobre el recurso de revisión emitido por el Presidente de PROCOMPETENCIA;
- d) Conocer y resolver el recurso de revisión interpuesto contra sus propias resoluciones;
- e) Informar a los entes reguladores, cuando producto de la investigación de una

práctica anticompetitiva se determine que la causa o el problema tenga su origen en las regulaciones de dichos entes, a efecto que tomen las medidas correspondientes;

f) Estudiar y proponer para su presentación propuestas de reforma a ésta Ley a los que tengan iniciativa de ley;

g) Informar y solicitar la intervención del Procurador General de la República, según el caso, cuando la situación lo amerite;

h) Aprobar la estructura organizativa y la base normativa de PROCOMPETENCIA necesaria para la aplicación de la presente Ley;

i) Aprobar el presupuesto anual de PROCOMPETENCIA y remitirlo al Ministerio de Hacienda y Crédito Público;

j) Ordenar y contratar la realización de consultorías específicas sobre aspectos técnicos que sean necesarios para cumplir con el objetivo de la presente Ley;

k) Nombrar a un auditor interno encargado de la inspección y vigilancia de las operaciones y contabilidad de PROCOMPETENCIA; y

l) Las demás que le confiera la presente Ley.

Arto. 14.- Atribuciones del Presidente de PROCOMPETENCIA

a) La representación legal de PROCOMPETENCIA;

b) Conocer de oficio o por denuncia, aquellas situaciones en que pueda ser afectada la competencia en el mercado, ordenando las investigaciones e instrucción del expediente que corresponda en su caso;

c) Declarar la admisibilidad o improcedencia de las denuncias presentadas;

d) Solicitar ante autoridad judicial competente las medidas preventivas que correspondan a solicitud de parte o de oficio;

e) Dictar las resoluciones sobre los casos investigados e imponer las sanciones que correspondan en cada caso;

f) Ordenar la desconcentración parcial o total de los agentes económicos de conformidad con la presente Ley.

- g) Conocer de los recursos de revisión contra las impugnaciones a las resoluciones dictadas en el ámbito de su competencia;
- h) Representar al país nacional e internacionalmente en materia de políticas de competencia;
- i) Administrar y coordinar las actuaciones operativas del Instituto;
- j) Otorgar los poderes que sean necesarios con la previa autorización del Consejo Directivo;
- k) Administrar los recursos financieros y patrimonio de PROCOMPETENCIA;
- l) Convocar a las sesiones del Consejo Directivo y coordinar el desarrollo de las mismas;
- m) Tomar las medidas necesarias para garantizar y proteger la confidencialidad de la información empresarial, comercial u oficial contenida en el archivo de PROCOMPETENCIA;
- n) Solicitar, a cualquier autoridad del país o del extranjero la información necesaria para investigar posibles violaciones a la ley;
- o) Establecer convenios de cooperación en materia de competencia con otras Instituciones análogas;
- p) Nombrar y remover al personal administrativo, conforme al procedimiento de ley correspondiente, velando por el correcto aprovechamiento de los Recursos Humanos de PROCOMPETENCIA;
- q) Compilar las resoluciones y publicarlas;
- r) Informar anualmente por escrito de los resultados obtenidos a la Asamblea Nacional, así mismo, informar y publicar con el visto bueno del Consejo Directivo, un informe anual de los resultados obtenidos;
- s) Proponer los mecanismos de coordinación con los Entes Reguladores para prevenir y combatir las prácticas anticompetitivas a que se refiere la presente Ley;

- t) Participar con las dependencias competentes en las negociaciones y discusiones de Tratados o Convenios internacionales en materia de Políticas de Competencia;
- u) Elaborar propuesta de Proyecto de Presupuesto Anual de Gastos e informar su ejecución presupuestaria;
- v) Proponer al Consejo Directivo, la organización administrativa de PROCOMPETENCIA y las reformas a la misma;
- w) Elevar a la consideración del Consejo Directivo, los proyectos normativos necesarios para la buena marcha de PROCOMPETENCIA; y
- x) Ejercer las demás funciones y facultades que la presente Ley establece y las que el Consejo Directivo le delegue.

Arto. 15.- Coordinación de PROCOMPETENCIA con otras Entidades Públicas en Materia de Competencia

Cuando se trate de investigaciones de prácticas contempladas en la presente Ley, efectuadas en los sectores económicos y mercados sujetos a regulación, PROCOMPETENCIA emitirá dictamen previo a la resolución de dichos entes reguladores.

El dictamen deberá ser solicitado por el ente regulador a PROCOMPETENCIA, dentro de un plazo de 30 días hábiles, una vez concluida la investigación por el ente regulador.

El dictamen emitido por PROCOMPETENCIA, se limitará exclusivamente a la determinación de la práctica objeto de investigación y en ningún caso PROCOMPETENCIA deberá pronunciarse sobre aspectos técnicos propios de la regulación del sector económico. El dictamen deberá ser dictado y publicado en sus partes conducentes en un medio masivo de comunicación social por PROCOMPETENCIA en un plazo no mayor de 90 días hábiles.

Para su resolución el ente regulador deberá tomar en consideración el dictamen emitido por PROCOMPETENCIA. La no emisión en tiempo de este dictamen no disminuye la capacidad resolutoria del ente regulador. CAPITULO III DE LA PROMOCIÓN Y ABOGACÍA DE LA COMPETENCIA

Arto.16.- De la Promoción y Abogacía de la Competencia. Con el propósito de garantizar el libre ejercicio de la competencia y la libertad empresarial, PROCOMPETENCIA ejercerá funciones de promoción y abogacía de la competencia mediante las siguientes acciones e iniciativas:

- a) Proponer la remoción de barreras legales de entrada a mercados que excluyan o limiten la participación de nuevos agentes económicos.
- b) Elaborar, divulgar y presentar propuestas técnicamente justificadas que tengan por objeto la liberalización y desregulación de sectores económicos y mercados claves para el desarrollo del país.
- c) Asesorar a los Entes de la Administración Pública Nacional, Regional o Municipal; para que en el cumplimiento de sus funciones, no se establezcan trabas o barreras burocráticas que obstaculicen los derechos a la libertad económica y la competencia.
- d) Proponer iniciativas para promover la simplificación de trámites administrativos y darles seguimiento.
- e) Realizar actividades de promoción de la competencia, asesorando a los órganos y entidades del Estado, agentes económicos, organizaciones académicas, colegios de profesionales, en materia económica y comercial.
- f) Promover y realizar estudios, investigaciones y otras actividades de investigación y divulgación, con el fin de inducir una cultura de la competencia entre los agentes económicos del país.

PROCOMPETENCIA podrá dirigir informe a la autoridad respectiva, sugiriendo la adopción de medidas correctivas sobre los posibles efectos contrarios a la Competencia, derivados de sus disposiciones. Los resultados de las investigaciones sobre promoción de competencia en el Estado, deberán ser del dominio público, con el propósito de aumentar la transparencia y fomentar la participación ciudadana.

CAPITULO IV DE LAS PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS

Arto.17.- Prohibición General. Se prohíben los actos o conductas, acuerdos, pactos, convenios, contratos entre agentes económicos competidores y no

competidores, sean estos expresos o tácitos, escritos o verbales, cuyo objeto sea limitar o restringir la competencia o impedir el acceso o eliminar del mercado a cualquier agente económico, en los términos y condiciones establecidos en la presente ley.

Arto. 18.- Prácticas entre Agentes Económicos Competidores. Particularmente quedan prohibidos los siguientes convenios y acuerdos entre agentes económicos, sean éstos expresos o tácitos, escritos o verbales que:

a. Establezcan acuerdos para fijar, elevar, concertar o manipular el precio u otras condiciones de venta o compra de bienes o servicios bajo cualquier forma; al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto;

b. Dividan, distribuyan, asignen o impongan porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, vendedores, proveedores, por tipo de productos vendidos, tiempos o espacios determinados o determinables; o por cualquier otro medio.

c. Celebren acuerdos para eliminar a otras empresas del mercado o limitar el acceso al mismo por parte de otras firmas desde su posición de compradores o vendedores de productos determinados.

d. Fijen o limiten cantidades de producción; estableciendo la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación de un número, volumen o frecuencia restringidos o limitados de servicios;

e. Establezcan, acuerden o coordinen posturas fijando, absteniendo o limitando los precios en subastas o en cualquier otra forma de licitación de conformidad con la ley de la materia, a excepción de la oferta presentada conjuntamente por agentes económicos que claramente sea identificada como tal en el documento presentado por los oferentes.

Aquellos acuerdos entre agentes productivos nacionales y agentes compradores externos, que favorezcan el reconocimiento de condiciones más favorables para

los productores nacionales, no serán consideradas como prácticas limitantes del libre mercado.

Arto. 19.- Prácticas entre Agentes Económicos no Competidores. Sujeto a que se comprueben los supuestos relativos a los criterios de comprobación, se consideran prácticas entre agentes económicos no competidores los actos, contratos, convenios o combinaciones, sean estos expresos o tácitos, escritos o verbales, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser:

a) La contratación o acuerdo injustificado para la distribución exclusiva de bienes o servicios entre agentes económicos que no sean competidores entre sí; o cuando el proveedor o distribuidor mayorista de un producto, venda solamente bajo la condición que el comprador minorista no compre o distribuya productos de la competencia.

b) La imposición de precios y/u otras condiciones, que un distribuidor o minorista debe observar al momento de proveer bienes o servicios a compradores.

c) La venta de un bien condicionado a la adquisición de otro o a la utilización de un servicio, o la prestación de un servicio condicionado a la utilización de otro o a la adquisición de un bien.

d) La compra o venta sujeta a la condición de no usar o adquirir, vender o abastecer, bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por terceros.

e) La negativa de vender, proporcionar o comprar, ha determinado agente económico bienes o servicios que de manera usual y normal estén disponibles u ofrecidos a terceros y que no existan, en el mercado relevante, proveedores alternativos disponibles operando en condiciones normales. Se exceptúan las denegaciones de trato por parte del agente económico, cuando exista incumplimiento de obligaciones contractuales por parte del cliente o que el historial comercial del potencial cliente demuestre altos índices de incumplimiento, de devoluciones o mercancías dañadas, sin que dichos incumplimientos o comportamientos puedan ser justificados conforme la relación que rige a los agentes económicos de que se trate.

f) La aplicación de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen a unos competidores en situación de desventaja frente a otros.

g) La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a estos, para ejercer presión contra algún cliente o proveedor, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado; y

h) Las prácticas predatorias.

Arto. 20.- Criterios de Comprobación. Para considerar que las prácticas entre agentes económicos no competidores, son violatorias de esta Ley debe comprobarse entre otros criterios que:

a) El presunto responsable tiene posición de dominio sobre el mercado relevante;

b) Se realice respecto de los bienes o servicios correspondientes o relacionados con el mercado relevante de que se trate;

c) Que las prácticas impidan, limiten el acceso o desplacen a competidores del mercado, y en todo caso, que se produzca un perjuicio a los intereses de los consumidores.

Arto. 21.- Criterios para Determinar la Posición de Dominio. Para determinar si un agente económico tiene una posición de dominio en el mercado relevante de que se trate, se deberán considerar entre otros los criterios siguientes:

a) La existencia de barreras de entrada al mercado de bienes o servicios, sean éstas económicas y/o legales y los elementos que previsiblemente pueden alterar tanto dichas barreras, como la oferta de otros competidores;

b) Las posibilidades de acceso del agente económico y sus competidores a fuentes de insumos;

c) El comportamiento reciente en relación a la oferta y demanda en el mercado relevante;

d) La posibilidad de sustitución o de competencia entre marcas, productos o patentes en el mercado relevante;

e) El poder económico, financiero o tecnológico de los agentes económicos competidores participantes en la operación.

Arto. 22.- Criterios para Determinar el Mercado Relevante. Para determinar la dimensión del mercado relevante afectado por una práctica o conducta anticompetitiva, se deberán considerar entre otros los criterios siguientes:

a) La posibilidad de sustituir un bien o servicio determinado por otros, de origen tanto nacional como extranjero;

b) Los costos de distribución del bien mismo, sus insumos relevantes, sus complementos y sustitutos procedentes de otras regiones del país o del extranjero; para ello se tomara en cuenta los fletes, los seguros, los aranceles y las restricciones que no sean arancelarias y el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones.

c) Las posibilidades que tuvieren los consumidores para acudir a otros mercados;
y

d) Las Restricciones normativas, de carácter nacional o internacional, que limitan el acceso de los compradores o consumidores a fuentes de oferta alternativa o de los proveedores a clientes alternativos. CAPITULO V DE LA COMPETENCIA DESLEAL

Arto. 23.- Conductas de Competencia Desleal. Se considera competencia desleal todo acto o conducta realizada por agentes económicos en el ejercicio de una actividad mercantil que sea contrario a los usos y prácticas honestas en materia comercial.

Se prohíben los actos o conductas de competencia desleal entre los agentes económicos, que causen un daño efectivo o amenaza de daño comprobado, siendo entre otras, las siguientes:

a) Actos de Engaño: Utilizar o difundir indicaciones incorrectas o falsas, omitir las verdaderas, realizar publicidad engañosa, que tengan como resultado crear confusión, error o riesgo de asociación con respecto a otros productos y/o servicios.

b) Actos de Denigración: Realizar o difundir afirmaciones sobre productos o servicios, la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones comerciales de un agente económico, que menoscaben directa o indirectamente su prestigio en el mercado a no ser que sean exactas, verdaderas, pertinentes y comprobables.

c) Actos de Comparación: Comparar públicamente actividades, prestaciones, productos, servicios o establecimientos propios o ajenos, con los de un tercero, cuando la comparación se refiera a extremos que no sean objetivamente comprobables o que siéndolo contengan afirmaciones o informaciones falsas o inexactas.

d) Actos de Maquinación Dañosa: Sustracción de secretos, extorsión de empleados de agentes económicos competidores, actuales o potenciales.

e) Actos de Confusión: Crear confusión con la actividad, los productos, los nombres, las prestaciones, el establecimiento y los derechos de propiedad intelectual de terceros, así como toda conducta destinada a desorganizar y crear confusión internamente en la empresa, las prestaciones comerciales o el establecimiento ajeno.

f) Actos de Fraude: La imitación que implica aprovechamiento fraudulento de la posición, esfuerzo y prestigio de otro competidor.

g) Actos de Inducción: La inducción a trabajadores, proveedores, clientes y demás obligados, a infringir los deberes contractuales que han contraído con los competidores. Así como la apropiación, divulgación o explotación de un secreto industrial o empresarial o vaya acompañada de circunstancias tales como el engaño, la intención de eliminar a un competidor del mercado u otras análogas; y

h) Actos de Imitación: La imitación de prestaciones e iniciativas empresariales ajenas es libre, salvo que estén amparadas por un derecho de exclusiva reconocido por la Ley. La imitación de prestaciones de un tercero se reputará desleal cuando resulte idónea para generar la asociación por parte de los consumidores respecto a la prestación o produzca un aprovechamiento indebido de la reputación o el esfuerzo ajeno. Además, la imitación sistemática de las

prestaciones e iniciativas empresariales de un competidor es desleal cuando dicha estrategia se halle directamente encaminada a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y exceda de lo que, según las circunstancias, pueda reputarse una respuesta natural del mercado.

Los criterios para investigar estas conductas serán determinadas en el Reglamento de la presente Ley.

CAPÍTULO VII DE LAS CONCENTRACIONES

Arto. 24.- De las Concentraciones. Para efectos de esta Ley se consideran concentraciones:

- a) Cuando agentes económicos que han sido independientes entre sí realicen entre otros: actos, contratos, acuerdos, convenios, que tengan como finalidad la fusión, adquisición, consolidación, integración o combinación de sus negocios en todo o en partes, dejando de ser independientes;
- b) Cuando uno o más agentes económicos que ya controlan por lo menos otros agentes económicos adquieran por cualquier medio el control directo o indirecto de todo o de parte de mas agentes económicos; y
- c) Cualquier otro acuerdo o acto que transfiera en forma tacita o jurídica a un agente económico los activos de una empresa o le otorgue influencia determinante en la adopción de decisiones de administración ordinaria o extraordinaria de una empresa.

Las modalidades de concentración antes descritas no requieren notificación ni autorización previa.

Arto. 25.- Concentraciones Sujetas a Notificación. Se exceptúa de la disposición del artículo anterior, aquellas concentraciones realizadas entre los agentes económicos competidores que:

- a) Como consecuencia de la concentración se adquiera o se incremente una cuota igual o superior al veinticinco (25%) por ciento del mercado relevante; o
- b) Los agentes económicos a concentrarse que tengan ingresos brutos combinados superiores a un promedio de 642,857 salarios mínimos. La

metodología para el cálculo de los ingresos brutos de cada agente económico será establecida en el reglamento de la presente Ley.

Arto. 26.- Concentraciones Prohibidas. Quedan prohibidas las concentraciones de agentes económicos cuyo efecto sea o pueda ser disminuir, restringir, dañar o impedir la libre competencia económica respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados.

Se exceptúan de esta prohibición las concentraciones que recaigan sobre un agente económico que se encuentre en estado de insolvencia.

Para los efectos de este capítulo, no se consideran como Concentraciones, las asociaciones que se realicen por un tiempo definido para desarrollar un proyecto determinado.

Arto. 27.- Criterios para Investigar las Concentraciones. En la investigación de concentraciones se deberá determinar entre otros criterios que el acto o la tentativa:

- a) Confiera o pueda conferir al agente económico resultante de la concentración, el poder de fijar precios unilateralmente o restringir sustancialmente el abasto o suministro en el mercado relevante, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder, o
- b) Tenga o pueda tener por objeto indebidamente desplazar a otros agentes económicos, o impedirles el acceso al mercado relevante; o
- c) Tenga por objeto o efecto facilitar sustancialmente a los participantes en dicho acto o tentativa el ejercicio de las prácticas anticompetitivas a que se refieren los capítulos segundo y tercero de esta ley.

PROCOMPETENCIA no podrá denegar las concentraciones que le sean sometidos a su consideración, en los términos establecidos en esta Ley, cuando los interesados demuestren que puede haber ganancias significativas en eficiencia y beneficios directos al consumidor, que no puedan alcanzarse por otros medios y que se garantice que no resultará en una reducción de la oferta en el mercado.

Arto. 28.- Facultades de PROCOMPETENCIA en Materia de Concentraciones.

Para efectos del presente capítulo, se faculta a PROCOMPETENCIA para:

- a) Autorizar total o parcialmente la concentración.
- b) Condicionar la autorización de la concentración al cumplimiento y estricta observancia de requisitos claramente definidos, según dictamen del órgano de instrucción. Por vía de reglamento se establecerán los criterios, procedimiento y plazos para este dictamen.
- c) Mandar a efectuar una desconcentración parcial o total de lo que se hubiere concentrado de manera indebida, la terminación del control o la terminación de los actos según corresponda.
- d) Rechazar la concentración cuando ésta resulte o refuerce una posición dominante que dé lugar a impedir o limitar la competencia.

CAPITULO VII DEL PROCEDIMIENTO

Arto. 29.- Principios. PROCOMPETENCIA en sus actuaciones procesales estará apegado, entre otros, a los principios de: Confidencialidad, Impulso Procesal, Lealtad Procesal, Debido Proceso, Buena Fe.

Arto. 30.- De la Confidencialidad. La información recibida por PROCOMPETENCIA, que conforme el reglamento de la presente Ley, sea tenida como información confidencial, no podrá ser compartida, divulgada, publicada o ser utilizada de cualquier otra manera que viole el principio de confidencialidad.

PROCOMPETENCIA tomará todas las medidas que sean necesarias para garantizar la confidencialidad de la información, bajo su custodia.

Todo aquel funcionario o empleado, que viole la confidencialidad, se considerará como presunto autor del delito de revelación de secretos industriales, para lo cual se notificará a las autoridades pertinentes, a fin de que inicien los procesos judiciales que correspondan.

Únicamente tendrán acceso a los documentos e información declarada confidencial los funcionarios, peritos, asignados al procedimiento, bajo pena de las responsabilidades civiles y/o penales que correspondan.

Arto. 31.- Del Inicio de las Investigaciones. PROCOMPETENCIA actuará a petición de parte, o de oficio de conformidad con el presente procedimiento y lo que se establezca en el respectivo Reglamento; para la investigación de conductas de competencia desleal se actuará a petición de parte.

La denuncia será interpuesta por agentes económicos que tengan interés legítimo o por cualquier forma de organización, tenga o no fines de lucro, legalmente constituida.

En todos los procedimientos de aplicación de la presente Ley, la carga de la prueba sobre una violación a los preceptos de la misma, recaerá sobre la parte actora o la autoridad que la alegue.

Arto. 32.- Requisitos de la Denuncia. La denuncia deberá ser presentada por escrito ante PROCOMPETENCIA, observando los siguientes requisitos:

- a. Señalar al agente económico presuntamente responsable;
- b. Dirección de la sede principal del agente económico o negocio;
- c. Describir en qué consiste la práctica o violación de la Ley;
- d. El daño o perjuicio que se le ha causado o se le pueda causar en un futuro, incluyendo en su escrito de denuncia;
- e. Los elementos que configuren el tipo de práctica anticompetitiva y los argumentos que demuestren que el denunciante ha sufrido o puede sufrir un daño o perjuicio económico sustancial;
- f. La denuncia deberá estar debidamente firmada por el denunciante o quien legalmente lo represente, acompañando el documento público respectivo;
- g. Acompañará al original dos copias;

h. Señalar lugar para recibir notificaciones y demás diligencias dentro de la Capital de la República, Municipio de Managua, en caso que PROCOMPETENCIA no cuente con oficinas en el domicilio del denunciante.

Arto. 33.- Admisibilidad de la Denuncia. Para que una denuncia sea admisible, deberá cumplir con los requisitos estipulados en el artículo anterior; PROCOMPETENCIA la declarará admisible, o en su caso mandará a que el denunciante subsane las omisiones, conforme los plazos establecidos en el Reglamento de la presente Ley. Si el denunciante no cumple con los plazos establecidos o no subsane las omisiones, se declarará inadmisibile y se archivarán las diligencias.

Arto. 34.- Del Inicio del Proceso. La Instrucción del Proceso se ordenará mediante auto motivado, en la que se indique como mínimo lo siguiente:

- a) Nombramiento de los funcionarios que instruirán el proceso y que actuarán por delegación;
- b) Exposición sucinta de los hechos que justifiquen la investigación, la clase de infracción que se averigua y la sanción a que pudiere dar lugar;
- c) Notificación al presunto infractor de las actuaciones de oficio de PROCOMPETENCIA o de la denuncia interpuesta en su contra; la notificación deberá observar las formalidades que establece el Código de Procedimiento Civil. En el acto de la notificación de la investigación de oficio se le entregará al presunto infractor copia del acta que al efecto se levante y en el caso de denuncia, se le entregará copia de la misma.

Arto. 35.- De la Sustanciación del Proceso. El presunto infractor tendrá un plazo de treinta días hábiles contados a partir de la notificación para contrarrestar las pruebas presentadas por el denunciante, así mismo podrá aportar sus alegaciones, documentos e informaciones que convenientes y tendrá el derecho de proponer los medios probatorios que estime a bien para desvirtuar las pruebas en su contra.

Concluido el período alegatorio, se abrirá a pruebas el procedimiento por el plazo de noventa días hábiles. La prueba se evaluará conforme la graduación establecida en el Código de Procedimiento Civil.

Finalizado el período de pruebas, se podrá fijar un plazo no mayor de diez días hábiles para que él o los agentes económicos formulen los alegatos de conclusión.

Transcurrido el término de pruebas y de alegatos de conclusión y el análisis de las pruebas, se encontrará integrado el expediente del caso, los funcionarios delegados dentro del plazo de diez días hábiles remitirán el expediente con un análisis y propuesta de resolución al Presidente de PROCOMPETENCIA quien deberá emitir su resolución motivada en un plazo no mayor de noventa días hábiles computado desde el día siguiente de la remisión del expediente.

A criterio del Presidente de PROCOMPETENCIA, el plazo para emitir la Resolución motivada podrá ser prorrogado por un plazo igual y por una sola vez, cuando las circunstancias lo ameriten.

Arto. 36.- De las Resoluciones. Las Resoluciones podrán contener:

- a) La declaración de la existencia de conductas anticompetitivas, de prácticas de competencia desleal o la inexistencia de las mismas;
- b) La declaración de la existencia de abuso de uno o varios agentes económicos en virtud de una posición de dominio o declarar la inexistencia de las mismas;
- c) La autorización o rechazo de fusiones o acuerdos exceptuados;
- d) La cesación de prácticas prohibidas en un plazo determinado;
- e) Ordenar la desconcentración total o parcial de agentes económicos;
- f) La imposición de multas y sanciones por violación a la presente Ley.

La Resolución Administrativa firme declarando la ilegalidad de la práctica o acuerdo anticompetitivo, la conducta de competencia desleal, o la decisión sobre la autorización o no de concentraciones, hará plena prueba en todas las acciones que los afectados interpongan ante los Tribunales Ordinarios.

Los derechos y obligaciones originados por prácticas, conductas y acuerdos entre agentes económicos, declarados como violatorios a la presente Ley por resolución firme, serán nulos, por tanto, no producirá efectos jurídicos entre los mismos ni con terceros.

Arto. 37.- Garantía de Cumplimiento de las Resoluciones. Los agentes económicos que no cumplan con lo establecido en la resolución firme, no podrán contratar con el Estado.

PROCOMPETENCIA, podrá solicitar el auxilio de las autoridades policiales para ejecutar el cierre temporal de las actividades a nivel nacional, de los agentes económicos que no cumplan con las resoluciones.

Arto. 38.- Prescripciones. Las acciones conferidas por esta Ley prescriben en cinco años.

El derecho de los agentes económicos de resarcirse de los presuntos daños y/o perjuicios en la vía judicial, por las infracciones a las disposiciones de esta Ley, prescriben al término de un (1) año.

La prescripción comenzará a computarse desde la fecha en que la resolución de PROCOMPETENCIA haya quedado firme.

Arto. 39.- Del Recurso de Revisión. En contra de las resoluciones que dicte el Presidente del PROCOMPETENCIA cabe el recurso de Revisión, el cual será interpuesto por escrito ante la misma Autoridad en un plazo no mayor de cinco días hábiles contado a partir del día siguiente al de la notificación. Si transcurrido dicho plazo no se interpusiere el recurso, la resolución quedará firme. Presentado en tiempo y forma el recurso, el Presidente de PROCOMPETENCIA tendrá un plazo máximo de diez días hábiles para resolver contados a partir del día siguiente de la admisión del mismo. En caso de vencerse el plazo para resolver sin que se haya emitido resolución alguna, el recurso se tendrá como resuelto favorablemente al recurrente. Todo sin detrimento de las responsabilidades civiles y penales en que pueda incurrir el funcionario con motivo de su actuación.

Arto. 40.- Del Recurso de Apelación. La resolución del Presidente del PROCOMPETENCIA resolviendo el recurso de revisión será apelable ante el Consejo Directivo en un término de cinco días hábiles contados a partir del día siguiente a la notificación. El escrito de apelación, deberá expresarse el nombre y domicilio del recurrente y los agravios que causa la resolución recurrida. En caso de vencerse el plazo para resolver sin que se haya emitido resolución alguna, el recurso se tendrá como resuelto favorablemente al recurrente. Todo sin detrimento de las responsabilidades civiles y penales en que pueda incurrir el funcionario con motivo de su actuación.

El Consejo Directivo tendrá un plazo máximo de treinta días hábiles para resolver contados a partir del día siguiente de la admisión del mismo. La resolución decidiendo el recurso de apelación agota la vía administrativa.

Arto. 41.- De los Reclamos por Daños y Perjuicios. Los reclamos por daños y perjuicios serán dirimidos por la Ley de la materia.

Arto. 42.- De las Medidas Cautelares. El Consejo Directivo podrá imponer a petición de parte, la cesación del acto o conducta que presuntamente está causando el daño a la competencia o agentes económicos determinados.

Para que procedan las medidas cautelares propuestas, PROCOMPETENCIA mandará oír a los interesados durante un plazo de seis (6) días hábiles, para resolver dentro de igual plazo; el auto admitiendo o denegando la medida cautelar solicitada no admitirá recurso alguno.

Arto. 43.- Criterios para Aplicar Medidas Cautelares. Para imponer las medidas cautelares solicitadas por la parte interesada, PROCOMPETENCIA observará los siguientes criterios:

- a) Que éstas procedan conforme a Derecho y;
- b) Que no exista posibilidad de causar daños irreparables a los interesados;

Arto. 44.- Rendición de Fianza. Cuando proceda conforme los artículos anteriores la admisibilidad de la medida cautelar, la parte solicitante deberá rendir fianza de cualquier clase, declarada suficiente por el Presidente del

Consejo Directivo, para responder por daños y perjuicios que se pudieran causar a raíz de dicha cesación.

En cualquier momento, durante una investigación en proceso, PROCOMPETENCIA podrá ordenar de oficio la suspensión, modificación y revocación de la medida cautelar.

Arto. 45.- Incumplimiento de las Medidas Cautelares. En caso de incumplimiento de las medidas cautelares impuestas a un agente económico, PROCOMPETENCIA podrá imponer adicionalmente, multa de conformidad con lo establecido en el Artículo 46, literal e) de esta Ley.

CAPÍTULO VIII DE LAS SANCIONES

Arto. 46.- De las Sanciones. Sin perjuicio de las acciones civiles que correspondan, las infracciones a los preceptos de la presente Ley y demás disposiciones derivados de ella, serán sancionadas de forma individual o combinada cuando corresponda, de la siguiente manera:

a) Por incurrir en las prácticas contempladas en la prohibición general y entre agentes económicos competidores, de cien salarios mínimos hasta un máximo de diez mil quinientos salarios mínimos.

En el caso infracciones que a juicio de PROCOMPETENCIA, revistan de gravedad particular, podrá imponer como sanción una multa equivalente de un mínimo de uno (1%) hasta un máximo de diez por ciento (10%) de las ventas netas anuales obtenidas por el infractor durante el ejercicio fiscal anterior.

b) Por incurrir en las prácticas entre agentes económicos no competidores y conductas de competencia desleal, de veinticinco salarios mínimos hasta un máximo de ocho mil salarios mínimos.

En el caso infracciones que, a juicio de PROCOMPETENCIA, revistan de gravedad particular, podrá imponer como sanción una multa equivalente de un mínimo de uno (1%) por ciento hasta un máximo de seis (6%) por ciento de las ventas netas anuales del agente económico.

c) Por no haber notificado las concentraciones sujetas a dicha obligación; de un mínimo cien salarios mínimos de hasta un máximo de seiscientos salarios mínimos.

d) PROCOMPETENCIA podrá imponer sanciones por cada día de atraso, a los agentes económicos que deliberadamente o por negligencia no suministren la información y colaboración requerida o que haciéndolo lo hagan de manera incompleta o inexacta. La sanción correspondiente será de quince salarios mínimos, por cada día de atraso.

e) Las personas naturales que participen directamente, como cómplices o encubridores en las prácticas antes enumeradas, ya sea en su carácter personal o como funcionario o representante de un agente económico; o actuando en representación de persona jurídica, se le aplicará multa un mínimo de quince salarios mínimos y un máximo de cien salarios mínimos.

En caso de reincidencia de prácticas anticompetitivas o conductas prohibidas, los agentes económicos declarados responsables, serán sancionados con multa equivalente al doble de la sanción impuesta por PROCOMPETENCIA.

f) PROCOMPETENCIA podrá imponer una sanción hasta por el monto que hubiera correspondido de haberse comprobado la infracción, a aquellos denunciante cuyas peticiones hubiesen sido declaradas improcedentes y se hubiese comprobado que la intención de las mismas hubiese sido limitar la competencia, el acceso de competidores al mercado o promover la salida del competidor.

En caso de incumplimiento de los agentes económicos de las resoluciones firmes dictadas por PROCOMPETENCIA, esta podrá decretar el cierre temporal de las actividades a nivel nacional, de dichos agentes económicos, hasta que las cumplan con las resoluciones firmes u ofrezcan garantías de cumplimiento.

Arto. 47.- Criterios para Graduar las Sanciones. La aplicación de la sanción se hará teniendo en consideración lo siguiente:

a) El daño causado a la competencia;

b) La premeditación e intencionalidad;

- c) La dimensión del mercado afectado;
- d) El tiempo que ha durado el acuerdo, la práctica o la conducta prohibida;
- e) Reincidencia del infractor; y
- f) La suspensión voluntaria de la presunta práctica anticompetitiva por parte del agente económico investigado sujeto a investigación.

Arto. 48.- Atenuante de la Responsabilidad. Todo agente económico que ponga en conocimiento a PROCOMPETENCIA, algún tipo de acuerdo u otra práctica violatoria de la presente Ley, de la cual dicho agente sea participe con otros agentes económicos, será exonerado de la sanción pecuniaria que se le haya de aplicar a los demás agentes económicos participantes de dicha actividad.

Esta disposición será aplicable, siempre y cuando la autoridad de aplicación no haya tenido conocimiento previo de dichos convenios o prácticas, o cuando no haya otra empresa que ya esté cooperando con PROCOMPETENCIA en una investigación del mismo acuerdo.

CAPÍTULO IX DISPOSICIONES FINALES Y TRANSITORIAS

Arto. 49.- Fondo de Promoción de la Competencia. Se crea el Fondo de Promoción de la Competencia, dicho fondo será utilizado exclusivamente para fomento de la cultura de la competencia; se capitalizará a través del veinte por ciento los ingresos por concepto de multas.

Arto. 50.- Nombramiento del Consejo Directivo. Los nombramientos de los miembros del Consejo Directivo que ejercerán el primer período, serán de cinco años para el Presidente, de cuatro años para el segundo miembro y tres años para el tercer miembro; posterior a la primera sustitución de cada uno, los sucesores serán nombrados por un período de cinco años. De vencerse el plazo que establece la presente ley para el que fueron nombrados, continuarán ejerciendo sus funciones hasta que sean ratificados o nombrados los sustitutos y las resoluciones dictadas en dicho período tendrán toda la fuerza de ley.

Arto. 51.- Normas Procesales Supletorias. Los funcionarios de PROCOMPETENCIA se auxiliarán en sus actuaciones de la legislación común, en todo lo que no esté previsto en esta Ley.

Arto. 52.- Derogaciones. Por Ministerio de la presente ley se derogan las siguientes disposiciones:

1. Arto. 22 inciso b) de la Ley 290; “Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo” Publicada en la Gaceta, Diario Oficial número 102, del 03 de junio de 1998.

2. Arto. 113 numeral 4 y 5 y Arto. 114 numeral 7 del Decreto No. 71-1998, “Reglamento de Ley 290”. Publicado en la Gaceta, Diario Oficial No. 91 del jueves 11 de mayo del 2006.

3. Arto. 26 de la Ley 200, “Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales”. Gaceta, Diario Oficial No. 154 del 18 de agosto de 1995.

Así mismo, quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior jerarquía se opongan a la presente Ley, por su especialidad en el ámbito de la competencia, prevalecerá sobre cualquier otra que con carácter general o especial regule la misma materia.

Arto. 53.- Obligación de Colaboración. Todos los organismos gubernamentales y demás autoridades en general, así como cualquier persona natural o jurídica están en la obligación de dar el apoyo y colaboración necesaria a PROCOMPETENCIA, proporcionando toda clase de información y documentación requerida en la investigación por la violación a los preceptos de esta Ley. Todo en apego y observancia a lo preceptuado en la Constitución Política y demás leyes que regulan la materia.

Arto. 54.- Reglamentación de la Ley. La presente Ley deberá ser reglamentada por el Presidente de la República, de conformidad con el artículo 150 numeral 12 de la Constitución Política de Nicaragua.

Arto. 55.- Vigencia. La presente Ley entrará en vigencia, ocho meses después de su publicación en cualquier medio de comunicación, sin perjuicio de su posterior publicación el Diario Oficial, “La Gaceta”.

Dado en la Ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional, a los veintiocho días del mes de septiembre del año dos mil seis. RENÉ

NÚÑEZ TÉLLEZ, Presidente por la Ley Asamblea nacional. MARÍA AUXILIADORA ALEMÁN ZEAS, Secretaria Asamblea Nacional.

Por tanto: Téngase como Ley de la República. Publíquese y Ejecútese.
Managua, diecinueve de octubre del año dos mil seis. ENRIQUE BOLAÑOS GEYER, Presidente de la República de Nicaragua.

Anexo 8 Ley 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias.

El Presidente de la República de Nicaragua A sus habitantes, Sabed: Que, LA ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA CONSIDERANDO

I

Que, siendo Nicaragua uno de los países fundadores y miembro integrante de la Organización de las Naciones Unidas y en cumplimiento de las Directrices para la Protección del Consumidor, le corresponde al Estado de Nicaragua promover el marco legal y formular políticas de protección de los consumidores y usuarios, reconociendo como derechos humanos a los derechos de los consumidores y usuarios.

II

Que la Constitución Política de la República de Nicaragua en sus artículos 58, 59, 60 y 66 consignan como derechos de los nicaragüenses la educación, cultura, salud, el hábitat en un ambiente saludable e información veraz, son deberes indeclinables del Estado sin menoscabo en particular del establecimiento de los servicios privados en salud, educación, con la efectiva regulación por parte del Estado; así como en el artículo 105 proclama el deber del Estado de garantizar el control de bienes y servicios para evitar la especulación y el acaparamiento de los bienes básicos de consumo.

III

Que, dado los cambios en el sistema económico-social moderno y las consecuencias del mismo que vulneren los derechos de los consumidores y usuarios del país, y en aras de propiciar una mayor equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones de consumo entre consumidores y usuarios con los proveedores de bienes y servicios, así como promover una cultura de consumo responsable en el país, existe la necesidad de reestructurar totalmente el marco normativo vigente de la protección del consumidor en Nicaragua:

Ley No. 182, Ley de Defensa de los Consumidores, aprobada el 27 de septiembre de 1994 y publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 213 del 14 de noviembre del mismo año.

IV

Que ante la necesidad de otorgar la seguridad y efectividad al marco jurídico para la protección de los derechos de los consumidores y usuarios el país, resulta imperativo aplicar las mejores prácticas en materia de derecho en las relaciones de consumo, creando las condiciones y herramientas indispensables para satisfacer sus necesidades en forma razonable y equilibrada.

POR TANTO, En uso de sus facultades HA ORDENADO La siguiente:

LEY N°. 842 LEY DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Capítulo Único Objeto, ámbito de aplicación, principios y definiciones

Artículo 1 Objeto La presente Ley tiene por objeto:

- a. Establecer el marco legal de protección de los derechos de las personas naturales y jurídicas que sean consumidoras o usuarias de bienes o servicios, procurando la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones de consumo con las personas proveedoras de bienes y servicios públicos, privados, mixtos, individuales o colectivos;
- b. Garantizar a las personas consumidoras y usuarias la adquisición de bienes o servicios de la mejor calidad;
- c. Promover y divulgar la cultura de consumo responsable, respetuoso y educación sobre los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Esta Ley es de orden público e interés social, los derechos que confiere son irrenunciables y se reconoce el carácter de derechos humanos a los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Art. 2 **Ámbito de aplicación** Están sujetos a las disposiciones de esta Ley, todos los actos jurídicos bajo la relación de consumo o en una etapa preliminar a esta, dentro del territorio nacional; se aplicará a todas las personas proveedoras, se trate de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras. También se considerarán consumidoras o usuarias a microempresas cuando éstas evidencien una situación de asimetría informativa con las personas proveedoras respecto de aquellos bienes o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.

Los entes reguladores actuarán como autoridades específicas para aplicar la presente ley en su sector respectivo, sin perjuicio de las regulaciones particulares que sobre la protección a las personas consumidoras estipulen las leyes del sector.

Art. 3 **Sujetos y servicios excluidos de la aplicación de la ley** Para efectos de esta ley no se consideran personas consumidoras o usuarias, a quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes y servicios que guarden relación específica con su actividad empresarial para integrarlos a los procesos de producción, importación, distribución, transformación, comercialización, alquiler de bienes o prestación de servicios a terceros.

Asimismo, esta Ley no será aplicable a los servicios personales prestados en virtud de una relación laboral, ni a los servicios profesionales o técnicos para cuyo ejercicio se requiera tener título.

Art. 4 **Principios** La presente ley se fundamenta en los siguientes principios básicos:

1. **Accesibilidad:** El Estado a través de sus órganos de aplicación de la presente ley, procurará la cobertura más amplia y más cercana a la población para ser efectiva la atención de reclamos, denuncias o consultas, de personas consumidoras o usuarias afectados en sus derechos en las relaciones de consumo con las personas proveedoras de bienes y servicios.

2. **Asociatividad:** El Estado ejerce un rol de facilitador en la creación y actuación de las asociaciones de personas consumidoras o usuarias, en el marco de la actuación responsable y de conformidad a lo previsto en la presente ley.

3. Buena Fe: Las personas proveedoras, consumidoras, usuarias y autoridades involucradas en la resolución de los conflictos entre consumidoras o usuarias con las personas proveedoras, deben actuar y guiar su conducta acorde con la honradez, veracidad, justicia, imparcialidad y lealtad, en los actos o contratos de compra venta de bienes y servicios.

4. Coordinación: El Estado, a través de sus instituciones y en conjunto con las organizaciones de las personas consumidoras, usuarias y las personas proveedoras, ejercerán la coordinación interinstitucional e intersectorial para el desarrollo de las políticas públicas en pro de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

5. Igualdad y No Discriminación: Las personas consumidoras y usuarias deben ser tratados en condiciones de igualdad, sin discriminación alguna por motivo de nacionalidad, credo político, raza, sexo, género, idioma, religión, opinión, origen, discapacidad o posición económico-social.

6. Pro Consumidor y Correctivo: El Estado, a través de las autoridades y los procesos correspondientes, es responsable de efectuar una real protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, así como corregir las asimetrías, distorsiones en la información o malas prácticas que vulneren la situación de las personas consumidoras y usuarias frente a las personas proveedoras en los actos de contratación y compra o venta de bienes y servicios. El Estado está obligado a aplicar la norma más favorable a las personas consumidoras y usuarias, en los casos que haya ambigüedad entre las normas o dudas de interpretación.

7. Soberanía de decisión de las personas consumidoras y usuarias: Las personas consumidoras y usuarias tienen el pleno derecho y libertad de elegir el consumo de bienes y servicios producidos y comercializados por personas proveedoras en el mercado.

8. Transparencia en la información y divulgación: Toda la información acerca del bien o servicio que adquieran las personas consumidoras y usuarias, debe ser proporcionada y divulgada a éste por su proveedor de bienes o servicios, o por la autoridad de aplicación correspondiente, de manera transparente, adecuada,

veraz, completa y de acuerdo a las normas nacionales e internacionales correspondientes.

Art. 5 Definiciones Sin perjuicio de cualquier otra definición adicional desarrollada en el reglamento de la presente ley, para los fines, efectos y mejor comprensión, se establecen las siguientes definiciones:

Acaparamiento: Acción de retener o almacenar bienes de uso y consumo humano, para mantenerlos fuera del comercio; con la finalidad de provocar escasez y alza inmoderada de sus precios.

Asociación de Consumidores o Usuarios: Es toda organización con personalidad jurídica aprobada por la Asamblea Nacional de conformidad a los artículos 159 y 160 de la Ley No. 606, "Ley Orgánica del Poder Legislativo", cuyo texto con reformas incorporadas fue publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 16 del 28 de enero de 2013, cuyo único objeto sea el de promover la protección y defensa de los derechos de las personas consumidores o usuarias, a través de la comunicación, educación, divulgación sobre sus derechos y asesoría a los consumidores y usuarios. No tendrán interés económico, comercial, religioso o político. Sin perjuicio de la obligación de inscribirse ante el Ministerio de Gobernación, también deberán inscribirse en el Registro de Asociaciones de Consumidores y Usuarios del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

Bienes y servicios: Comprende los bienes no duraderos, entre los cuales están los alimentos, medicinas, vestuario, entre otros; bienes duraderos o de inversión como viviendas, autos, maquinaria, entre otros; y servicios prestados por personas naturales o jurídicas, por los que se cobre precio o tarifa.

Cláusulas abusivas: Son todas aquellas estipulaciones contractuales, que habiendo sido establecidas unilateralmente por la persona proveedora, se consideren en contra de las exigencias de la buena fe, causando un desequilibrio de los derechos y obligaciones en perjuicio de las personas consumidoras o usuarias.

Contrato por adhesión: Es aquel cuyas cláusulas son establecidas unilateralmente por la persona proveedora de bienes o servicios, sin que la

persona consumidora o usuaria pueda negociar o modificar su contenido al momento de contratar.

Comisión de Servicios Financieros: Instancia técnica interinstitucional de coordinación y homogenización de acciones en pro de la protección de los derechos de las personas usuarias de servicios financieros, creada por la presente ley.

Consejo: Consejo Interinstitucional para la Protección de los Derechos de las personas consumidoras y usuarias. CONAMI: Comisión Nacional de Microfinanzas, órgano rector de las instituciones de microfinanzas según su ley creadora Ley No. 769, "Ley de Fomento y Regulación de las Microfinanzas", publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 128 del 11 de julio del 2011.

DIPRODEC: Dirección General de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras o Usuarias del MIFIC, instancia creada por la presente ley para defender y promulgar los derechos de las personas consumidoras y usuarias, así como normar, aplicar y hacer cumplir la presente ley según corresponda.

Ente Regulador: Es la entidad pública facultada por la ley de la materia para regular una determinada prestación de servicios o adquisición de bienes, ofrecidos a personas consumidoras y usuarias por empresas públicas, privadas o mixtas.

Especulación abusiva o agiotaje: Para efectos de la presente ley, es el acto de efectuar operaciones comerciales para obtener un beneficio excesivo o desproporcionado provocando un alza en los bienes de primera necesidad, no justificada por las necesidades del abastecimiento.

Garantía Obligatoria: Comprende la obligación temporal y solidaria a cargo de la persona proveedora, desde el productor hasta el minorista, de responder por el buen estado del bien y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas. La garantía obligatoria no conllevará bajo ninguna circunstancia a una contraprestación adicional al precio del bien o servicio.

Información relevante: Información necesaria para que el bien o servicio que adquiriera la persona consumidora o usuaria, resulte idóneo para el fin para el cual se suele adquirir, de tal forma que permita tomar una decisión adecuada de consumo, así como efectuar un uso o consumo correcto del bien o servicio.

Intereses colectivos o difusos: Se entenderá como intereses colectivos, aquellos que son comunes a un conjunto determinado o determinable de personas consumidoras o usuarias, que se vinculan con la persona proveedora a través de una relación contractual y; por intereses difusos, aquellos en los que se busca la defensa de un grupo indeterminado de personas consumidoras o usuarias afectadas.

Mecanismos abusivos de cobranza: para los efectos de la presente ley, son aquellos que utilicen las personas proveedoras para cobrar a las personas consumidoras o usuarias, que afecten su reputación, atenten contra la privacidad de su hogar, afecten sus actividades laborales o su imagen ante los terceros, o que causen intimidación. Se excluyen de esta definición los servicios financieros brindados por las instituciones reguladas por la SIBOIF, CONAMI y MEFCCA, los cuales se regulan por sus propias leyes y normativas.

Microcrédito: Créditos pequeños otorgados por Instituciones financieras, cuyos montos están fijados en su regulación legal o normativa vigente y destinados a financiar actividades en pequeña escala de producción, comercio, vivienda y servicios, entre otros, que serán devueltos principalmente con el producto de la venta de bienes y servicios del mismo.

Micro Empresa: Toda aquella empresa que cumpla con la clasificación establecida en la Ley No. 645, “Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 28 del 8 de febrero 2008 y su Reglamento Decreto N° 17-2008, publicado en la Ley N°. 83 del 5 de Mayo del 2008. MEFCCA: Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa, Ministerio creado por Ley No. 804, “Ley de Reforma y Adición a la Ley 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 134, con fecha del 17 de julio del 2012, que resolverá en materia de servicios

financieros prestados por las cooperativas de ahorro y crédito no reguladas por la CONAMI. MIFIC: Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

Oferta de bienes y servicios: Toda acción de ofrecer los bienes y servicios en el mercado. Persona Consumidora o usuaria: Persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta bienes o servicios, tanto privados, como públicos, como destinataria final.

Persona Proveedora: Persona natural o jurídica de carácter público, privado o mixto, que de forma habitual desarrolla las actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización o alquiler de bienes o prestación de servicios a las personas consumidoras o usuarias.

Persona usuaria de servicios financieros: Toda persona natural o jurídica que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso adquiere, utiliza o disfruta, como destinataria final un servicio financiero determinado.

Precio al Consumidor, consumidora, usuario o usuaria: Precio final del bien o servicio expresado en moneda nacional, que incluye los impuestos correspondientes, en su caso.

Prima: Para efectos de la presente ley se considera prima, aquella suma de dinero a ser pagada por la persona consumidora o usuaria en concepto de cuota inicial de un préstamo o cualquier operación crediticia, o, en su defecto, el valor de la cuota o pago que efectúa el contratante o asegurado a una sociedad de seguros en concepto de contraprestación por la cobertura del riesgo especificado en el contrato de seguro, reaseguro y fianza, en virtud de su legislación específica.

Promoción u Oferta Promocional: Práctica o política comercial consistente en el ofrecimiento al público de bienes o servicios finales de igual calidad en su ofrecimiento normal y que cuentan con un incentivo adicional de corto plazo, sea éste de precios, entrega de bonos, o de participación en rifas y concursos, entre otros.

Publicidad: Forma de comunicación pública realizada por una persona proveedora, con la finalidad de promover directa o indirectamente la contratación de bienes o servicios.

Publicidad abusiva: Aquella que, de manera directa e indirecta promueva discriminación alguna, atenta contra la dignidad de las personas o contra los valores y derechos contenidos en el ordenamiento jurídico vigente. Asimismo, se considerará publicidad abusiva, la que, de forma directa, subliminal o encubierta, utilice la imagen de las personas, especialmente de mujeres, niños, niñas y adolescentes, con carácter humillante o discriminatorio, denigrando su condición humana.

Publicidad falsa o engañosa: Publicidad, que, de cualquier manera, directa o indirecta incluyendo su presentación, induzca o pueda inducir al error o a una falsa conclusión a sus destinatarios. Asimismo, se considera engañosa, aquella publicidad que omita los datos fundamentales de los bienes o servicios.

Relación de consumo: Vínculo jurídico establecido entre una persona proveedora y una consumidora o usuaria con la finalidad, por parte de ésta última, de adquirir, usar o gozar bienes o servicios finales, incluyendo la provisión de bienes y servicios finales a título gratuito.

Servicios básicos: Para efectos de la presente ley, se entenderá por servicios básicos todos aquellos prestados por empresas públicas, privadas o mixtas en materia de: agua potable y alcantarillado sanitario, energía eléctrica y alumbrado público, telefonía básica y correo.

Servicios financieros: Para efectos de esta ley, se entenderá por servicios financieros, todos los servicios prestados por las entidades sujetas a supervisión y regulación, ya fuere por la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras o de la Comisión Nacional de Microfinanzas. Se considerarán también como servicios financieros los prestados por las entidades no supervisadas por la SIBOIF y CONAMI, y los eventuales reclamos por parte de las personas usuarias de servicios financieros, serán atendidos por el MEFCCA y MIFIC a través de la DIPRODEC, respectivamente.

SIBOIF: Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras, Institución Autónoma del Estado con plena capacidad jurídica para adquirir derechos y contraer obligaciones, cuya misión primordial es autorizar, supervisar, vigilar y fiscalizar a las instituciones financieras bancarias, a las instituciones financieras no bancarias, que operen con recursos del público y a los grupos financieros; que en el marco de la presente ley atenderá consultas y resolverá los reclamos de las personas usuarias de servicios financieros prestados por las entidades bajo su supervisión y regulación.

Unidad de medida para efectos de la aplicación de multas: Para los efectos de aplicación de la presente ley, se entenderá por unidad de medida el salario mínimo promedio nacional, que es el promedio simple calculado en base a la tabla de Salario Mínimo por Sector de Actividad, aprobado por la Comisión Nacional de Salario Mínimo o por el Ministerio del Trabajo conforme procedimiento establecido por la Ley No. 625, "Ley del Salario Mínimo", publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 120 del 26 de junio de 2007.

Ventas a distancia: Son las realizadas sin la presencia física simultánea del comprador o compradora y del vendedor o vendedora. En ellas, tanto la oferta como la aceptación, se realizan de forma exclusiva mediante una técnica de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación organizado por el vendedor o vendedora.

Ventas realizadas fuera del establecimiento comercial: Políticas de ventas elegidas por una persona proveedora, que consiste en tomar iniciativa de un contacto directo y físico con consumidores o consumidoras finales, y en proponerles bienes en su domicilio, su trabajo, y en general fuera de los locales comerciales habitualmente reservados para la venta de bienes, en los cuales la persona consumidora se presenta por su propia voluntad.

Vicios ocultos: Para efectos de la presente ley, se entenderán por vicios ocultos los defectos no evidentes de un bien mueble o inmueble, preexistentes al momento de la adquisición, descubiertos posteriormente y que de haberlos conocido la persona consumidora no habría adquirido dicho bien, o habría pagado un precio menor por el mismo.

TÍTULO II DERECHOS, OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES

Capítulo I Derechos y obligaciones de las personas consumidoras y usuarias

Art. 6 Derechos de las personas consumidoras y usuarias Las personas consumidoras y usuarias tendrán entre otros, los siguientes derechos:

1. Estar protegidas contra los riesgos que puedan afectar su salud, integridad física o su seguridad;
2. Tener libre acceso y en igualdad de circunstancias conforme disponibilidades del mercado, a bienes y servicios de calidad que respondan a sus necesidades humanas básicas, asegurando a las poblaciones más vulnerables bajo las políticas de seguridad alimentaria y nutricional en el caso de los alimentos;
3. Estar protegidas en sus intereses económicos y sociales, y en particular contra las prácticas arbitrarias de cláusulas abusivas en los contratos, de conformidad a lo establecido en la presente ley;
4. Recibir la reparación o reposición del bien, una nueva ejecución del servicio o la devolución de la cantidad pagada, según sea el caso;
5. Ser atendidas por personas proveedoras de bienes y servicios con respeto, amabilidad, ética, calidad humana y sin discriminación alguna;
6. Hacer efectivo su derecho de retractarse del contrato en la forma establecida por la presente ley o en los términos del mismo contrato en su caso, siempre y cuando no contradiga lo estipulado en la presente ley;
7. Recibir educación sobre consumo responsable y sostenible de bienes y servicios;
8. Recibir la información adecuada de sus derechos y mecanismos de protección para actuar ante los órganos e instituciones públicas existentes, especializados en la materia;
9. Recibir información veraz, oportuna, clara y relevante sobre los bienes y servicios ofrecidos por parte de las personas proveedoras;

10. Participar y constituirse en organizaciones en pro de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias;
11. Respetar su privacidad;
12. Tener protección real y efectiva en las transacciones electrónicas, conforme las prácticas y controles establecidos en la legislación nacional;
13. Recibir atención preferencial por parte de las personas proveedoras, en el caso de mujeres embarazadas o con niños o niñas menores de tres años, adultos mayores, o personas con discapacidad;
14. Exigir bajo el procedimiento señalado en la presente ley y su reglamento el cumplimiento de las promociones u ofertas cuando la persona proveedora no cumpla con las condiciones establecidas en las mismas;
15. Estar protegidas contra la publicidad engañosa o abusiva;
16. Gozar y disfrutar de un medio ambiente sano y saludable que garantice la conservación y desarrollo de los recursos naturales;
17. Estar protegidas en relación a su vida, seguridad y sus bienes, cuando haga uso de los servicios de transporte terrestre, acuático y aéreo, todo a cargo de las personas proveedoras de estos servicios, que tienen que indemnizarlos cuando fueren afectados;
18. Ser atendidas por las autoridades administrativas con diligencia, ética, calidad humana y sin discriminación alguna;
19. Reclamar ante las instituciones correspondientes sobre el cumplimiento de sus derechos establecidos en la presente ley;
20. Aceptar o no por medio de adenda, la opción de arbitraje como una forma de resolución alterna de conflictos con las personas proveedoras, de acuerdo a la ley de la materia. Esta condición particular no debe ser establecida de forma unilateral por la persona proveedora, y en ningún caso ser condicionante para la firma del contrato; y
21. Demandar por la vía judicial cuando corresponda.

Los derechos previstos en esta ley no excluyen los contenidos en la Constitución Política de la República de Nicaragua, otras leyes, tratados y convenios internacionales ratificados por el Estado de Nicaragua.

Art. 7 Obligaciones de las personas consumidoras y usuarias Sin perjuicio de las obligaciones que se deriven de la aplicación de la presente Ley, son obligaciones de las personas consumidoras y usuarias las siguientes:

1. Pagar por los bienes o servicios en el tiempo, modo y condiciones establecidas en el convenio o contrato;
 2. Adoptar las medidas necesarias para evitar riesgos derivados del uso o consumo de bienes y servicios;
 3. Hacer uso responsable de las disposiciones contenidas en la presente ley, sin realizar denuncias o peticiones infundadas en contra de las personas proveedoras ante las autoridades competentes;
 4. Procurar el uso racional y sostenible de bienes y servicios, previniendo la contaminación ambiental;
 5. Cumplir con las resoluciones de las autoridades competentes;
 6. Cumplir los términos o compromisos suscritos con la persona proveedora;
 7. Atender las indicaciones sobre el uso adecuado del bien adquirido que le suministra la persona proveedora; y
 8. Dirigirse de forma respetuosa y cortés a la persona proveedora.
- Capítulo II
Derechos, Obligaciones y Prohibiciones de las personas proveedoras

Art. 8 Derechos de las personas proveedoras Son derechos de las personas proveedoras, sin perjuicio de los contenidos en la Constitución Política y demás leyes del país, los siguientes:

1. Producir, fabricar, importar, construir, alquilar, distribuir y comercializar los bienes y servicios, respetando las leyes y normas existentes que regulan la respectiva actividad;

2. Negociar y acordar libremente las condiciones contractuales para el ofrecimiento de los bienes o prestación de servicios, siempre que las mismas no contravengan lo dispuesto en la presente ley;
3. Promover y colocar a través de distintos medios de comunicación la información sobre sus bienes y servicios ofrecidos, y promociones existentes;
4. Contratar los bienes y servicios públicos y privados;
5. Percibir las ganancias o utilidades que por sus actividades económicas apegadas a la ley les corresponda;
6. Ofrecer las garantías adicionales sobre los bienes vendidos a las personas consumidoras;
7. Exigir a las personas consumidoras y usuarias el cumplimiento de los contratos celebrados;
8. Rescindir unilateralmente el contrato cuando las personas consumidoras o usuarias no cumplan con las condiciones pactadas; y
9. Tener libre acceso a los órganos administrativos y judiciales.

Art. 9 Obligaciones de las personas proveedoras Sin perjuicio de las obligaciones contenidas en otras leyes, son obligaciones de las personas proveedoras las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, normas técnicas obligatorias, entre otros existentes, así como facilitar el control, vigilancia e inspección de las autoridades competentes para no arriesgar la vida, la salud, la seguridad de las personas y el medio ambiente;
2. Garantizar el buen funcionamiento de los bienes y servicios ofrecidos;
3. Respetar los términos, condiciones y modalidades del contrato suscrito y convenido con las personas consumidoras o usuarias para la entrega del bien o la prestación del servicio;
4. Exhibir en locales de venta los precios de bienes y servicios que se ofrecen a las personas consumidoras y usuarias;

5. Informar previamente a las personas consumidoras cuando se le venda bienes usados, refaccionados, con deficiencias o con partes usadas, lo cual deberá constar en la factura;
6. Entregar gratuitamente a las personas consumidoras o usuarias un tanto del mismo tenor del contrato suscrito;
7. Informar a través de un instructivo sobre los riesgos previstos de productos potencialmente peligrosos para la salud, integridad física de las personas consumidoras, para seguridad de sus bienes, o lesivos para el medio ambiente;
8. Retirar o suspender la comercialización de cualquier producto o servicio que no se ajuste a las condiciones y requisitos de prevención exigidos por las leyes, reglamentos y normas técnicas obligatorias aplicables;
9. Facilitar a la autoridad competente las muestras requeridas de productos para la elaboración de análisis de los mismos;
10. Ofrecer bienes o prestar sus servicios a las personas consumidoras y usuarias sin discriminación alguna por motivos de raza, sexo, género, nacionalidad, idioma, discapacidad, estatus económico o social, condiciones de salud, religión, edad, opinión, estado civil, o cualquier otra que atente contra su dignidad humana. En los casos de servicios financieros ofrecidos por instituciones supervisadas por la SIBOIF, CONAMI y MEFCCA, las personas usuarias deberán cumplir con los requisitos de las leyes, normativas y políticas vigentes;
11. Sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación especial sobre la materia, toda persona proveedora tiene obligación de entregar a la persona consumidora o usuaria, la factura, recibo o comprobante originales de la compraventa, servicio prestado u operación realizada; asimismo entregar en tiempo y forma las facturas y estados de cuenta mensuales a pagar;
12. Aplicar el tipo de cambio oficial del día, establecido por el Banco Central de Nicaragua, en el cobro por la venta de bienes o servicios cuando previo acuerdo voluntario de las partes, su importe sea pagado por la persona consumidora o usuaria en moneda extranjera. Se exceptúan de esta obligación los servicios

financieros brindados por las instituciones bancarias supervisadas y reguladas por la SIBOIF;

13. Devolver inmediatamente a la persona consumidora o usuaria, la suma íntegra de dinero que ésta haya pagado en concepto de depósito inicial o reservación por la transacción o servicio prestado, en caso de no concretarse en tiempo y forma acordados en el contrato o negocio entre ambas partes;

14. Entregar a la persona consumidora los bienes y sus accesorios completos, cuando formen parte integrante del bien objeto de la transacción o sean indispensables para su funcionamiento óptimo, en el tiempo y lugar convenido;

15. Mantener un inventario surtido de los repuestos, accesorios y partes consumibles cuando las personas proveedoras sean representantes y distribuidores de bienes de distintas marcas. En caso contrario, las personas proveedoras deberán informar a las personas consumidoras previamente a la adquisición del bien y en el comprobante de pago o factura sobre la inexistencia de los mismos;

16. Contar con el correspondiente taller de mantenimiento y reparación de los bienes que se ofrecen en el mercado local. En caso contrario, las personas proveedoras deberán informar a la persona consumidora previamente a la adquisición del bien y en el comprobante de pago o factura sobre la inexistencia de los mismos;

17. Responder por los vicios ocultos;

18. Responder por los daños a instalaciones, aparatos u otros, imputables a la persona proveedora;

19. Atender y resolver los reclamos formulados por las personas consumidoras y usuarias;

20. Cumplir en tiempo y forma con la garantía otorgada a la persona consumidora o usuaria;

21. Solicitar el consentimiento previo a la persona consumidora o usuaria en los casos que la adquisición del bien o servicio fuese condicionada a pagos en forma de débitos automáticos;

22. A efectos de garantizar el derecho de reclamo de las personas consumidoras o usuarios, las personas proveedoras deberán poner a disposición un sistema comprobable de recepción o trámite de queja o reclamo de fácil acceso a la persona consumidora o usuaria. Cuando el proveedor tenga agencias o sucursales deberá contar con dicho sistema;

23. Contar con una garantía bancaria o seguro de garantía, requeridos por los servicios funerarios ofrecidos, para sus operaciones en el mercado, en el caso particular de empresas que se dediquen a ofrecer al público servicios funerarios que se cancelen a plazo y sean de aplicación posterior o eventual;

24. Proporcionar a la instancia resolutive competente la información complementaria que le sea requerida acerca de los casos de reclamos o denuncias en proceso sobre la vulneración de los derechos de las personas consumidoras; y

25. Cumplir con las resoluciones de las autoridades competentes en materia de defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Art. 10 Prohibiciones para las personas proveedoras Sin perjuicio de las obligaciones y demás prohibiciones contenidas en otras leyes, se prohíbe a las personas proveedoras:

1. Utilizar cláusulas o condiciones abusivas en los contratos con las personas consumidoras o usuarias;

2. Divulgar a terceros la información privada sobre las personas consumidoras o usuarias con fines mercadotécnicos o publicitarios sin su consentimiento, así como enviarles publicidad que expresamente les hubieren manifestado su voluntad de no recibirla;

3. Incluir propina en el precio y en el cálculo de la factura, o cualquier alusión a la misma, dejando a criterio de las personas consumidoras pagar o no la propina, siendo ésta última voluntaria;

4. Cobrar a las personas consumidoras o usuarias un precio de venta superior al exhibido, informado o publicado; estos precios deberán incluir el valor del bien o servicio y los impuestos correspondientes expresados en moneda nacional. Las

personas proveedoras con regulación especial podrán exhibir sus precios en dólares;

5. Cobrar o facturar precios o tarifas en metales, monedas o divisas extranjeras o cualquier unidad monetaria o medio de pago que no sea el córdoba, de conformidad al artículo 36 de la Ley No. 732, “Ley Orgánica del Banco Central de Nicaragua”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 148 del 6 de agosto del 2010. Se exceptúan de esta disposición las empresas que operan bajo el régimen de zonas francas industriales de

exportación, Almacenes de Depósito de Mercancías a la Orden y demás excepciones establecidas en el artículo 37 de la misma Ley;

6. Aplicar un tipo de cambio menor al oficial del día publicado por el Banco Central de Nicaragua, en aquellos casos cuando las personas consumidoras o usuarias y acuerden con las personas proveedoras de manera voluntaria el pago del bien o servicio, en moneda extranjera;

7. Adulterar los productos en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad;

8. Adulterar el peso, masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada de los productos que se ofrecen al público;

9. Almacenar sustancias tóxicas, peligrosas o similares en los locales o instalaciones de producción, transformación, almacenamiento, comercialización o medios de transporte de alimentos o bebidas de consumo humano, incumpliendo lo establecido en la legislación y normativas vigentes aplicables al sector;

10. Acaparar o especular con los bienes de consumo básico o de primera necesidad;

11. Condicionar la venta de un bien o la prestación de un servicio a la adquisición de otro bien o servicio no requerido por la persona consumidora o usuaria; salvo cuando se trate de la prestación de servicios en la que los prestatarios importan sus repuestos para ese servicio;

12. Ofrecer promociones que involucren bienes deteriorados o en mal estado;

13. Difundir publicidad abusiva o engañosa;
14. Fijar los precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituye una unidad, cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio;
15. Vender o comercializar cualquier clase de productos con posterioridad a la fecha de su vencimiento o adulterar dicha fecha;
16. Utilizar sustancias tóxicas, peligrosas o elementos similares que conlleven al peligro de la salud pública, acorde a las leyes, reglamentos y tratados vigentes;
17. Ofrecer productos pre envasados cuando no contengan los cierres, etiquetas, rótulos o sujetos a cualquier otra clase de medida de precaución;
18. Ofrecer productos que carezcan de los datos mínimos que permitan identificar al proveedor;
19. Condicionar la contratación a que la persona consumidora o usuaria firme en blanco cualquier documento;
20. Ofrecer bienes adulterados o falsificados;
21. Realizar cobros a las personas consumidoras o usuarias utilizando mecanismos abusivos;
22. Cobrar cargos adicionales, recargos o multas por servicios no contratados o no establecidos en el comprobante de pago o en el contrato;
23. Importar y comercializar a nivel nacional bienes cuyo consumo haya sido declarado nocivo para la salud y prohibido por las autoridades nacionales o el de su país de origen, así como bienes sin registro sanitario correspondiente;

Capítulo III Educación en materia de consumo

Art. 11 Formulación de programas educativos El Gobierno, a través del Ministerio de Educación y el Consejo Nacional de Universidades, con el fin de promover la cultura de consumo responsable y sostenible, deberá formular, programas de educación e información sobre los derechos de las personas consumidoras y usuarias, con el objetivo de capacitar a los y las jóvenes para que puedan hacer

elecciones bien fundadas de bienes y servicios a consumir, y tengan conciencia sobre sus derechos y responsabilidades.

La educación de las personas consumidoras o usuarias debe ser parte integrante del sistema educativo a todos los niveles.

Art. 12 Promoción acerca de los programas de formación y educación El Gobierno, a través de sus instituciones correspondientes implementará programas continuos de formación y educación a las personas consumidoras; y divulgará a través de medios de comunicación masivos los derechos de las personas consumidoras o usuarias.

La DIPRODEC y los Entes Reguladores recomendarán al MINED y CNU sobre los contenidos de importancia que deben tener los programas educativos para su inclusión correspondiente.

Capítulo IV Salud y seguridad del consumo

Art. 13 Deber general de seguridad para el consumo y riesgos previsibles Los bienes o servicios ofrecidos en el mercado deben ser seguros en condiciones de uso normal o razonablemente previsible.

Estos no deben presentar riesgo alguno para la protección de la salud y seguridad de las personas. Son considerados admisibles, únicamente los riesgos mínimos compatibles con el uso del bien o servicio. La persona proveedora deberá señalar la duración.

Según la naturaleza del bien o servicio, cuando existe un riesgo previsible, las personas proveedoras deberán advertir a las personas consumidoras o usuarias sobre dicho riesgo, incluyendo los lesivos para el medio ambiente. Asimismo, deberán informar sobre el modo correcto de utilización del bien, mediante etiquetado o instructivo, de acuerdo con la norma técnica respectiva o conforme las especificaciones que se establezcan en el documento de compra venta.

Art. 14 Responsabilidad de las personas proveedoras de bienes peligrosos o dañinos para la salud Las personas proveedoras a las que se le hubieren otorgado patentes, autorizaciones, licencias u otros documentos o permisos por el Estado, para la investigación y desarrollo de bienes que puedan resultar

peligrosos o dañinos para la salud de la población, en ningún caso se eximirán de la responsabilidad de indemnización por los posibles daños y perjuicios ocasionados a las personas consumidoras y al medio ambiente.

En estos casos la DIPRODEC aplicará las sanciones correspondientes de conformidad a lo dispuesto en esta ley.

Art. 15 Sobre peligros no previstos En el caso que se ofrezcan en el mercado bienes en los que posteriormente se detecte la existencia de peligros no previstos para la salud y seguridad física de las personas consumidoras y usuarias, la persona proveedora estará obligada a adoptar todas las medidas necesarias para eliminar o reducir el peligro o riesgo que causen los mismos. En estos casos la persona proveedora deberá notificar inmediatamente a las autoridades competentes para que sean retirados, destruidos, reparados, sustituidos, o retenidos temporalmente según corresponda.

Cuando la persona proveedora no cumpla con lo establecido en el párrafo anterior, la autoridad competente procederá a aplicar la sanción correspondiente e informará a las personas consumidoras sobre los riesgos de utilización o adquisición de estos bienes con las advertencias del caso.

Art. 16 Sobre el etiquetado, registro sanitario y fecha de vencimiento de productos de consumo humano Los medicamentos y alimentos para consumo humano, deberán disponer de la etiqueta en idioma español, o en las lenguas oficiales de las Regiones de la Costa Atlántica, según sea el caso.

La persona proveedora será responsable de adecuar su cadena de logística de acuerdo a los tiempos de vencimiento de los productos, con el fin de evitar la comercialización de productos vencidos. Se prohíbe que se ofrezcan productos vencidos.

No se ofrecerán productos que no dispongan de registro sanitario en Nicaragua, salvo los que estén reconocidos en el país por instrumentos internacionales. Tampoco se ofrecerán productos que se encuentren en fase de experimentación.

Art. 17 Envasado seguro y retiro de productos con sustancias peligrosas Los productos químicos y todos los artículos que en su composición lleven sustancias

clasificadas como peligrosas deberán ir envasados con las debidas garantías de seguridad y llevar de forma visible las indicaciones que adviertan el riesgo de su manipulación.

Asimismo, se deberá suspender la comercialización de cualquier producto que no se ajuste a las condiciones previstas en convenios, tratados, leyes, reglamentos, normas y código alimentario, aplicables nacional e internacionalmente que ponga en riesgo la salud y seguridad de las personas.

Art. 18 De las leyendas obligatorias en las campañas publicitarias En las campañas publicitarias de productos cuyo consumo de forma continuada o prolongada implique riesgos para la salud humana, deberá incluirse la advertencia en forma de leyenda sobre la peligrosidad de su uso, la mezcla con otros productos o ingredientes y su consumo.

En el caso de productos del tabaco, las prohibiciones y mecanismos de control efectivo al consumo del mismo, reportes, notificaciones, registros, así como la publicidad o cualquier otra actividad de promoción que induzca de manera directa o subliminal al consumo del tabaco, se ajustará exclusivamente a lo dispuesto en la Ley No. 727, “Ley para el Control del Tabaco”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 151 del 10 de agosto del 2010 y su Reglamento, Decreto No. 41-2011, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 155 del 18 de agosto del 2011.

En cuanto a la publicidad de bebidas alcohólicas, se prohíbe como medio para incentivar el consumo del alcohol la aparición de niños, niñas o adolescentes, símbolos patrios, símbolos religiosos y mensajes precisos que expresen que es necesario su consumo para reafirmar la identidad nacional de la persona consumidora. La advertencia en cuanto al uso de bebidas alcohólicas deberá decir “El consumo excesivo de este producto es perjudicial para la salud”; dicha leyenda deberá estar acorde al tamaño de su envase o empaque.

Art. 19 Bienes y servicios acordes con las normas técnicas obligatorias Los bienes y servicios que se oferten en el territorio nacional, deberán cumplir con las condiciones de cantidad, calidad, seguridad e inocuidad, todo de acuerdo a las normas técnicas obligatorias de productos, calidad, etiquetas, pesas y

medidas y demás requisitos dentro del marco regulatorio nacional e internacional que deban llenar los bienes y servicios que se vendan en el país.

Capítulo V Del control de calidad y precios de los de medicamentos de consumo humano

Art. 20 De las responsabilidades institucionales El Ministerio de Salud y el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio deberán garantizar la calidad y precios de los medicamentos respectivamente. Estos desarrollarán mecanismos de suministro de información en forma sistemática y clara, de tal manera que las personas consumidoras puedan elegir, mediante la información obtenida, incluyendo precios, calidad y descuentos que ofrezcan las personas proveedoras en el ejercicio de libre competencia. Lo anterior, sin perjuicio de las acciones que deba tomar el Ministerio de Salud en el ejercicio de sus facultades.

El reglamento de la presente ley definirá los procedimientos a seguir y las especificaciones referentes a los precios máximos de productos farmacéuticos en toda la cadena de comercialización, tanto a nivel mayorista como detallista, para los laboratorios, depósitos, distribuidores y representantes de casas extranjeras que vendan medicamentos para uso humano.

Art. 21 Coordinación interinstitucional de acciones en relación a medicamentos de consumo humano El MIFIC coordinará con el Ministerio de Salud, Policía Nacional, Dirección General de Servicios Aduaneros y Ministerio Público, las acciones destinadas a impedir el contrabando, así como la importación, fabricación y comercialización de los medicamentos de consumo humano adulterados, falsificados, los que no se encuentren debidamente registrados o que representen un riesgo para la salud de la persona consumidora.

Capítulo VI Sobre la información, publicidad y promociones

Art. 22 De la información Para garantizar los derechos de las personas consumidoras y usuarias, la información relativa a bienes o servicios que se difunda por cualquier medio o forma, las personas proveedoras deberán presentar de forma clara, veraz, completa y oportuna, las características generales de los mismos; así como instrucciones precisas para su uso y consumo, advertencias y riesgos previsibles y visibles.

La información deberá estar exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión a las personas consumidoras o usuarias.

Art. 23 Sobre el deber de información mínima Las personas proveedoras de bienes y servicios deberán informar en letra legible, al menos los siguientes aspectos:

1. Origen o procedencia geográfica, composición, finalidad y aditivos utilizados;
2. Contenido neto e ingredientes del producto;
3. Fecha de vencimiento del producto, peso neto, instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, con advertencias y riesgos previsibles e incompatibilidades con otros productos;
4. Precio de los bienes y servicios en moneda nacional a la vista del público que incluirá el valor e impuestos que los grave;
5. Términos de las condiciones de pago, seguros, garantías, servicios, repuestos, entre otros,
6. Etiquetas que se ajustarán a su naturaleza, características y condiciones, además de la finalidad enunciada; todo de acuerdo a lo establecido en la Ley No. 219, "Ley de Normalización Técnica y Calidad", del 9 de mayo de 1996, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 123 del 2 de julio de 1996 y su Reglamento, Decreto No. 71-97, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 241 del 18 de diciembre del año 1997, la Ley No. 225, "Ley sobre Metrología", publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 135 del 18 de julio del año 1996 y su Reglamento, Decreto No. 65-97, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 227 del 27 de noviembre del año 1997, las Normas Técnicas Obligatorias vigentes y al Reglamento de la presente Ley; y
7. Los resultados, beneficios, consecuencias o implicaciones que se pueden esperar del uso del producto o de la contratación del servicio.

Cuando se ofrezca al público bienes que presenten alguna deficiencia, que sean usados o reconstruidos, se deberá expresar ésta circunstancia, de forma clara, precisa y comprobable a las personas consumidoras.

Art. 24 Exigencias en la venta de bienes o servicios Las personas proveedoras no podrán imprimir o marcar más de un precio de venta al público en un mismo producto. Se tendrá que remover, tachar o enmendar las estampas indicadas originalmente. En caso de encontrarse varias enmiendas en las estampas de precio al público, la persona consumidora pagará el precio de venta más bajo y la persona proveedora estará obligada a vender el producto por ese precio, sin perjuicio de las sanciones que hubiere de conformidad con esta ley.

Cuando se exija algún requisito para la venta de determinado bien o servicio, si la persona consumidora o usuaria lo cumple no podrá negársele a ésta la adquisición del producto o prestación del servicio, ni podrá cobrársele un precio mayor que el de la oferta publicada. De todo bien o servicio prestado deberá entregarse el comprobante de negociación o factura que documente la venta o la prestación del servicio.

Art. 25 Acerca del manejo de información sobre las personas consumidoras y usuarias con fines mercadotécnicos Las personas proveedoras están obligadas a proteger la información que recibe de las personas consumidoras y usuarias y no podrán compartirla con terceros, salvo cuando estos lo autoricen de manera voluntaria y en forma expresa a través de una adenda al contrato.

Las personas proveedoras no contactarán a las personas consumidoras de sus productos, de manera directa o indirecta, para el ofrecimiento de promociones o publicidad antes de las ocho de la mañana ni después de las cinco de la tarde, y solamente podrán contactarlos en horas y días laborables.

En los casos de violaciones a las disposiciones contenidas en este artículo, se procederá conforme la Ley No. 787, "Ley de Protección de Datos Personales" publicada en La Gaceta, Diario Oficial, No. 61 del 29 de marzo de 2012.

Art. 26 Cumplimiento de las condiciones ofrecidas La persona proveedora está obligada a vender el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidas en la publicidad o información transmitida, salvo caso fortuito, fuerza mayor, convenio en contrario o consentimiento escrito de la persona consumidora.

Art. 27 De las promociones Para que una venta de bienes o servicios se considere como promoción es necesario que tenga un carácter excepcional, temporal y que permita diferenciarla de la oferta habitual de bienes y servicios. Ninguna persona proveedora podrá utilizar como medio de propaganda el término «PROMOCIÓN», si no existe una verdadera promoción, de acuerdo a lo establecido en la presente ley y su reglamento.

Art. 28 Requisitos de las promociones Toda promoción dirigida a las personas consumidoras finales deberá indicar en forma clara los términos de la misma, su plazo, duración, número de bienes o servicios ofrecidos, las características de ambos, el tiempo de reclamo por los premios, según sea el caso, u otra información relevante para el conocimiento de la persona consumidora o usuaria.

En el marco de la promoción anunciada, la DIPRODEC podrá verificar por medio de inspecciones in situ, sobre el inventario de la cantidad mínima de unidades disponibles de bienes ofrecidos y la veracidad de la oferta. A tal efecto, las personas proveedoras deberán facilitar toda la información necesaria a la DIPRODEC.

Cuando existan condiciones y restricciones de acceso a las promociones de ventas, éstas deben ser informadas en forma clara, destacada y de manera que sea fácilmente advertible por las personas consumidoras.

La persona proveedora está obligado a difundir los resultados de su promoción después de ser efectuada, en cualquier medio escrito de circulación nacional.

Art. 29 Del reglamento de las promociones En caso que la promoción se tratare de rifas, concurso, canjes o cualquier otra modalidad que necesariamente requiera de reglamento, deberá realizarse en presencia de un abogado y notario público, quien dará fe de los resultados, y deberán ser remitidos, con sus correspondientes respaldos documentales, a la autoridad competente.

En el caso que la autoridad competente, mediante el procedimiento correspondiente, determine que los intereses de las personas consumidoras o usuarias fuesen vulneradas, podrá ordenar la prohibición del desarrollo de la oferta promocional. En ningún caso los cambios que realice la persona proveedora al Reglamento de la promoción a que se refiere la presente Ley y su

Reglamento, deben efectuarse en detrimento de las personas consumidoras o usuarias.

Capítulo VII Publicidad engañosa o abusiva

Art. 30 Circunstancias sobre las que puede versar el engaño Los engaños pueden versar sobre aspectos tales como: naturaleza, uso, contenido, peso, características básicas del producto a vender o el servicio a prestar, fecha de elaboración o de vida útil del bien, tecnología empleada, calidad, cantidad, propiedades, origen comercial o geográfico, precio, oferta, tasa o tarifa, garantías, descuentos, premios, reconocimientos o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, siendo éstas últimas medallas, premios, trofeos, diplomas entre otros, las formas de pago y cualquier otro dato sobre productos y servicios ofrecidos.

Art. 31 Publicidad dirigida a niños, niñas o adolescentes La publicidad dirigida a niños, niñas o adolescentes no debe inducirlos a conclusiones equívocas sobre las características reales de los productos y servicios anunciados o sobre las posibilidades de los mismos, debiendo respetar la ingenuidad, la credulidad, la inexperiencia, el sentimiento de lealtad y valores familiares, ni crearles sentimientos de inferioridad por no consumir el producto o usar el servicio.

Asimismo, no deben presentar a niños, niñas o adolescentes en situaciones o lugares inseguros o inadecuados, ni transmitir anuncios con imágenes no aptas para niños, niñas o adolescentes en televisión abierta de programación regular antes de las ocho de la noche. El Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos normará, supervisará y regulará el cumplimiento de esta última disposición, en pro de fomentar la cultura de los valores sociales, incluyendo la programación no apta para niños, niñas o adolescentes.

Art. 32 Carga de la prueba y rectificación En las controversias que pudieren surgir como consecuencia de lo dispuesto en el artículo sobre publicidad engañosa, la persona proveedora deberá probar la veracidad de las afirmaciones contenidas en el mensaje publicitario, sin perjuicio de las pruebas que pueda proporcionar la persona consumidora o usuaria. Las autoridades correspondientes

procederán a suspender o prohibir de inmediato la publicidad que se compruebe que es falsa o engañosa, una vez agotado el debido proceso.

Asimismo, se procederá a la difusión de la rectificación de su contenido a costa de la persona proveedora por los mismos medios en que se difundió el mensaje, sin perjuicio de las sanciones previstas en la presente Ley y en otras leyes especiales que regulen la materia.

El Reglamento de la presente ley desarrollará el procedimiento para la suspensión de la publicidad falsa o engañosa.

Capítulo VIII Contrato por adhesión y cláusulas abusivas

Art. 33 Información previa a la contratación Previo a la contratación, la persona proveedora deberá poner a disposición de la persona consumidora las condiciones que serán incorporadas al contrato, con la finalidad de que éste las lea íntegramente.

Art. 34 Requisitos de forma de las condiciones del contrato por adhesión Las condiciones de los contratos por adhesión deben cumplir los siguientes requisitos mínimos:

1. Ser redactados en términos claros, comprensibles e impresos sin espacios en blanco, en letra arial tamaño 12 en idioma oficial del Estado. Asimismo, podrán redactarse en lenguas de las comunidades de la Costa Atlántica, según sea el caso. De no poderse dar esta última disposición, la persona proveedora tomará las providencias necesarias para facilitarles a las personas consumidoras y usuarias la traducción de los mismos, que permita una comprensión idónea para los fines correspondientes;
2. Contener información relevante, veraz y suficiente sobre las características esenciales del bien o servicio objeto del contrato por adhesión;
3. Contener al menos los siguientes datos generales: nombre y domicilio de la persona proveedora; lugar en el cual se contratan los bienes o servicios; exposición clara de los derechos y obligaciones de las personas consumidoras y usuarias; obligaciones de la persona proveedora, totalidad de los costos que tendrán los servicios; tiempo de vigencia del contrato, garantías, entre otras; y

4. No ser remitidos a textos o documentos que no sean del conocimiento público o que no se faciliten a la persona consumidora y usuaria, previo a la celebración del contrato.

Art. 35 De la revisión de los modelos de contratos Los contratos que se suscriban entre las empresas prestadoras de servicios públicos básicos y las personas usuarias, deberán estar redactados conforme al modelo de contrato aprobado por el respectivo Ente Regulador. En el caso de instituciones no reguladas, la DIPRODEC podrá verificar que los modelos de contratos que éstas utilizan para contratar con las personas consumidoras y usuarias se ajusten a los preceptos de la presente Ley y su reglamento. En el caso de las instituciones financieras reguladas por la SIBOIF, CONAMI y MEFCCA, éstas deberán remitir sus modelos de contratos a su respectivo ente regulador con el fin de que éste se pronuncie en su caso, conforme a sus facultades en relación a los alcances de la presente ley.

Los contratos vigentes, previo a la publicación de la presente ley, quedarán en todo vigor y fuerza legal de conformidad a su legislación actual, excepto aquellas cláusulas que, conforme a la ley vigente sobre la materia al momento de su celebración, sean de naturaleza abusivas.

Art. 36 Interpretación Las cláusulas contractuales serán interpretadas siempre de la manera más favorable a la persona consumidora o usuaria, sin menoscabo del debido proceso.

Art. 37 Cláusulas abusivas que se tendrán por no pactadas En los contratos por adhesión son ineficaces de pleno derecho, entre otras, las cláusulas contractuales que se consideren abusivas, de conformidad a lo que establece la presente ley y no producirán ningún efecto legal aquellas cláusulas en las que se establezca alguna de las siguientes circunstancias:

1. Impliquen la renuncia de los derechos de las personas consumidoras o usuarias que contiene la presente ley;
2. Limiten, exoneren o atenúen la responsabilidad de la persona proveedora por vicios de cualquier naturaleza de los bienes o servicios contratados en perjuicio de la persona consumidora o usuaria;

3. Impidan a la persona consumidora la opción de reembolso del monto ya pagado;
4. Transfieran responsabilidades a terceras personas proveedoras;
5. Establezcan la carga de prueba en perjuicio de la persona consumidora;
6. Determinen la utilización obligatoria del arbitraje;
7. Autoricen a la persona proveedora a cancelar el contrato unilateralmente, sin conferir igual derecho a la consumidora;
8. Impliquen renuncia de la persona consumidora al derecho de ser resarcido por daños y perjuicios;
9. Autoricen a la persona proveedora a modificar unilateralmente el contenido del contrato o la calidad del bien o servicio objeto del contrato, después de su celebración;
10. Establezcan la renuncia al derecho de indemnización por mejoras necesarias;
11. Fijar los términos de prescripción inferiores a los previstos por el Código de Comercio, Código Civil y leyes especiales;
12. Establezcan que el silencio de la persona consumidora se tendrá por aceptación de cualquier modificación, restricción o ampliación de lo pactado en el contrato;
13. Establezcan la renuncia al derecho de terminar anticipadamente el contrato o retractarse del mismo;
14. Exoneren o limiten la responsabilidad a la persona proveedora por daños, incumplimiento o mora;
15. Establezcan indemnizaciones, cláusulas penales o cargos desproporcionados, con relación a los daños por resarcir a cuenta de la persona consumidora o usuaria;

16. Hagan responsable a la persona consumidora o usuaria por efecto de las deficiencias, errores u omisiones del bien o servicio cuando no les sean imputables;

17. Obliguen a la persona consumidora a dar consentimiento para utilizar sus datos personales con fines mercadotécnicos.

Lo antes señalado se establece sin perjuicio de las disposiciones contenidas en el Código Civil y en el Código de Comercio.

Los contratos vigentes, previo a la publicación de la presente ley, quedarán en todo vigor y fuerza legal de conformidad a su legislación actual, con excepción de las cláusulas que contradigan lo establecido en el presente artículo, las cuales se tendrán por no puestas y en consecuencia serán nulas e inaplicables y perderán su validez, no así la obligación crediticia. Las personas proveedoras de bienes y servicios deberán ajustar sus modelos de contratos a ser suscritos, a las disposiciones contenidas en el presente artículo.

Art. 38 De la finalización unilateral por parte del usuario del contrato de los servicios de telefonía móvil, internet y televisión por cable La persona usuaria podrá finalizar anticipadamente el servicio de telefonía celular, internet o televisión por cable contratados. La persona proveedora deberá respetar la decisión de la usuaria, sin cobrar recargo de penalización por ello, ni pagos futuros por consumo de los meses faltantes, siendo exigido únicamente el cobro por el equipo utilizado para el servicio, ya sea teléfono móvil, modem, antena u otros dispositivos, pasando éstos a formar parte de la propiedad del consumidor, si fuere el caso.

El contrato por adhesión de los servicios de telefonía móvil, internet y televisión por cable, deberá establecer en sus cláusulas la disposición del párrafo anterior, para la debida información a la persona consumidora. Así mismo, al momento de firma del contrato, la persona proveedora deberá entregar a la persona consumidora o usuaria por separado el detalle del costo mensual por el servicio y el equipo, siendo el cobro de éste último de manera proporcional a los meses pactados del servicio.

Cuando la persona consumidora requiera, para la prestación efectiva de su servicio, inversiones adicionales o condiciones especiales por parte de la persona proveedora, se podrá pactar un plazo forzoso sujeto a penalidad por terminación unilateral anticipada del contrato por parte de la persona consumidora.

En el caso de que las empresas proveedoras de estos servicios incumplan en lo señalado en éste artículo, el usuario afectado podrá interponer el reclamo ante al Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos.

Capítulo IX De las garantías

Art. 39 De la garantía Las personas proveedoras deberán responder por la garantía ofrecida de conformidad a las condiciones de idoneidad, calidad, seguridad y buen funcionamiento del bien.

El período de garantía estará condicionado por la práctica del mercado, sin embargo, el proveedor estará obligado a proporcionar a la persona consumidora los términos de garantía mínima que reciba del fabricante. El reglamento de la presente ley especificará los tiempos de garantía mínima exigible para los diferentes grupos de bienes.

Art. 40 Términos y condiciones de las garantías Los términos y condiciones de las garantías de los bienes, deberán constar por escrito en forma clara y precisa y podrán incorporarse al contrato de compra venta o a la factura respectiva o consignarse en documento aparte. En este último caso, el documento pasará a formar parte integrante del contrato de compra venta o de la factura de venta y contendrá por lo menos la siguiente información:

1. Nombre y dirección exacta del establecimiento comercial;
2. Descripción precisa del bien objeto de la garantía, con indicación de la marca y el número de la serie, si fuera el caso, modelo, tamaño o capacidad, material y color predominante;
3. Fecha de compra y entrega del bien, con indicación del número del contrato de compra venta o de la factura respectiva y de la boleta de entrega, si ésta no

se hubiere efectuado inmediatamente o si se hubiese realizado fuera del establecimiento de la persona proveedora;

4. Términos de duración de la garantía;
5. Condiciones generales para que la garantía se haga efectiva, con indicaciones de los riesgos cubiertos y de aquellos que no lo están;
6. Lugar donde debe ser presentada la reclamación; y
7. Aprobación expresa de la persona proveedora o de su representante autorizado.

Art. 41 De la reparación cubierta por la garantía La obligación de la persona proveedora de prestar los servicios de reparación al amparo de una garantía, deberá realizarse sin costo adicional, dentro de un plazo máximo de treinta (30) días calendario, de acuerdo con la naturaleza del servicio.

Cuando para cubrir la garantía se requiere de importación de repuestos, accesorios o partes de los bienes, el plazo de 30 días calendario se ampliará, tomando en cuenta el tiempo necesario para el transporte de los mismos, debiendo informar al consumidor sobre estas situaciones particulares.

Art. 42 De la prestación de servicios de reparación no cubiertos por la garantía La prestación de servicios de reparación no cubiertos por la garantía, deberá realizarse con calidad y eficiencia de conformidad a los servicios requeridos por las personas consumidoras o usuarias.

En estos casos, el taller de reparación tendrá que efectuar una evaluación y diagnóstico, y solicitará la autorización por escrito de la persona consumidora o usuaria, antes de iniciar la reparación.

Una vez realizada la reparación del bien, quien la haya realizado, estará obligado a entregar a la persona consumidora o usuaria la constancia de reparación indicando los siguientes aspectos: descripción de la reparación realizada, las piezas reemplazadas o reparadas y las fechas en las que la persona consumidora o usuaria entregó y recibió el bien reparado respectivamente. Así mismo, se le deben entregar las partes o repuestos que hubieren sido reemplazados.

Cuando el servicio recibido de reparación o mantenimiento de vehículos automotores o de bienes muebles sea deficiente, la persona consumidora contará con treinta (30) días hábiles para presentar su reclamo correspondiente ante la persona proveedora, quien a su vez estará obligada, dentro de un plazo no mayor de quince (15) días hábiles después de hecho el reclamo, a prestar nuevamente el servicio contratado en forma satisfactoria y sin costo adicional para la persona consumidora.

La persona proveedora podrá alternativamente, devolver a la consumidora todas las sumas que ésta le hubiese pagado por la prestación de dichos servicios de reparación, dejándose a salvo el derecho de la consumidora para reclamar por los daños y perjuicios sufridos.

Art. 43 Garantía mínima de los vehículos automotores Las personas proveedoras de vehículos automotores nuevos, están obligados a extender una garantía mínima de tres años o cien mil kilómetros, la circunstancia que ocurra primero.

Cuando la garantía de fábrica sea más favorable a la persona consumidora que los términos mínimos establecidos en el presente artículo, será de obligatorio cumplimiento para la persona proveedora ofrecer la garantía de fábrica.

Cuando la garantía de fábrica sea menor a los tres años o cien mil kilómetros aquí establecidos, prevalecerá la de fábrica, lo que deberá informarse de previo a la potencial persona consumidora. La persona proveedora está obligada a proporcionarle a la consumidora la garantía de fábrica por escrito.

En el caso de los vehículos automotores usados, la garantía mínima exigida, será de seis meses o veinte mil kilómetros, la circunstancia que ocurra primero, estando la persona proveedora obligada a garantizar el funcionamiento integral del vehículo durante ese tiempo.

Art. 44 Repuestos de los bienes muebles Las personas importadoras, representantes, distribuidoras o expendedoras de bienes muebles, nuevos o usados, como vehículos automotores, equipos eléctricos o electrónicos y de computación cualquiera sea su marca, suplirán la cantidad necesaria de repuestos, de los productos distribuidos por ellos en el mercado, según corresponda, de tal forma que la persona consumidora podrá obtener la

reparación de sus equipos en caso de desperfecto o avería. En caso contrario deberán informar a la persona consumidora, previamente a la adquisición del bien, sobre la inexistencia escasez o difícil obtención de los mismos.

Igual obligación tendrán los talleres de servicios que en su publicidad ofrezcan a la persona consumidora la reparación de determinada marca de bienes muebles.

Art. 45 Bienes con defectos Los bienes con garantía vigente que no funcionen de forma idónea por causas imputables a la persona proveedora o por defecto del producto, deberán ser reparados. En caso de no ser esto posible, la persona proveedora procederá a la reposición del bien por otro de iguales características o la devolución de las sumas pagadas.

Art. 46 Bienes muebles con vicios ocultos Cuando los bienes muebles dentro del período estipulado de garantía, presenten vicios ocultos, la persona proveedora estará obligado a recibirlos y devolver las sumas pagadas por la persona consumidora. No obstante, ésta podrá optar por recibir una rebaja en el precio, sin derecho a reclamo posterior.

Art. 47 Suspensión del período de garantía en los bienes muebles El tiempo que un bien permanezca en poder de la persona proveedora para su reparación al amparo de la garantía, no es computable dentro del plazo de la misma. Cuando el bien mueble haya sido reparado, se iniciará la garantía respecto de las piezas repuestas y continuará con relación al resto. En el caso de reposición del bien, deberá renovarse el plazo de la garantía.

El hecho de someter a reclamo un bien objeto del contrato, no exime a la persona consumidora de efectuar pagos puntuales de los créditos correspondientes. En caso que se dicte resolución a favor de la persona consumidora o usuaria, la misma deberá ordenar expresamente a la persona proveedora la obligación de devolver íntegramente las sumas pagadas de más, aplicando la cláusula de mantenimiento de valor.

Art. 48 Exoneración de la responsabilidad de la garantía La persona proveedora se exonerará de la responsabilidad derivada de la garantía en los siguientes casos:

1. Cuando se compruebe que el defecto proviene de el uso indebido del bien por parte de la persona consumidora;
2. Cuando la persona consumidora no haya atendido las instrucciones para la instalación, uso o mantenimiento indicado en el manual del producto y en la garantía entregados por la persona proveedora; o
3. Haya expirado el plazo de la garantía.

Capítulo X De los Bienes Inmuebles

Art. 49 Del Ente Regulador de la Vivienda Por ministerio de la presente ley y sin perjuicio de las funciones contenidas en la Ley No. 428, “Ley Orgánica del Instituto de la Vivienda Urbana y Rural”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 109 del 12 de junio de 2002 y la Ley No. 677, “Ley Especial para el Fomento de la Construcción de Vivienda y de Acceso a la Vivienda de Interés Social”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 80 y 81 del 4 y 5 de mayo de 2009 y las competencias que en materia de urbanismo poseen las municipalidades del país en virtud de la Ley No. 40 “Ley de Municipios” con reformas incorporadas, publicada en La Gaceta, Diario Oficial, No. 6 del 14 de enero del 2013, respectivamente, se faculta al Instituto de la Vivienda Urbana y Rural en su carácter de Ente Regulador del Sector Vivienda a nivel nacional, para realizar todas las acciones necesarias tendientes a garantizar el efectivo cumplimiento de las disposiciones establecidas en la presente ley y su reglamento relativas al tema de vivienda y demás normativas referidas a la supervisión, revisión previa de modelos de contratos de construcción y venta de vivienda o de ejecución de obras con carácter habitacional, control, fiscalización, sanción, imposición de multas y vigilancia de los proyectos de construcción de viviendas o de ejecución de obras con carácter habitacional efectuados por urbanizadores o constructores del país. Sin perjuicio de los recursos legalmente establecidos en la ley pertinente, las resoluciones del Instituto de la Vivienda Urbana y Rural en esta materia son de estricto e ineludible cumplimiento para las partes, teniendo carácter vinculante.

Para efectos de cumplimiento de la disposición establecida en el primer párrafo del presente artículo, el Instituto de la Vivienda Urbana y Rural, a través de su

Junta Directiva, en coordinación con la DIPRODEC y el MTI, deberá dictar o adecuar, en su caso, las normativas correspondientes y necesarias que regulen lo relativo a la supervisión, control, fiscalización y vigilancia de los proyectos de construcción de viviendas, a la calidad de obras, determinación de vicios ocultos, procedimiento para ejercer reclamos de clientes o usuarios, entre otros. Así mismo el Instituto de la Vivienda Urbana y Rural pondrá a disposición todas las Ventanillas Únicas para la Producción y Construcción de Vivienda existentes en los municipios del país de conformidad a lo establecido en la Ley No. 677 “Ley Especial para el Fomento de la construcción de Vivienda y de Acceso a la Vivienda de Interés Social”, con la finalidad de dar trámite a las quejas y reclamos que las personas usuarias tuvieran a bien interponer frente a los urbanizadores o constructores.

Las personas consumidoras o usuarias tienen derecho de interponer reclamo ante el Ente Regulador. Una vez agotada la vía administrativa las partes podrán ejercer la acción judicial que corresponda.

Art. 50 Del Acceso a una Información Veraz en las Operaciones de compra venta de Bienes Inmuebles y Vivienda. Las lotificadoras, urbanizadoras, constructoras, promotoras, instituciones financieras y demás personas que intervengan en la asesoría y venta al público de lotes de terreno o viviendas destinadas a casas de habitación deberán poner a disposición de las posibles personas consumidoras o usuarias al menos la siguiente información:

1. Los documentos que acrediten el registro legal y la propiedad del inmueble objeto de transacción, así como información sobre los gravámenes que afectan la propiedad del mismo, sin perjuicio de la nueva constitución de gravamen derivado de créditos hipotecarios adquiridos para la compra del bien al momento de la firma de la escritura correspondiente de venta o de promesa de venta.
2. Presentar a la persona consumidora, las licencias y permisos necesarios según las normas y disposiciones legales vigentes relacionadas, expedidas por las autoridades competentes para la construcción, especificaciones técnicas, de seguridad, uso de suelos, clase de materiales utilizados en la construcción, así como de los servicios públicos con lo que contará la casa de habitación y/o

proyecto de urbanización. Asimismo, juego completo de planos de lote y vivienda, además de las especificaciones técnicas de la respectiva vivienda.

3. Presentar toda la documentación correspondiente que acredite las factibilidades de brindar los servicios públicos y demás equipamientos urbanos del proyecto habitacional correspondiente según oferta.

4. Brindar información veraz y clara sobre las garantías y derecho a reclamo por posibles vicios ocultos para el bien inmueble objeto de transacción.

5. Las opciones de pago que puede elegir la persona consumidora, incluyendo las existentes con las diferentes instituciones financieras que financien el respectivo proyecto habitacional ya sea este de vivienda en general o de vivienda de interés social.

En el caso de las operaciones al crédito, las instituciones financieras deberán informar sobre el tipo de crédito de que se trata, ya sea de vivienda en general o de vivienda de interés social, la existencia y constitución de la garantía hipotecaria y los términos financieros, tales como: tasa de interés, plazos, pólizas de seguro, cargos e impuestos correspondientes, entre otros que recaigan sobre la vivienda.

6. Las condiciones bajo las cuales la persona consumidora puede reservar o cancelar la operación de compra-venta del bien inmueble objeto de transacción.

Art. 51 Del contrato de Construcción y venta de vivienda o de ejecución de obras con carácter habitacional En el proceso de construcción y venta de viviendas o de ejecución de obras con carácter habitacional las personas urbanizadoras o constructoras deberán suscribir con las personas consumidoras un contrato de construcción y venta de vivienda u obras con carácter habitacional o promesa de venta que contenga todas las especificaciones relevantes de la vivienda ofertada u obras con carácter habitacional, así como los derechos y las obligaciones tanto de las partes contratantes, los cuales no deben contravenir o disminuir el alcance de los derechos y obligaciones básicos ya establecidos en la presente ley.

En dicho contrato se establecerán los términos, características, y garantía de calidad de la vivienda ofrecida u obras con carácter habitacional a ejecutar según

oferta, así como la reparación de los vicios ocultos que surjan en la vivienda u obras ejecutadas de carácter habitacional, por un período de hasta dos años a partir de la entrega de éstas a la persona consumidora, según el reglamento de la presente ley, sin perjuicio de la garantía de saneamiento por evicción en base a las disposiciones establecidas en el Código Civil de Nicaragua, en relación al bien inmueble en los casos de adquisición de lote y construcción de vivienda.

Cuando la persona lotificadora, urbanizadora o vendedora de viviendas pida un anticipo para la reservación de un determinado bien inmueble, de no concretarse la compra-venta en treinta (30) días hábiles por causas imputables a la persona lotificadora, urbanizadora o vendedora, éste depósito le será reembolsado íntegramente a la persona consumidora, caso contrario se podrá aplicar una penalización de hasta el cincuenta por ciento del monto entregado en concepto de reserva.

Si una vez firmado el contrato de construcción y venta de vivienda o de ejecución de obras con carácter habitacional y habiendo la urbanizadora o constructora, iniciado la ejecución de las obras, la persona consumidora por causas ajenas a su voluntad, se ve obligada a rescindir el contrato o desistir de la compra de la vivienda o ejecución de las obras con carácter habitacional, la urbanizadora o constructora podrá retener de las sumas pagadas el monto que corresponda por daños y perjuicios o en su defecto podrá hacer uso de los recursos administrativos y jurisdiccionales correspondientes para mitigar el perjuicio ocasionado.

Si una vez firmado el contrato de construcción y venta de vivienda o de ejecución de obras con carácter habitacional y habiendo la persona consumidora efectuado el pago del inmueble parcial o total y la urbanizadora o constructora por causas ajenas a su voluntad se ve obligada a rescindir del contrato o desistir de la venta de la vivienda o ejecución de las obras con carácter habitacional, la persona consumidora tendrá derecho a la devolución total de las sumas pagadas, o en su defecto podrá hacer uso de los recursos administrativos y jurisdiccionales correspondientes para mitigar el perjuicio ocasionado.

Bajo ninguna circunstancia será posible la rescisión del contrato ni por la persona consumidora ni por el urbanizador o constructor, si para la adquisición de la vivienda o ejecución de obras con carácter habitacional, existe un financiamiento con garantía hipotecaria.

Art. 52 De las viviendas u obras con carácter habitacional con vicios ocultos Si dentro del plazo de dos (2) años, contados a partir de la entrega de la vivienda u obras con carácter habitacional ejecutadas en el inmueble a la persona consumidora o usuaria, se presentan vicios ocultos que afecten su calidad o la posibilidad de su uso, la persona consumidora o usuaria tendrá derecho a efectuar el reclamo respectivo a la urbanizadora o constructora, solicitando la reparación completa de los vicios ocultos que surjan o se detecten en el bien inmueble, todo de conformidad a la cláusula a establecer sobre esta materia en el contrato de construcción y venta de vivienda o de ejecución de obras con carácter habitacional o de promesa de venta. En caso de incumplimiento, la persona consumidora ejercerá su derecho de reclamo ante el Instituto de la Vivienda Urbana y Rural, para lo que corresponda.

En caso que el inmueble no admita reparación alguna, la persona consumidora o usuaria tendrá derecho a que se le reemplace el bien en igual calidad y características o a rescindir el contrato con la urbanizadora. El reglamento de la presente ley definirá el procedimiento para determinar en qué casos el bien debe ser reemplazado o los plazos para rescindir el contrato.

Bajo ninguna circunstancia será posible la rescisión del contrato, si para la adquisición de la vivienda o ejecución de obras con carácter habitacional, existe un financiamiento con garantía hipotecaria.

El tiempo que demore la reparación completa de los vicios ocultos encontrados suspende el plazo de garantía, el cual continuará una vez concluidas las reparaciones reclamadas.

En caso que los bienes inmuebles sean sujetos de ampliaciones, anexos, remodelaciones o usos para los cuales no fueron diseñados, se cancelará la garantía por vicios ocultos otorgada por la persona urbanizadora o constructora. No obstante, dentro del plazo de la garantía vigente, la persona dueña de la

vivienda podrá acordar con la urbanizadora o constructora tales modificaciones, manteniendo así la garantía. Estas modificaciones podrán ser realizadas por la urbanizadora, constructora o por una tercera parte profesional de la construcción, a elección de la persona dueña de la vivienda con la aprobación previa de la urbanizadora o constructora.

Capítulo XI Servicios financieros

Art. 53 Regulación de servicios financieros Las disposiciones del presente Capítulo aplican únicamente a las relaciones de consumo entre personas usuarias y proveedoras de servicios financieros en cuanto a posibles denuncias, consultas o resolución de reclamos o conflictos de parte de las usuarias afectadas en sus derechos relacionados con los servicios financieros.

Corresponde a la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras la aplicación de la presente ley en materia de servicios financieros de las entidades reguladas por la Ley No. 316, “Ley de la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 169 del día 31 de agosto de 2005 y sus reformas, sin perjuicio de las facultades de supervisión y regulación otorgadas por leyes especiales.

En materia de protección de los derechos de usuarios de servicios financieros, corresponderá:

1. A la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras y a la CONAMI la aplicación de lo preceptuado en la presente ley;
2. Al Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo la atención de reclamos de usuarios de los servicios financieros de instituciones cooperativas que no están registradas ante la Comisión Nacional de Microfinanzas; y
3. Al Ministerio de Fomento, Industria y Comercio en los casos de los reclamos de usuarios de servicios financieros no regulados por ninguno de los anteriores Entes Reguladores.

Art. 54 Sobre los derechos de las personas usuarias de servicios financieros Las personas usuarias de servicios financieros tienen, entre otros, los siguientes derechos:

1. A ser informados de forma clara, completa, oportuna y adecuada sobre los alcances y consecuencias de los servicios financieros a ser contratados y los cambios de las condiciones previamente pactadas; en el marco de una cultura financiera y consumo responsable en relación a este tipo de productos y servicios;
2. A seleccionar el o los productos o servicios financieros en el ámbito de libre competencia, ya sea de crédito, de pago o cualquier otro servicio financiero prestado por las distintas entidades que prestan servicios financieros;
3. A ser notificados por parte de la entidad financiera de forma verificable, de la decisión negativa emitida por parte de la entidad respecto a la contratación del producto o servicio financiero solicitado de previo por el usuario;
4. A ser atendidos oportuna y diligentemente en el caso de reclamos, denuncias o consultas interpuestas;
5. A ser notificados de forma verificable sobre el estado del trámite y la resolución final de su queja, denuncia, reclamo o consulta; y
6. A recibir un trato adecuado ante cualquier consulta, contratación o reclamo referente a los servicios financieros.

Art. 55 Obligaciones de las personas Usuarias de Servicios Financieros Las personas usuarias de servicios financieros tienen las siguientes obligaciones:

1. Leer de previo el contrato a suscribir con la entidad prestadora del servicio financiero a contratar;
2. Solicitar de previo cualquier aclaración que precise en cuanto al producto financiero a contratar;
3. Actualizar cualquier cambio a su información brindada a la entidad con que ha contratado cualquier servicio financiero;
4. Firmar cada documento de autorización, ampliación de información o demás derivados del producto o servicio financiero que ha contratado, de los que se le entregará una copia al momento de su suscripción;

5. En caso de reclamo o impugnación de cargos deberá agotar la vía en primera instancia, ante la entidad prestadora de servicios financieros y de no considerar la resolución emitida por la entidad satisfactoria o a falta de respuesta de la misma, podrá recurrir ante el ente regulador del servicio financiero contratado; y

6. A cumplir con la obligación adquirida en estricto apego a las estipulaciones pactadas en el contrato suscrito, incluyendo pagar lo adeudado en el tiempo, modo y condiciones establecidas en el convenio o contrato respectivo.

Art. 56 Derecho de las personas usuarias de comparecer ante el ente regulador
Las personas usuarias de servicios o productos financieros podrán comparecer ante el ente administrativo correspondiente para interponer reclamos en contra de las entidades prestadoras de los servicios y productos financieros según corresponda. La Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras, la CONAMI y la MEFCCA, deberán desarrollar la normativa que establezca los plazos y procedimientos para el trámite administrativo descrito. Una vez cumplido el plazo establecido en la normativa ya sea con resolución emitida por la entidad financiera o sin ella, la persona usuaria podrá recurrir ante los entes reguladores respectivos.

Las resoluciones que dicten los referidos Entes en su caso, en esta materia, mediante los cuales se pronuncie en definitiva sobre algún reclamo formulado por una persona usuaria de servicios financieros, constituyen disposiciones administrativas de obligatorio cumplimiento, sujetas a sanciones en caso de no ser acatadas, mismas que podrán ser recurridas de conformidad con lo establecido en la legislación pertinente.

Art. 57 Sobre la creación de la Dirección de Atención a las Personas Usuarias de Servicios Financieros Créase la Dirección de Atención a las Personas Usuarias de Servicios Financieros la que operará como una instancia administrativa de la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras, la que será encargada de conocer, indagar y tramitar los recursos y reclamos que interpongan las personas usuarios de servicios financieros en contra de las entidades financieras supervisadas y reguladas por la SIBOIF.

La Dirección de Atención a las Personas Usuarias de Servicios Financieros dependerá directamente del Superintendente de Bancos y de Otras Instituciones Financieras y para el funcionamiento de lo dispuesto en el presente Capítulo, el Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras dictará las normativas correspondientes.

Art. 58 Funciones de la Dirección de Atención a las Personas Usuarias de Servicios financieros de la SIBOIF Sin perjuicio de las funciones y atribuciones que establezca el Consejo Directivo de la SIBOIF, por la disposición de la presente ley, la Dirección de Atención a las Personas Usuarias de Servicios Financieros tendrá las siguientes funciones:

1. Recibir consultas, reclamos y denuncias presentadas por personas usuarias de servicios financieros;
2. Tramitar ante las entidades de servicios financieros las consultas, reclamos y denuncias presentadas por personas usuarias de servicios financieros;
3. Dar seguimiento a los trámites en ejecución sobre cada uno de los servicios solicitados;
4. Presentar al Superintendente de Bancos y de Otras Instituciones Financieras las propuestas de resolución debidamente razonadas sobre las consultas, reclamos y denuncias referidas para su aprobación, firma y notificación a las partes;
5. Indagar, requerir información a las entidades bajo su ámbito de supervisión y control respecto a cualquier producto o servicios financieros ofrecido a las personas usuarias;
6. Elaborar semestralmente el informe técnico de evaluación sobre los casos atendidos y en proceso;
7. Divulgar a través de medios disponibles en lo que corresponda a las disposiciones en materia de protección de los derechos de las personas usuarias de servicios financieros; y
8. Otras funciones delegadas por el Superintendente de Bancos y de Otras Instituciones Financieras.

Art. 59 Sobre la Creación de la Comisión de Servicios Financieros Créase la Comisión de Servicios Financieros como instancia técnica interinstitucional de coordinación y homogenización de acciones en pro de la protección de los derechos de las personas usuarias de servicios financieros. Dicha comisión será convocada para su integración y conformación por el Banco Central de Nicaragua (BCN), entidad encargada de impulsar, promover y desarrollar la educación financiera en nuestro país.

Esta comisión será presidida por el BCN e integrada por los delegados técnicos del BCN, SIBOIF, CONAMI, MEFCCA y DIPRODEC, quienes conservando su autonomía regulatoria y fiscalizadora, se reunirán periódicamente para intercambiar criterios e informarse sobre estrategias, políticas, los procedimientos de atención de los reclamos y denuncias efectuados ante estas instancias por parte de las personas usuarios de servicios financieros, así como acordarán acciones conjuntas en pro de la promoción de una cultura de educación financiera en cada uno de los sectores.

Los y las integrantes de la Comisión designarán a un o una representante del sector para integrar el Consejo Interinstitucional para la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Los o las representantes de Asociaciones de Personas Consumidoras y Usuarias participarán de manera permanente con carácter de invitados en las sesiones de la comisión.

Art. 60 Funciones de la Comisión de Servicios Financieros La Comisión de Servicios Financieros tendrá las siguientes funciones:

1. Reunirse al menos trimestralmente para definir, mejorar, desarrollar, propuestas para el impulso y desarrollo de la inclusión financiera, educación financiera y consumo responsable en materia de consumo de servicios y productos financieros.
2. Desarrollar y dar seguimiento a planes, campañas y proyectos que la misma comisión defina en pro de inclusión financiera, educación financiera y consumo responsable en materia de consumo de servicios y productos financieros;

3. Presentar al menos semestralmente un informe al público en general, sobre los avances del trabajo que desarrolla la comisión;
 4. Suscribir convenios para el impulso y desarrollo de la inclusión financiera, educación financiera y consumo responsable; y
 5. Las demás que como órgano auxiliar le confieran otros ordenamientos.
- Art. 61 Información de previo Las instituciones financieras antes de celebrar un contrato, están obligadas a suministrar información necesaria para que la persona consumidora conozca de forma comprensible, transparente, homogénea y exacta las comisiones que se cobrarán, tipo de interés a ser aplicado, posibilidad de modificar el mismo; cargos en caso de incumplimiento, costos asociados al producto o servicio, orden de prelación de aplicación de pagos en caso de caer en mora y en el caso de pagos anticipados así como los otros contenidos a ser desarrollados por las normativas correspondientes, a efecto de que pueda realizar el análisis y comparación respectiva.

Art. 62 Sobre el Contrato Las instituciones financieras entregarán a los usuarios al momento de la firma un instrumento de igual tenor al de las relaciones contractuales suscritas con ellos, así como de la póliza de seguro contratada con la misma entidad en el caso de los servicios o productos que conlleven la contratación de la misma o que por decisión del cliente este adquiera como derivación del servicio o producto contratado. En el caso de contratos susceptibles de inscripción registral, se le entregará a la persona consumidora o usuaria un documento provisional que exprese el plazo perentorio para la entrega de su documento definitivo, una vez que esté debidamente inscrito y recibido por la institución financiera correspondiente. El plazo señalado en el referido documento provisional podrá ser prorrogado conforme la duración del trámite de inscripción. Lo anterior, deberá quedar evidenciado en el expediente de la persona usuaria.

Se garantiza el derecho a reclamar y obtener prueba documental o cualquier otro medio de prueba, que permita conocer y acreditar la suscripción de un contrato.

Las personas usuarias tienen derecho a que las entidades les informen acerca de los cambios a ser incorporados al contrato de que se trate, según proceda de

acuerdo al tipo de servicio contratado, para los efectos de su aceptación por parte de estos, ya sea de forma escrita o por vía electrónica, o cualquier otro medio verificable.

Art. 63 Forma e interpretación de las condiciones generales Las condiciones generales incorporadas a un contrato de servicios financieros deben ser claras y precisas. Las cláusulas contractuales serán interpretadas siempre de la manera más favorable a la persona usuaria. Esta interpretación, no anulará la existencia y validez del resto del contrato que contiene la obligación, ni sus garantías y ejecutabilidad o mérito legal del mismo.

Art. 64 Cláusulas abusivas Se considerarán cláusulas abusivas en los contratos de servicios financieros, brindados por las instituciones financieras sujetas a los Entes Reguladores correspondientes:

1. Las que expresan que las instituciones financieras deslindan responsabilidad en el caso de virus, programas fraudulentos o exposición no autorizada o ilícita de sus servicios brindados; por medios electrónicos o medios que utilicen tecnología de la información; siempre y cuando obedezcan a actuaciones dolosas o negligentes de su personal e incumplimiento a las normativas emitidas por el Ente Regulador;
2. Las que imputan aceptación tácita de la persona usuaria de servicios financieros no solicitados;
3. Las que impongan servicios o productos no aceptados expresamente;
4. Las que establezcan renuncia por parte de la persona usuaria de servicios financieros a reclamar o recurrir ante la instancia administrativa supervisor o judicial según corresponda;
5. Las que vinculen el vencimiento o cancelación anticipada, del contrato directamente a la voluntad del acreedor o prestador del producto o servicio financiero, sin causa justificable o no establecidas en el marco legal vigente o le impongan al usuario la carga de la prueba;
6. Las que prohíban, limiten o penalicen pagos anticipados o parciales en los créditos a plazos; salvo lo señalado en el artículo 68, de la presente ley;

7. Las que prohíban, limiten o penalicen pagos parciales o cancelaciones anticipadas; salvo lo señalado en el artículo 68, de la presente ley. A efectos del presente numeral, las primas no se consideran pagos anticipados;

8. Las que impongan a las personas usuarias la aseguradora a contratar, en los casos de créditos que requieran la contratación de una póliza de seguro para garantizar los mismos, debiendo respetar en todo momento el derecho de la persona usuaria de escoger sin limitaciones a la aseguradora. Para aquellos casos de personas usuarias que, a la entrada en vigencia de la presente ley, se encuentren aseguradas bajo pólizas colectivas, éstas mantendrán su vigencia hasta la cancelación de su crédito;

9. Las que impongan renunciaciones a las personas usuarias de servicios financieros en perjuicio de sus derechos o intereses económicos; exceptuando las existentes en las leyes de cada sector financiero;

10. Exigir montos mínimos en cuentas de pasivos, que se abran para el pago de un determinado crédito; y

11. Aquellas que en base al concepto de cláusulas abusivas establecido en la presente ley coincida con estas disposiciones.

Los contratos vigentes, previo a la publicación de la presente ley, quedarán en todo vigor y fuerza legal de conformidad a su legislación actual, con excepción de las cláusulas que contradigan lo establecido en el presente artículo, las cuales se tendrán por no puestas y en consecuencia serán nulas e inaplicables y perderán su validez, no así la obligación crediticia.

Las entidades prestadoras de servicios y productos financieros deberán ajustar los modelos de contratos a ser suscritos con las personas usuarios de servicios financieros a las disposiciones contenidas en el presente capítulo.

Art. 65 Sobre las transacciones electrónicas de los servicios financieros En los casos que existan posibilidades de contratar productos y servicios financieros por medios electrónicos, se garantiza a las personas usuarias el derecho a realizar estas transacciones y celebrar contratos, siendo las derivaciones de los mismos de igual valor probatorio y efecto legal que los contratos celebrados de

forma escrita o las transacciones efectuadas de forma presencial, ajustándose a las instrucciones proporcionadas por la entidad financiera.

En caso de duda manifestada por el usuario de servicios financieros acerca de los componentes de determinado servicio prestado mediante los medios referidos anteriormente, la institución financiera a su solicitud, estará obligada a esclarecerla, debiendo entregar copia de los soportes de las transacciones objeto del reclamo. La copia de los soportes se suministrará de forma gratuita, la primera vez; el costo sobre posteriores solicitudes vinculadas al mismo servicio financiero, las asumirá la persona usuaria. Para este último caso, la Institución financiera colocará en lugar visible la tarifa por suministro de ésta información, misma que deberá ser remitida al Ente Regulador para que se pronuncie, en su caso, conforme sus facultades de ley.

Se exceptúan del principio de gratuidad expuesto en el párrafo que antecede a las transacciones realizadas con tarjetas de crédito, cuyo comprobante de operación se da a la persona consumidora o usuaria al momento de ser realizada la transacción, y en cuyo caso toda solicitud de copia al respecto por parte de éste podrá tener un costo. En los casos de resolución negativa a la persona usuaria por parte de la entidad financiera por impugnación de cargos o no reconocimiento de los mismos, y de no estar conforme con tal negativa, la entidad financiera deberá entregar a la persona usuaria copia de los correspondientes comprobantes de los cargos impugnados.

Art. 66 Uso de las tarjetas Dentro de los límites de las regulaciones o políticas de los emisores y condiciones contractuales pactadas, se garantiza el derecho de las personas consumidoras y usuarias de utilizar tarjetas de crédito y débito proporcionadas por las instituciones financieras autorizadas, para la adquisición de bienes o servicios, así como en su caso, para la obtención de retiros o adelantos de dinero en efectivo, todo conforme a la ley y normas aplicables a la materia.

Se prohíbe para las personas proveedoras de bienes o servicios el tratamiento diferenciado entre el pago con tarjetas de crédito o débito y el pago en efectivo; la no aceptación de la tarjeta como medio de pago, siendo el proveedor afiliado

a las instituciones financieras emisoras de las tarjetas; y cualquier práctica comercial discriminatoria en perjuicio de los intereses de las personas consumidoras o usuarias como consecuencia del pago con las tarjetas.

En los casos que los proveedores o proveedoras de bienes o servicios incumplan con las disposiciones contenidas en el párrafo anterior, la DIPRODEC por denuncia o de oficio, procederá a instruir el investigativo de ley y emitirá la resolución que en derecho corresponda.

El comercio afiliado al medio de pago por tarjeta, habiéndose realizado la transacción, deberá entregar a la persona usuario o usuaria el comprobante con detalle desglosado de los cargos que aplica por su compra o adquisición de servicios. Dicho documento servirá de prueba suficiente del cobro indebido, con el cual el cliente podrá comparecer ante la DIPRODEC a más tardar en tres días hábiles posteriores a la ocurrencia del hecho. La DIPRODEC, en un plazo no mayor de tres días hábiles contados a partir de la recepción del reclamo, deberá requerir el informe respecto al cargo reclamado al establecimiento comercial. Dicho informe deberá ser presentado por el establecimiento comercial en un plazo no mayor a cinco días hábiles. Con la respuesta del establecimiento comercial o sin ella, la DIPRODEC continuará con la instrucción del expediente y emitirá la resolución correspondiente ajustada a derecho en un plazo de quince (15) días hábiles. De todo lo actuado la DIPRODEC deberá informar al Banco emisor de la tarjeta y a la SIBOIF.

En caso de reincidencia, la DIPRODEC además de aplicar segunda sanción al establecimiento comercial infractor, remitirá el expediente a la SIBOIF. Esta última, abrirá el proceso informativo y verificará la reincidencia, en cuyo caso deberá instruir a la entidad emisora de la tarjeta la cancelación inmediata del contrato de afiliación con el proveedor infractor y el retiro de sus terminales de pago electrónico.

Se prohíbe utilizar el estado de cuenta de tarjetas para la gestión de cobro de otros préstamos distintos al de la línea de crédito referida.

Art. 67 Difusión de fórmulas y liquidación de pagos Las instituciones financieras deberán difundir por cualquier medio de comunicación escrito, sin detrimento de

la publicación en su página en internet, las fórmulas utilizadas para la liquidación de intereses y pagos, por medio de ejemplos explicativos comprensibles para los usuarios, y del orden de prelación en que se aplican sus pagos en el caso de ser un préstamo que cae en mora y en el caso de pagos anticipados.

Art. 68 Del pago anticipado y cancelación de crédito sin penalidad Las personas usuarias de servicios financieros tendrán derecho en todo contrato de crédito de consumo, a efectuar el pago anticipado de los saldos en forma total o parcial con la consiguiente reducción de los intereses generados al día del pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que le sea aplicable penalidad de tipo alguno.

También este derecho, será aplicado en los contratos de crédito agrícola y ganadero, suscritos hasta por un monto igual o menor a veinticinco mil dólares o su equivalente en córdobas, independientemente del plazo. Asimismo, este derecho, será aplicado en los contratos de crédito agrícola y ganadero con un plazo igual o menor a dieciocho (18) meses, independientemente del monto.

En el caso de las personas usuarias de servicios financieros que hayan suscrito o suscriban contratos de microcréditos, éstos tendrán derecho a pagar o cancelar sus créditos de forma anticipada sin penalidad alguna, con la consecuente obtención de los beneficios establecidos en el primer párrafo del presente artículo.

Este derecho no será aplicado al resto de los contratos de crédito, ni a los créditos que sean financiados con fondos intermediados y la institución financiera tenga la obligación contractual de pagar cargos por pago o cancelación anticipada. Tal circunstancia deberá estar expresamente incorporada en el contrato respectivo, sin perjuicio de las facultades de verificación por parte del Ente Regulador.

En el caso de los contratos de préstamos para las viviendas de interés social, se aplicará lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley No. 677, "Ley Especial para el Fomento de la Construcción de Vivienda y de Acceso a la Vivienda de Interés Social".

Art. 69 Medidas de seguridad y protección de datos Las instituciones financieras deben adoptar las medidas técnicas de control que garantice seguridad en las transacciones, transmisión y resguardo de datos de las personas usuarias de servicios financieros, según Ley No. 787, “Ley de Protección de Datos”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 61 del 29 de marzo de 2012, las normativas técnicas del Ente Regulador correspondiente y lo establecido en las mejores prácticas internacionales.

Es obligación de la institución financiera la protección de datos personales de sus clientes obtenidos por la gestión de diferentes servicios. El uso de los datos personales con fines distintos a los manifestados por la persona consumidora requerirá de forma expresa su autorización escrita. Las instituciones financieras podrán solicitar a las personas consumidoras la información pertinente que consideren necesaria para el desarrollo de sus actividades y el cumplimiento de las diversas regulaciones a las que estuvieren sometidas las instituciones financieras.

Art. 70 Información después de la celebración del Contrato Las personas usuarias tienen derecho a solicitar información de todos los actos que supongan ejecución de los contratos celebrados de acuerdo a lo dispuesto en la presente Ley y su normativa. Podrán reclamar y obtener extractos de operaciones y justificantes de liquidación de gastos. Asimismo, tienen derecho a recibir información periódica de sus saldos deudores y de los conceptos a que se hayan aplicado los pagos. Las instituciones financieras pondrán a disposición de sus clientes esta información ya sea de manera física o electrónica en dependencia del tipo de producto y autorización expresa por medio verificable por parte del cliente y el supervisor.

Las personas usuarias tienen derecho a ser informadas de las variaciones de las condiciones jurídicas y económicas, existentes a la celebración del contrato, a los efectos del ejercicio de los derechos de aquellas contemplados en el contrato y en la Ley. Tales modificaciones deberán ajustarse a las previsiones legales y realizarse mediante un procedimiento establecido al efecto o, en cualquier caso, con la debida transparencia y claridad.

Art. 71 Procedimientos de reclamos y denuncias El Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras en un plazo no mayor a cuarenta y cinco (45) días contados a partir de la publicación de la presente ley en La Gaceta, Diario Oficial, emitirá normativas para establecer los procedimientos de reclamos, denuncias y sus alcances.

Las autoridades competentes crearán el formulario para la presentación o interposición de denuncias o reclamos de las personas usuarias de servicios financieros. Dichos formularios estarán disponibles en formato electrónico vía web y en físico en las instalaciones de las personas proveedoras de servicios financieros.

Todo lo relacionado a los contratos; el trámite de reclamos, quejas, denuncias, consultas y conflictos; difusión de información, atención a las personas usuarias; cálculo de intereses corrientes y moratorios; y demás temas relacionados a los servicios financieros, se registrarán exclusivamente por las disposiciones del presente Capítulo y las demás leyes de la materia que regulan este tipo de servicios.

Art. 72 Acceso de las personas usuarias a las Centrales de riesgo privadas La Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras en el plazo de noventa días después de la entrada en vigencia de la Ley, deberá emitir, dentro del ámbito de su competencia, la norma que garantice y regule el acceso de las personas usuarias a las centrales de riesgo privadas, con el fin de que éstos puedan acceder y conocer acerca de su calificación crediticia.

Art. 73 Vías de resolución Las personas usuarias tienen el derecho a interponer formal reclamo o denuncia ante la institución financiera respectiva sobre el incumplimiento de las condiciones particulares o generales establecidas de previo en los contratos, o inconformidad por la afectación de sus derechos como persona usuaria de los servicios financieros.

Si la persona proveedora de servicios financieros no satisface el reclamo de la persona usuaria, ésta podrá interponer el mismo ante la Dirección de Atención a las Personas Usuarias de Servicios Financieros según sea el caso, de

conformidad con los procedimientos administrativos según corresponda para este fin.

En el caso de que la persona usuaria no esté conforme con la resolución dada administrativamente a su reclamo o denuncia por servicios financieros, tendrá derecho de recurrir por la vía judicial.

Capítulo XII De los demás servicios

Art. 74 Información previa a las operaciones al crédito en la contratación para la adquisición de bienes o servicios En las relaciones de consumo al crédito, la persona proveedora está en la obligación de informar a la persona consumidora o usuaria al menos:

1. El precio al contado y al crédito del producto o del servicio; este último precio incluirá el total a pagar por el bien financiado en el contrato;
2. El valor de pago inicial o la prima, en caso que hubiere;
3. La tasa de interés fija o variable que se debe aplicar sobre el saldo, así como la tasa de interés en el caso de no pagar en el tiempo indicado las cuotas de amortización, la que en ningún caso debe aplicarse a la totalidad del crédito;
4. El monto total de los intereses y demás cargos a pagar en relación con lo pactado;
5. La opción de garantías adicionales; y
6. Las demás condiciones de crédito y los derechos y obligaciones de ambas partes.

Art. 75 De las compraventas a plazos, mutuos con garantía prendaria y otros créditos En la contratación para la adquisición de bienes o servicios que sean cancelados a plazos; mutuos y créditos de cualquier clase, el interés se aplicará únicamente sobre saldos adeudados. Los pagos no podrán ser exigidos por adelantado y solamente se podrán cobrar por periodos vencidos.

Las personas consumidoras y usuarias tienen derecho a abonar anticipadamente o cancelar su crédito antes del vencimiento del plazo

establecido, con la consiguiente reducción proporcional de los intereses que no se devenguen, sin penalidad alguna.

La tasa de interés máxima aplicable a estas operaciones, será la tasa de interés hasta de dos (2) veces la tasa promedio ponderada que cobren los bancos comerciales autorizados en el país, publicada por el Banco Central de Nicaragua. No podrán hacerse cargos adicionales que de manera directa o indirecta alteren la tasa de interés previamente pactada.

Se prohíbe la simulación en los contratos y en particular la capitalización de los intereses en este tipo de operaciones.

Los intereses moratorios deberán ser calculados, cobrados y pagados únicamente sobre el saldo vencido del crédito. Cuando se demandaren solo los intereses moratorios, estos nunca podrán exceder ni en monto ni cuantía a la deuda principal, y cuando se reclamare la deuda principal y los intereses moratorios, estos últimos no podrán exceder del veinticinco por ciento (25%) del monto principal. Si la obligación principal fuere cumplida en partes, los intereses moratorios se reducirán en la misma proporción.

Cualquier estipulación contractual que contravenga las presentes disposiciones será nula de pleno derecho.

Se excluyen de lo estipulado en el presente capítulo, a las instituciones financieras autorizadas y reguladas por sus leyes especiales.

Art. 76 Documentos de cancelación del crédito Una vez que la persona consumidora o usuaria cancele el crédito otorgado, la persona proveedora tendrá la obligación de entregarle dentro de un plazo de hasta cinco días hábiles el recibo de cancelación y los otros documentos en los cuales se formalizó el crédito respectivo firmado por la persona proveedora o su representante.

Art. 77 Transacciones por medios electrónicos Las transacciones por medios electrónicos son aquellas efectuadas entre personas proveedoras y las consumidoras y usuarias a través del uso de medios electrónicos, digitales o de cualquier otra tecnología.

La ley de la materia completará las disposiciones establecidas en la presente ley y su reglamento, siempre en función de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias que utilizan las operaciones por medios electrónicos o de otra tecnología para efectuar sus compras o adquisiciones de bienes o servicios.

Art. 78 Información confiable en transacciones de compras por medios electrónicos Cuando las transacciones sean por medios electrónicos, previo a la celebración de la transacción, la persona proveedora deberá proporcionar a la persona consumidora, la información verídica y actualizada sobre su domicilio físico, números telefónicos, dirección electrónica, y demás medios a los que pueda acudir la persona consumidora para presentarle sus reclamos o solicitarle aclaraciones.

La información acerca de los bienes y servicios que ofrezcan las personas proveedoras vía internet u otros medios electrónicos debe ser clara, completa y precisa para las eventuales personas consumidoras o usuarias. Asimismo, se prohíben las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos que pueden inducir al fraude o confusión para las personas consumidoras o usuarias.

Art. 79 Seguridad en las transacciones electrónicas Es obligación de la persona proveedora utilizar sistemas tecnológicos y elementos técnicos confiables para brindar seguridad y confidencialidad a la información transmitida y proporcionada por la persona consumidora o usuaria en las transacciones electrónicas, de acuerdo a los parámetros internacionales definidos para tal fin.

Previamente a la celebración de la transacción electrónica, la persona proveedora de bienes o servicios deberá informar a la persona consumidora o usuaria de las características generales de dichos elementos de seguridad.

Art. 80 Sobre la compra de bienes y servicios en territorio nacional por medio de las transacciones electrónicas Los pagos por concepto de compra efectuada a través de transacciones electrónicas serán reconocidos por parte de la persona proveedora mediante facturas u otras expresiones que se enviarán vía electrónica a la persona consumidora para su debido control.

Las personas proveedoras estarán obligadas a mantener un registro de estos pagos electrónicos, con su respaldo de seguridad respectivo, durante el tiempo que establezcan las leyes respectivas, luego de la realización de la compra.

La persona proveedora enviará vía electrónica a la persona consumidora el contrato de compraventa del bien o servicio adquirido que contenga las mismas características y requisitos de los contratos de compraventa normalmente celebrados en los casos de bienes o servicios de prestación o ejecución sucesiva o continua, conteniendo información sobre las cláusulas, términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso, formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por la persona proveedora, fecha de entrega del producto y garantías según sea el caso.

Art. 81 Derecho a retracto en las ventas fuera del establecimiento comercial o a distancia En las ventas que se lleven a cabo fuera del establecimiento comercial, la persona consumidora amparada al derecho de retracto puede rescindir el contrato, en un plazo de cinco (5) días hábiles a partir de su perfeccionamiento. En el caso que la venta fuera a distancia, los cinco (5) días hábiles se contarán a partir de la recepción del bien.

La forma de hacer efectiva el derecho a retracto, así como las excepciones de este artículo serán establecidas en el reglamento de la presente ley.

Art. 82 De las ventas realizadas fuera del establecimiento comercial o distancia En las ventas efectuadas fuera del establecimiento comercial o a distancia la persona proveedora deberá:

1. Identificarse plenamente ante la persona consumidora, y que la persona consumidora este identificada;
2. Informar previamente a la persona consumidora sobre las características del bien a contratarse, las garantías ofrecidas, el plazo de vigencia de la oferta, precio, fecha de entrega, costos de seguro y flete y, en su caso, la marca del bien;
3. Entregar el documento probatorio de la compra venta efectuada o código que confirme la transacción;

4. Entregar el bien en la dirección acordada entre las partes; e
5. Informar a la persona consumidora sobre los términos del derecho de retracto establecido en la presente ley para este tipo de compra ventas.

Art. 83 Sobre la seguridad en los estacionamientos o parqueos Las personas proveedoras que ofrezcan el servicio de seguridad en los estacionamientos o parqueos, serán responsables de la seguridad física de las personas consumidoras y usuarias, así como de la seguridad de sus automotores mientras se encuentren estacionados en los espacios destinados para tal fin. Estas obligaciones de las personas proveedoras estarán ajustadas a los términos y alcances contractuales suscritos. Se exceptúan de esta disposición aquellos eventos de caso fortuito o fuerza mayor.

Las personas propietarias de los automotores deberán dejar estacionados los mismos con las debidas medidas de seguridad. En ningún caso la administración de un estacionamiento estará en la obligación de asumir responsabilidad por dinero en efectivo u otros valores al portador o bienes dejados dentro del automotor. Las personas dueñas de los estacionamientos y las empresas de vigilancia deberán brindar al cliente que ha sido objeto de robo, la colaboración necesaria para determinar de ser posible el momento y quienes participaron en este delito, incluyendo cualquier video o declaración testifical. Las personas propietarias de los automotores afectados podrán demandar por daños y perjuicios en la vía judicial.

Art. 84 De los servicios básicos Cualquier persona consumidora o usuaria, residente dentro de la zona de operación de una de las empresas que suministran servicios básicos de agua potable, alcantarillado sanitario, energía eléctrica, alumbrado público, telefonía básica y correo, está en el derecho de exigirle a la empresa prestadora del servicio y al Ente Regulador correspondiente, que se le garantice el servicio respectivo siempre que existan condiciones técnicas y previo cumplimiento de los requisitos y regulaciones legales propias del servicio.

Art. 85 De los servicios funerarios Las personas proveedoras de servicios funerarios para llevar a cabo sus actividades deberán contar con licencias,

permisos o autorizaciones emitidas por las autoridades correspondientes. La DIPRODEC emitirá las normativas para los proveedores de estos servicios.

Las personas proveedoras de servicios funerarios, estarán obligados antes de la firma del contrato, a informar a las personas consumidoras o usuarias sobre los paquetes de bienes y servicios que ofrecen, detallando las características y los precios de los mismos; los cuales serán parte integrante del contrato.

En el caso particular de las personas proveedoras de servicios funerarios que ofrezcan bienes o servicios a futuro, deberán contratar de manera obligatoria una garantía bancaria o seguro de garantía, para responder por el cumplimiento de sus obligaciones a fin de salvaguardar los intereses económicos de las personas usuarias de estos servicios.

Art. 86 De los contratos de servicios funerarios Toda operación comercial relacionada con la prestación de servicios funerarios deberá formalizarse en contrato que cumpla con las disposiciones establecidas en la presente Ley.

TÍTULO III DE LOS ÓRGANOS, PROCEDIMIENTO Y RÉGIMEN DE SANCIONES

Capítulo I Del Órgano, Instancia Consultiva y Asociaciones de las Personas Consumidoras o Usuarias

Art. 87 Del Órgano rector El Órgano Rector de la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias es el Ministerio de Fomento Industria y Comercio, a través de la DIPRODEC.

Art. 88 Del órgano de aplicación de la ley Crease la Dirección General de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias (DIPRODEC), dependiente de la Dirección Superior del MIFIC, como Instancia encargada de velar y cumplir lo establecido en la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones. Esta Dirección es sucesora sin solución de continuidad de la Dirección de Defensa del Consumidor creada en el artículo 115 del Decreto No. 71-98, Reglamento a la Ley No. 290, "Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo.

El Ministro de Fomento, Industria y Comercio nombrará al Director o Directora General de la Dirección General de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, una vez entrada en vigencia la presente ley. El reglamento de la presente ley desarrollará las funciones del Director o Directora General y Directores o Directoras Territoriales de Protección de los Derechos de las personas consumidoras y usuarias.

En el caso de los servicios públicos de telecomunicaciones, energía eléctrica, suministro de agua potable y alcantarillado sanitario, con legislación específica, la aplicación de la presente Ley y su Reglamento corresponden al Ente Regulador.

En materia de servicios financieros, corresponderá a la SIBOIF y CONAMI la aplicación de lo preceptuado en la presente ley, así como al MINISTERIO DE ECONOMÍA FAMILIAR, COMUNITARIA, COOPERATIVA Y ASOCIATIVA por la atención de reclamos de las personas usuarias de los servicios financieros de instituciones cooperativas que no están registradas ante la CONAMI, y al MIFIC en los casos de los reclamos de personas usuarias de servicios financieros no regulados por ninguno de los anteriores Entes Reguladores.

Por ministerio de la presente ley, todos los entes reguladores existentes y demás instituciones públicas deben crear las estructuras organizativas de atención de consultas, denuncias y reclamos que presenten las personas consumidoras o usuarias, en un plazo de noventa (90) días calendario a partir de la entrada en vigencia de la presente ley. Cada Ente Regulador y demás instituciones públicas, adecuarán o crearán sus respectivas normativas.

Los Entes Reguladores y demás instituciones públicas, que al momento de la entrada en vigencia de la presente ley ya tengan oficinas de atención a las personas consumidoras y usuarias, las reforzarán, con el fin de resolver de la manera más ágil y expedita las consultas, denuncias y reclamos que presenten los mismos.

Cuando la DIPRODEC, requiera de la colaboración de otras instituciones para la efectiva protección de los derechos de consumidores, estas deberán proporcionarle la información necesaria.

Art. 89 Representación territorial El MIFIC creará oficinas en las cabeceras departamentales, a excepción de Managua y una oficina en cada una de las Regiones Autónomas respectivamente, de la Dirección General de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, con el fin de descentralizar la atención a las personas consumidoras o usuarias a nivel nacional. Para tal efecto, se podrán firmar convenios interinstitucionales de coordinación y colaboración administrativa con instituciones gubernamentales, gobiernos municipales y los consejos regionales en su caso, a fin de acercar el servicio a la población.

El funcionamiento de las distintas unidades y los procedimientos se determinarán en el reglamento de la presente ley.

Art. 90 Funciones de la Dirección General de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias Son funciones de la DIPRODEC, las siguientes:

1. Cumplir y hacer cumplir la presente ley, su reglamento y las normativas correspondientes en todos los casos que no exista el Ente Regulador;
2. Conocer, tramitar y resolver reclamos y denuncias que interpongan las personas consumidoras y usuarias en contra de las personas proveedoras de bienes y servicios, aplicando sanciones, cuando corresponda;
3. Realizar inspecciones a las personas proveedoras a través de sus funcionarios debidamente acreditados. Estas inspecciones podrán ser realizadas de oficio, por reclamo, denuncia de las personas consumidoras o usuarias;
4. Efectuar el retiro, retención temporal o destrucción de bienes vencidos o que no cumplan con las normas técnicas de obligatorio cumplimiento, esto podrá realizarse en coordinación y apoyo con las instituciones vinculadas a la materia;
5. Ordenar la reparación, reemplazo o devolución de las sumas pagadas por bienes deficientes o defectuosos, según sea el caso;
6. Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar a las personas consumidoras o usuarias un mejor conocimiento de las

características de los bienes o servicios, precios, condiciones de compra, calidad y otras materias de interés;

7. Promover, realizar e implementar programas de educación, capacitación, asesoría y orientación en materia de derecho de las personas consumidoras y usuarias; asimismo promover estudios e investigaciones sobre los efectos o daños en la salud de las personas que provoca el consumo de algunos productos;

8. Apoyar a las instituciones educativas, tales como el MINED, INATEC, Universidades, entre otros en la formulación de programas educativos sobre los derechos de las personas consumidoras y usuarias;

9. Elaborar los procedimientos administrativos necesarios para el desarrollo de sus funciones a través de las normas de cumplimiento correspondientes;

10. Revisar de oficio las condiciones generales de los contratos por adhesión de las personas proveedoras y ordenar su corrección, cuando así sea necesario;

11. Velar por el cumplimiento del control de precios de aquellos productos que por circunstancias excepcionales en virtud de la Ley estén sometidos a dicho control;

12. Llevar registro de las Asociaciones de las Personas Consumidoras y Usuarias legalmente constituidas;

13. Proponer al Ministro de Fomento, Industria y Comercio para su respectiva aprobación, las normativas técnicas para los sectores que le corresponda regular por el mandato de la presente ley;

14. Suscribir convenios de cooperación, alerta temprana y prevención con organismos públicos, privados, nacionales e internacionales;

15. Evacuar consultas sobre temas relativos de su competencia; y

16. Todas las demás funciones complementarias para el logro de sus objetivos.

Art. 91 Creación del Consejo Interinstitucional para la Protección de los Derechos de las personas Consumidoras y Usuarias Créase el Consejo Interinstitucional para la Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias,

como instancia consultiva de representación de las personas consumidoras y usuarias.

El Consejo se reunirá al menos tres veces al año de manera ordinaria y en situaciones extraordinarias que así lo ameriten, a solicitud de la mayoría de sus integrantes. El reglamento de la presente ley normará el funcionamiento del mismo.

Art. 92 Integración del Consejo El Consejo estará integrado permanentemente por una funcionaria o funcionario público como propietario con su suplente que tomará su lugar en caso de no poder asistir a las sesiones, designado y acreditado por escrito por la máxima autoridad de cada una de las instituciones y organizaciones de defensa de los derechos de las personas consumidoras o usuarias señaladas a continuación:

1. El Ministro o Ministra de Fomento, Industria y Comercio quien lo presidirá, o en su defecto por delegación de éste, el Director o Directora General de la DIPRODEC;
2. Un o una representante del Ministerio Agropecuario y Forestal;
3. Un o una representante del Ministerio de Salud;
4. Un o una representante del Ministerio de Educación;
5. Un o una representante del Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa;
6. Un o una representante del Ministerio de la Mujer;
7. Un o una representante del Ministerio de la Juventud;
8. Un o una representante de cada uno de los Consejos Regionales de la Costa Atlántica;
9. Un o una representante del Consejo Nacional de Universidades (CNU);
10. Un o una representante del Instituto Nacional de Promoción de la Competencia (PROCOMPETENCIA);
11. Un o una representante de la Asociación de Municipios de Nicaragua;

12. Dos representantes de las Asociaciones de las personas Consumidoras o Usuarías, legalmente constituidas, seleccionados dentro de sus gremios;

13. Un representante de la Federación Nicaragüense de Asociaciones de personas con discapacidad (FECONORI);

14. Un o una representante del Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP), seleccionado del seno de sus organizaciones;

15. Un o una representante del Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONIMIPYME).

Así mismo, una o un representante de la Corporación Municipal de los Mercados de Managua participará de manera permanente con carácter de invitado en las sesiones del Consejo.

El Consejo cuando lo estime conveniente, tendrá la potestad de convocar a otras instituciones públicas o privadas y organizaciones competentes en materia a tratar en las comisiones y sesiones de trabajo, como integrantes ad hoc.

Art. 93 Atribuciones del Consejo Sin perjuicio de las demás atribuciones necesarias para su funcionamiento que se desarrollen en el Reglamento de la presente ley, el Consejo tendrá las siguientes:

1. Elaborar y proponer al MIFIC las políticas públicas y programas dirigidos a la protección y defensa de los derechos de las personas consumidoras o usuarias;

2. Servir como ente de consulta en materia de políticas públicas y acciones nacionales e internacionales a favor de las personas consumidoras o usuarias;

3. Asesorar a la DIPRODEC sobre los temas específicos relacionados a problemáticas existentes en la reivindicación de los derechos de las personas consumidoras y usuarias;

4. Promover y facilitar la participación activa de las organizaciones en pro de la defensa de los derechos de las personas consumidoras o usuarias en los procesos de formulación, ejecución, monitoreo y evaluación de las políticas y programas nacionales y locales dirigidos a asegurar la plena defensa de los derechos de las personas consumidoras o usuarias en Nicaragua;

5. Conocer de parte de las instituciones y organizaciones miembros del Consejo, sobre los avances de la implementación de programas y proyectos a favor de las personas consumidoras o usuarias, así como las actualizaciones de las normativas y demás resoluciones administrativas aprobadas por cada autoridad competente según la materia;

6. Solicitar a los Entes Reguladores informes periódicos, sobre los avances en la aplicación de la presente ley y en particular, las estadísticas de los casos atendidos y resueltos que fueron interpuestos por las personas consumidoras o usuarias ante estas instancias;

7. Instalar las comisiones internas de trabajo por sectores involucrados.

Art. 94 Funciones de las Asociaciones de las Personas Consumidoras o Usuarias
Las Asociaciones de las Personas Consumidoras o Usuarias tienen, entre otras, las siguientes funciones:

1. Promover y defender los derechos de las personas consumidoras o usuarias;

2. Asesorar y brindar acompañamiento gratuito en relación a los intereses individuales o colectivos de las personas consumidoras o usuarias ante las personas proveedoras, autoridades administrativas o judiciales, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones pertinentes;

3. Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva en relación a la calidad, precios y otros aspectos de interés relacionados a los bienes y servicios ofertados en el mercado y las políticas gubernamentales implementadas en materia de derechos de las personas consumidoras o usuarias;

4. Ofrecer programas de capacitación sobre el contenido de las disposiciones legales en materia de defensa de las personas consumidoras o usuarias;

5. Promover los principios de consumo responsable y sostenible, educando a las personas consumidoras o usuarias sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.

6. Participar a través de los representantes del gremio en las reuniones periódicas del Consejo; y

7. Las demás que se desarrollen en el Reglamento de la presente ley.

Art. 95 Legitimación activa de las Asociaciones de las Personas Consumidoras o Usuarias Tendrán legitimación activa para la representación de intereses colectivos o difusos, ante las instancias administrativas o judiciales, aquellas asociaciones registradas ante la DIPRODEC. Los requisitos para el registro de éstas asociaciones se desarrollarán en el reglamento de la presente ley.

Art. 96 De los recursos económicos Las Asociaciones de las Personas Consumidoras o Usuarias con representación nacional y registrada ante la DIPRODEC, podrán recibir recursos económicos de parte del Estado o de otras organizaciones o instituciones, sean éstas nacionales o extranjeras, todo con el fin de coadyuvar el cumplimiento de sus fines y objetivos.

Art. 97 Restricción de acceso a los recursos económicos por parte del Estado No podrán ser beneficiados con asignación de recursos del erario público, las Asociaciones de las Personas Consumidoras o Usuarias que incurran en alguna de las siguientes circunstancias:

1. Incluir como asociados o asociadas a personas jurídicas que persigan fines de lucro;
2. Percibir ayudas económicas o subvenciones de las empresas o agrupaciones de empresas que suministren bienes, productos o servicios a las personas consumidoras o usuarias;
3. Realizar publicidad comercial y no meramente informativa de bienes, productos o servicios;
4. Cobrar por las asesorías o acompañamiento a las personas consumidoras o usuarias.

La DIPRODEC será la institución encargada de verificar e informar a las autoridades respectivas sobre la ocurrencia de tales circunstancias.

Art. 98 De la violación a las disposiciones de la presente ley En caso que las Asociaciones de Personas Consumidoras o Usuarias infrinjan cualquiera de las disposiciones establecidas en la presente ley, las contenidas en la Ley No. 147, “Ley General sobre Personas Jurídicas sin Fines de Lucro”, publicada en La

Gaceta, Diario Oficial No. 109 del 29 de mayo de 1992 y sus correspondientes reglamentos, la DIPRODEC previo instructivo administrativo procederá a emitir sus recomendaciones para ser remitidas al Ministerio de Gobernación para lo de su cargo. Si se determinare la presunta comisión de un delito, se pondrá en conocimiento del Ministerio Público.

Capítulo II Del Procedimiento Administrativo

Art. 99 **Ámbito de aplicación del procedimiento** Las disposiciones del presente Capítulo serán aplicables únicamente a los casos que se encuentren en el ámbito de aplicación de la DIPRODEC.

Art. 100 **Reclamos ante la persona proveedora y la DIPRODEC** Todo reclamo ante las personas proveedoras debe elaborarse por escrito o por otro medio comprobable.

El plazo para presentar reclamos ante la persona proveedora es de treinta días hábiles contados a partir de la recepción del bien, servicio o factura correspondiente, según sea el caso.

La persona proveedora contará con diez días hábiles para resolver el reclamo correspondiente.

La persona consumidora o usuaria podrá reclamar ante la DIPRODEC en un plazo no mayor de treinta días hábiles luego de haber recibido la resolución por parte de su persona proveedora o habiendo transcurrido el plazo sin recibir respuesta.

Art. 101 **De la investigación e instrucción del expediente** Las denuncias o reclamos pueden ser presentados por las personas consumidoras o usuarias afectadas o por sus representantes debidamente acreditados.

Cuando la DIPRODEC tenga conocimiento de cualquier infracción a la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones conexas, por reclamo, denuncia u oficio, iniciará la investigación e instrucción del expediente de conformidad al procedimiento administrativo establecido en la presente ley y su reglamento.

La DIPRODEC creará el formato para las solicitudes de denuncias o reclamos que presenten las personas consumidoras o usuarias. Dicho formato estará disponible en el sitio web o en físico en sus instalaciones.

Art. 102 Causales de improcedencia La DIPRODEC rechazará de oficio los reclamos o denuncias presentados, o se separará de su conocimiento cuando:

1. No sean de su competencia, de acuerdo con la presente Ley y su Reglamento. Se entiende que no son de su competencia aquellas denuncias o reclamos presentados ante la DIPRODEC contra las personas proveedoras cuyos entes reguladores estén facultados para conocer;
2. Sean presentados fuera de los plazos establecidos por la presente Ley y su Reglamento;
3. No se hubiese efectuado un reclamo previo ante la persona proveedora, de conformidad a la presente ley.

Art. 103 De las omisiones en los reclamos Si el reclamo no cumple los requisitos que se definen en la presente ley y su reglamento, la DIPRODEC, requerirá al reclamante o la reclamante en el acto, para que éste llene dichas omisiones en el plazo de tres días hábiles. En caso de no cumplir con este requerimiento, se cerrará el caso y se archivará la diligencia.

Art. 104 De la audiencia de trámite conciliatorio y notificación del reclamo Admitido el reclamo, la DIPRODEC en un plazo máximo de cuatro días hábiles, notificará a ambas partes sobre el mismo y les citará para que asistan al trámite conciliatorio al cuarto día hábil.

De no llegarse a acuerdo por cualquier motivo en el trámite conciliatorio, la DIPRODEC notificará a la persona proveedora para que conteste el reclamo en un plazo de cuatro días hábiles, más el término de la distancia. En caso que la persona proveedora no conteste el reclamo, la DIPRODEC resolverá lo que en derecho corresponda.

Art. 105 De los acuerdos convenidos en el trámite conciliatorio Los acuerdos a que llegaren las partes en el trámite conciliatorio producirán los mismos efectos que las resoluciones firmes y se cumplirán de la misma forma. Estos acuerdos

serán irrecurribles. Las certificaciones de los acuerdos alcanzados en el trámite conciliatorio prestarán mérito ejecutivo y podrán ser interpuestos por la vía judicial cuando una de las partes no cumpla.

Art. 106 De la denuncia Admitida la denuncia, la DIPRODEC investigará el caso y a más tardar al quinto día hábil, la notificará a la persona proveedora denunciada y la citará hasta por dos veces, para que alegue lo que tenga a bien a más tardar al tercer día hábil. Si la persona proveedora denunciada no presentase ningún alegato oponiéndose o negando la denuncia, la DIPRODEC dictará la Resolución que en derecho corresponda. En caso que la persona proveedora conteste la denuncia, se abrirá prueba conforme lo establecido en la presente ley.

Art. 107 De los casos de oficio Conocida cualquier infracción a la presente ley, su reglamento y demás leyes de la materia, la DIPRODEC iniciará de oficio la investigación e instrucción del expediente.

El procedimiento será el mismo que en el caso de denuncias señalado en el artículo anterior.

Art. 108 Del período de pruebas Concluido el trámite conciliatorio sin acuerdo entre las partes y habiéndose presentado la contestación del reclamo por parte de la persona proveedora, contestada la denuncia o en los casos de oficio, la DIPRODEC abrirá a pruebas el caso por quince días hábiles.

Cumplido ese plazo, emitirá su resolución en un plazo máximo de diez días hábiles para su posterior notificación.

Art. 109 Medios de pruebas Las partes presentarán las pruebas del caso durante el período probatorio, pudiendo la autoridad competente solicitar mayor información a las partes o a terceros, para mejor proveer.

Serán admisibles los medios de pruebas siguientes: documental, pericial, por medios electrónicos, inspección ocular.

La valoración de las pruebas se hará conforme lo establece el Código de Procedimiento Civil.

Art. 110 Medidas preventivas La DIPRODEC podrá ordenar a petición de parte o de oficio la cesación del acto o conducta que presuntamente cause daños a las personas consumidoras y usuarias. La DIPRODEC previo a tomar cualquier medida deberá oír a la persona proveedora, salvo en los casos de riesgos inminentes a la salud humana, a juicio de la autoridad administrativa.

Art. 111 De las resoluciones de la DIPRODEC y demás Entes Reguladores La persona infractora deberá hacer efectiva la resolución dentro de los quince días hábiles siguientes a la notificación, caso contrario la DIPRODEC o el Ente Regulador correspondiente, remitirá la certificación al Procurador o Procuradora General de la República para que la haga efectiva por medio de juicio ejecutivo. La certificación de la resolución administrativa prestará mérito ejecutivo.

La persona consumidora o usuaria deberá informar a la DIPRODEC o al Ente Regulador correspondiente del incumplimiento de la resolución administrativa.

En materia de los derechos de las personas consumidoras o usuarias, las personas proveedoras estarán sujetas a las sanciones administrativas correspondientes, sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales.

En el caso particular de la DIPRODEC, ésta podrá resolver según corresponda:

1. Reparación del bien o bienes objeto del reclamo;
2. Reposición del bien o bienes objeto del reclamo;
3. Devolución de las sumas pagadas;
4. Imposición de multas;
5. Prohibición de continuar con el acto violatorio;
6. Cierre temporal o definitivo; y
7. Retiro y destrucción de los bienes que representen riesgo para la salud o incumplan con las normas técnicas de obligatorio cumplimiento vigentes.

La DIPRODEC o el Ente Regulador correspondiente deberán crear un registro de las resoluciones dictadas manteniendo su orden cronológico.

Art. 112 Recurso de revisión De las resoluciones emitidas por la DIPRODEC, las partes que se consideren agraviadas, podrán interponer recurso de revisión dentro de los siguientes tres días hábiles de haberse notificado.

El recurso de revisión se interpondrá ante la DIPRODEC, quien pondrá en conocimiento a la parte contraria para que alegue lo que tenga a bien en un plazo de dos días hábiles. La DIPRODEC tendrá un plazo de cinco días hábiles para resolver.

Art. 113 Recurso de apelación De las resoluciones emitidas por la DIPRODEC, las partes que se consideren inconformes, podrán interponer recurso de apelación, expresando los agravios pertinentes en el mismo escrito, dentro de los siguientes tres días hábiles de haberse notificado la resolución. Presentado el recurso en tiempo y forma, la DIPRODEC remitirá el expediente al Ministro o Ministra en un plazo de tres días hábiles, quien pondrá en conocimiento a la parte contraria para que alegue lo que tenga a bien en un plazo de dos días hábiles contados a partir de la notificación respectiva. El Ministro o Ministra, con o sin la contestación de agravio, deberá resolver en un plazo de hasta quince (15) días hábiles.

Art. 114 Caducidad de la instancia administrativa De oficio o a solicitud de parte interesada, siempre que el caso tenga por objeto la tutela de un interés o derecho exclusivamente individual, se podrá declarar la caducidad de la instancia y se mandará a cerrar el caso y archivar las diligencias, si en el término de ocho meses en primera instancia y de seis meses en la segunda instancia, la persona consumidora o usuaria no impulsa el proceso. Capítulo III Régimen de Sanciones

Art. 115 Clasificación de las infracciones Las infracciones a la presente Ley, se clasifican en leves, graves y muy graves.

Art. 116 Infracciones leves Se consideran infracciones leves, las acciones u omisiones siguientes:

1. No mostrar ni detallar el precio final de los bienes o servicios en la información que se ofrece a la persona consumidora o usuaria, ni incluirlo en el comprobante de pago que se le entrega a la persona consumidora o usuaria;

2. Aplicar penalidades al recibir de la persona consumidora o usuaria pagos parciales o cancelaciones anticipadas de sus obligaciones;
3. Incluir propina en el precio que se le cobra a la persona consumidora o en el cálculo de la factura, o hacer cualquier alusión a la misma;
4. Omitir información relevante previo a la contratación de bienes o servicios;
5. No entregar a la persona consumidora o usuaria el documento que compruebe la cancelación del crédito otorgado;
6. Inducir al engaño a la persona consumidora o usuaria por medio de promociones u ofertas;
7. No informar a la persona consumidora de forma oportuna y anticipada la inexistencia de repuestos;
8. No contar con un sistema comprobable de atención de reclamos;
9. No informar de manera anticipada a la persona consumidora o usuaria que no ofrece taller de reparación;
10. No expresar los precios en moneda nacional conforme a lo establecido en la presente ley;
11. No incluir en los precios todos los impuestos que la persona consumidora o usuaria deberá pagar;
12. No responder a la persona consumidora o usuaria por los daños que sean causados como consecuencia de transporte, instalación y servicios de reparación; y
13. La inclusión de cláusulas que sin estar enumeradas en la presente ley, lleguen a ser consideradas abusivas a través del proceso pertinente.

Art. 117 Infracciones graves Se consideran infracciones graves, las acciones u omisiones siguientes:

1. Ofertar por cualquier medio y sin advertirlo a la persona consumidora, bienes usados, dañados o reconstruidos;

2. Vender bienes o servicios a precios superiores al ofrecido o en su caso, al regulado por ley de la materia;
3. El incumplimiento de las garantías de uso o funcionamiento, en las condiciones convenidas y las establecidas en esta ley;
4. El incumplimiento de la obligación de la devolución íntegra de primas, anticipos, reservaciones o cantidades entregadas a cuenta del precio, en caso que el contrato no se llegue a celebrar; o que se haya pactado su devolución una vez cumplido el contrato;
5. El incumplimiento de la obligación de parte de las urbanizadoras o constructoras a la devolución del cincuenta por ciento otorgado por la persona consumidora en concepto de reserva, conforme a lo establecido en la presente ley;
6. No entregar los bienes o prestar los servicios de conformidad a los términos y características contratados;
7. Ofrecer bienes que no cumplan con las normas técnicas obligatorias vigentes;
8. La difusión de publicidad falsa o engañosa;
9. Incumplir las condiciones pactadas;
10. Aplicar un tipo de cambio menor al oficial del día publicado por el Banco Central de Nicaragua, en aquellos casos cuando la persona consumidora o usuaria o la persona proveedora de manera voluntaria acuerden el pago por bien o servicio en moneda extranjera;
11. Cobrar precios en moneda o divisas extranjeras de conformidad a lo establecido en la presente ley;
12. No entregar gratuitamente la copia del contrato a la persona consumidora o usuario;
13. No responder por los vicios ocultos;

14. No contar con una garantía bancaria o seguro de garantía necesarios para el funcionamiento, en el caso de las personas proveedores que prestan servicios funerarios a futuro;
15. No atender y resolver los reclamos de las personas consumidoras o usuarias;
16. Aplicar métodos de cobro abusivos;
17. Utilizar la información personal de la persona consumidora o usuaria para fines mercadotécnicos sin su previo consentimiento;
18. Condicionar la venta de un bien o servicio a la adquisición de otro;
19. Ofrecer promociones que involucren bienes o servicios en mal estado o deteriorados;
20. Fijar precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituyan una unidad;
21. Marcar con más de un precio un bien o servicio;
22. Utilizar el término PROMOCIÓN si ésta no existe;
23. No facilitar a la DIPRODEC las muestras de productos requeridas para la elaboración de análisis de los mismos, durante el proceso de investigación;
24. No proporcionar la información requerida a la instancia resolutoria;
25. No permitir u obstaculizar las facultades de inspección y vigilancia de la DIPRODEC;
26. No entregar a las personas consumidoras los bienes y sus accesorios completos, cuando formen parte integrante del bien o sean indispensables para su funcionamiento óptimo;
27. Actuar de forma violatoria al principio de igualdad y no discriminación contenido en la presente ley;
28. Realizar cobros indebidos o adicionales a la persona consumidora o usuaria como consecuencia del uso de tarjetas de débito o crédito;

29. Aplicar cobros en forma de débito automático sin consentimiento previo de la persona consumidora o usuaria;

30. No cumplir con las resoluciones dictadas por la DIPRODEC;

31. La difusión de publicidad abusiva;

32. Condicionar la contratación a que la persona consumidora o usuaria firme en blanco cualquier documento; y

33. La comisión de tres faltas leves.

Art. 118 Infracciones muy graves Se consideran infracciones muy graves, las acciones u omisiones siguientes:

1. Ofrecer a la persona consumidora bienes o productos vencidos o cuya masa, volumen y cualquier otra medida e información especificada en los mismos se encuentre alterada;

2. El incumplimiento de la obligación de información sobre los productos potencialmente peligrosos o riesgosos para la salud, seguridad, integridad física de las personas consumidoras y lesivos para el medio ambiente;

3. La afectación de intereses colectivos o difusos;

4. Incumplir con la normativa y legislación vigente en el almacenamiento, comercialización, utilización y transporte de sustancias tóxicas;

5. El acaparamiento de bienes de primera necesidad para la subsistencia humana o especulación abusiva;

6. Suministrar o vender productos adulterados o falsificados;

7. Incluir alguna de las cláusulas abusivas enumeradas en la presente ley;

8. Importar y comercializar a nivel nacional bienes cuyo consumo haya sido declarado nocivo para la salud y prohibido por las autoridades nacionales o del país de origen; y

9. La comisión de tres faltas graves.

Art. 119 Criterios para la imposición de las sanciones La DIPRODEC, una vez clasificada la falta, al momento de imponer la sanción correspondiente, lo hará en base a los siguientes criterios:

1. El perjuicio causado a la persona consumidora o usuaria o daño colectivo;
2. El carácter intencional de la infracción;
3. El riesgo potencial de las conductas;
4. La persistencia en la conducta infractora;
5. La disposición o no de buscar una solución adecuada a las personas consumidoras o usuarias;
6. La disposición o no de colaborar con las autoridades competentes;
7. La reincidencia de la infracción, exceptuando las infracciones leves cometidas por segunda vez; y
8. El beneficio económico que se hubiere obtenido para el infractor, infractora o para terceros por la comisión de la infracción.

La DIPRODEC, justificará en cada resolución administrativa los criterios y valoraciones usadas tanto para clasificar la falta, como para imponer la sanción.

Art. 120 Aplicación de sanciones Las infracciones a los preceptos de la presente ley, su Reglamento y demás disposiciones conexas, serán sancionadas administrativamente por la DIPRODEC, o por el Ente Regulador competente, sin perjuicio de las demás acciones penales y civiles correspondientes.

Las sanciones de cierre temporal o definitivo del establecimiento, serán aplicadas por la DIPRODEC, y serán recurribles ante el Ministro o Ministra de Fomento, Industria y Comercio.

Para la imposición de las multas establecidas en este capítulo, la DIPRODEC, aplicará el criterio de proporcionalidad y gradualidad, en atención a la gravedad de la falta, trascendencia del hecho, antecedentes del infractor o infractora y el daño potencial o real causado; por lo cual debe circunscribirse a criterios objetivos para graduar apropiadamente la sanción a imponer.

Art. 121 Multas para infracciones Cuando ocurran infracciones leves por primera vez previo a la multa, la autoridad competente resolverá por escrito con la amonestación correspondiente a la persona proveedora infractora, pudiendo ordenar el cese de acciones o de omisiones que violenten los derechos de las personas consumidoras o usuarias, o que a futuro pudiesen violentarlos.

Las multas de la presente ley se expresarán en unidad de medida, equivalente a la cantidad de salario mínimo nacional promedio del período. En los casos que exista una conducta que a juicio motivado infrinja los preceptos de la presente ley, y no se encuentre establecida en este capítulo, se tendrá como infracción leve.

Cuando de la infracción de esta ley se deriven daños para la salud y seguridad que ejerzan un efecto adverso sobre las personas consumidoras o usuarias, deberá aplicarse el máximo de la sanción administrativa.

Art. 122 Multas para las infracciones leves Las infracciones leves se sancionarán con multa de una a cien unidades de medida.

Art. 123 Multas para las infracciones graves Las infracciones graves se sancionarán con multa de ciento una a doscientas cincuenta unidades de medida.

Art. 124 Multas para las infracciones muy graves Las infracciones muy graves se sancionarán con multa de doscientos cincuenta y una a quinientas cincuenta unidades de medida, sin perjuicio que se puedan sancionar con el cierre temporal y en caso de persistir la infracción se procederá con el cierre definitivo.

Cuando la persona proveedora sea sancionada por afectación a los intereses colectivos o difusos, la cuantía de la multa nunca será inferior al daño causado o a lo cobrado indebidamente a consecuencia de la infracción que se le ha comprobado, sin que pueda exceder de mil unidades de medida, sin perjuicio de que se le ordene a devolver a las personas consumidoras o usuarias lo que éstos hubieren pagado indebidamente por el bien o servicio, cuando así sea el caso.

Art. 125 Registro de sanciones y extinción La responsabilidad por infracciones y las sanciones establecidas en la presente ley extinguen por el transcurso del

plazo de cinco años, los que se contabilizarán a partir de la fecha en que se notificó la infracción, y si se hubiere impuesto alguna sanción.

El plazo de extinción se interrumpe por:

1. La notificación del requerimiento para el cumplimiento de la resolución que determinó la responsabilidad del infractor o infractora y la sanción que se le impuso;
2. Por cualquier acto o gestión escrita de la persona señalada como infractor o infractora dentro del expediente administrativo, o cualquier otro tipo de actuación producida por el funcionario, funcionaria o profesional que este investido de fe pública;
3. La renuncia del infractor o infractora a prescripción consumada.

La DIPRODEC creará un registro de las sanciones impuestas a las personas proveedoras de bienes o servicios que deberá ser publicado.

Art. 126 Del depósito de las multas Las multas en concepto de violaciones a las disposiciones establecidas de la presente ley en perjuicio de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, recaudadas por las autoridades correspondientes establecidas en la presente ley, serán depositadas en la cuenta única del tesoro del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

TÍTULO IV DISPOSICIONES FINALES

Capítulo Único Disposiciones Finales

Art. 127 De las causas en proceso Las demandas, denuncias y recursos iniciados, antes de la vigencia de la presente Ley, se continuarán tramitando hasta su finalización, conforme el procedimiento con que fueron iniciados de acuerdo a lo dispuesto en la Ley No. 182, “Ley de Defensa de los Consumidores”.

Art. 128 De los recursos presupuestarios A partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio planificará e incorporará en su propuesta de presupuesto las partidas económicas necesarias para un adecuado funcionamiento de la Dirección General de Protección a los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, garantizando su

representación territorial. El Ministerio de Hacienda y Crédito Público velará por el cumplimiento efectivo de esta disposición.

Art. 129 De la creación del Fondo Especial de la Promoción y Fortalecimiento de los Derechos de las Personas Consumidoras o Usuarias Crease el Fondo Especial de la Promoción y Fortalecimiento de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, el que tiene como finalidad exclusiva garantizar la implementación de las disposiciones contenidas en la presente ley y para desarrollar acciones dirigidas a promover y fomentar la cultura de respeto a los derechos de las personas consumidoras o usuarias.

Este fondo se formará y desarrollará destinando el cuarenta por ciento de los recursos provenientes de la aplicación de multas por infracciones cometidas contra las disposiciones de la presente ley y serán integrados al presupuesto ordinario del MIFIC para ser ejecutados exclusivamente para la realización de las acciones establecidas en el primer párrafo del presente artículo.

Art. 130 Coordinación interinstitucional La DIPRODEC podrá coordinar con el Ministerio de Salud, Policía Nacional, Dirección General de Servicios Aduaneros, Ministerio Público y cualquier otra institución pública o privada, las acciones destinadas a garantizar la aplicación de la presente ley, reglamento y normativas dictadas en la materia.

Art. 131 De las actuaciones en caso de acaparamiento o especulación abusiva de bienes de primera necesidad Cuando exista acaparamiento o especulación abusiva de bienes de primera necesidad para la subsistencia humana, en condiciones de emergencia nacional o desastres, sean éstos naturales o provocados, u otras situaciones que lo ameriten, el MIFIC en coordinación con las instancias públicas competentes, tomará las medidas pertinentes.

Art. 132 De la atención a las personas con discapacidad Las personas proveedoras de bienes y servicios atenderán con la debida diligencia y asistencia requerida, a las personas con discapacidad actuando bajo los principios establecidos en la presente ley y la Ley No. 763, "Ley de los Derechos de las Personas con Discapacidad", publicada en La Gaceta, Diario Oficial, No. 142 del

1 de agosto del 2011, evitando cualquier discriminación y procurando de forma inclusiva el pleno goce de sus derechos económicos y sociales.

Art. 133 De la divulgación de la ley La presente ley será traducida a las lenguas miskitu, creole, sumu, garífona, y rama.

A partir de la publicación de la presente ley, la DIPRODEC, los Entes Reguladores y demás instituciones públicas deberán iniciar la campaña de divulgación permanente sobre las disposiciones contenidas en la presente ley.

Art. 134 De la emisión de normativas La DIPRODEC, los Entes Reguladores y las demás instituciones públicas, tendrán un plazo de noventa días a partir de la publicación de la presente ley para la emisión de las normativas y regulaciones correspondientes.

Art. 135 Reforma a la Ley No. 290, “Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo” Refórmese el artículo 22 de la Ley No. 290, “Ley de Organización, Competencia y Procedimiento del Poder Ejecutivo”, cuyo texto refundido fue publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 35 del 22 de febrero de 2013, adicionándose un nuevo literal “f”, el que se leerá así:

“f) Promover el ordenamiento del mercado interno y su eficiencia; defender los derechos de las personas consumidoras o usuarias de bienes y servicios; y organizar, dirigir y supervisar el Sistema Nacional de Normalización, el Sistema de Evaluación de la Conformidad y el Sistema de la Metrología.”

Art. 136 Derogaciones La presente Ley deroga las siguientes disposiciones: 1. Ley No. 182, “Ley de Defensa de los Consumidores”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 213 del 14 de Noviembre de 1994 y su Reglamento, Decreto A. N. No. 2187, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 169 del 3 de septiembre de 1999;

2. La frase “y defensa del Consumidor” que aparece al final del numeral 3 del artículo 113. Dirección General de Competencia y Transparencia en los Mercados del Decreto No. 71-98, Reglamento de la Ley No. 290, “Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo”, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 205 del 30 de octubre de 1998, reformado,

adicionado y reenumerado como artículo 143. Dirección General de Competencia y Transparencia en los Mercados en el Decreto No. 252006, Reformas y Adiciones al Decreto No. 71-98 Reglamento de la Ley No. 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 91 y 92 del 11 y 12 de Mayo de 2006. 3. Artículo 114 del Decreto No. 71-98, Reglamento de la Ley No. 290, “Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo”, reformado, adicionado y reenumerado como artículo 146. Dirección de Atención al Usuario de Servicios Públicos de Telecomunicaciones y Servicios Postales, Energía, Agua Potable y Alcantarillado Sanitario, en el Decreto No. 25-2006, Reformas y Adiciones al Decreto No. 71-98 Reglamento de la Ley No. 290, “Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo”;

4. Literal “h” del artículo 60 de la Ley No. 495, Ley General de Turismo, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 184 del 22 de septiembre de 2004; y 5. Numeral 9 del artículo 71 del Reglamento de la Ley No. 495, Ley General de Turismo, Decreto No. 129-2004, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 227 del 22 de noviembre de 2004.

Art. 137 Reglamentación de la Ley La presente Ley será reglamentada por el Presidente de la República dentro del plazo señalado en el artículo 150, numeral 10) de la Constitución Política de la República de Nicaragua.

Art. 138 Vigencia y Publicación La presente Ley entrará en vigencia noventa días después de su publicación en La Gaceta, Diario Oficial.

Dada en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional, a los trece días del mes de junio del año dos mil trece.

Ing. René Núñez Téllez Presidente de la Asamblea Nacional

Lic. Alba Palacios Benavidez Secretaria de la Asamblea Nacional