



MERCOSUL/GMC/RES. N° 11/21

PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR HIPERVULNERÁVEL

TENDO EM VISTA: O Tratado de Assunção, o Protocolo de Ouro Preto e as Resoluções N° 123/96, 124/96, 34/11 e 36/19 do Grupo Mercado Comum.

CONSIDERANDO:

Que é importante aprofundar a harmonização normativa em matéria de defesa do consumidor no âmbito do MERCOSUL.

Que é necessário avançar e impulsionar ações no âmbito da proteção dos direitos do consumidor e, nesse sentido, é oportuno contemplar a proteção dos consumidores em situação de hipervulnerabilidade.

O GRUPO MERCADO COMUM RESOLVE:

Art. 1° - Considerar como consumidores em situação de hipervulnerabilidade as pessoas físicas com vulnerabilidade agravada, desfavorecidos ou em desvantagem por razão de sua idade, estado físico ou mental, ou circunstâncias sociais, econômicas, étnicas e/ou culturais que provoquem especiais dificuldades para exercer com plenitude seus direitos como consumidores no ato concreto de consumo que realizarem.

A presunção de hipervulnerabilidade não é absoluta e deve ser atendida no caso concreto, em função das circunstâncias da pessoa, tempo e local.

Art. 2° - Podem constituir causas de hipervulnerabilidade, entre outras:

- a) ser criança ou adolescente;
- b) ser idoso, conforme a Convenção Interamericana sobre a Proteção dos Direitos Humanos dos Idosos;
- c) ser pessoa com deficiência;
- d) ter a condição de pessoa migrante;
- e) ter a condição de pessoa turista;
- f) pertencer a comunidades indígenas, povos originários ou minorias étnicas;



g) encontrar-se em situação de vulnerabilidade socioeconômica;

h) pertencer a uma família monoparental a cargo de filhas/os menores de idade ou com deficiência;

i) ter problemas graves de saúde.

As causas de hipervulnerabilidade às quais se refere este artigo devem ser analisadas conforme o caso concreto e em perspectiva de integração entre políticas públicas.

Art. 3º - Cada Estado Parte deverá adotar internamente, de maneira gradual e levando em conta suas particularidades, bem como as melhores práticas internacionais, medidas tendentes a:

a) favorecer procedimentos eficazes e céleres para a adequada resolução dos conflitos dos consumidores hipervulneráveis;

b) eliminar ou mitigar obstáculos no acesso à justiça dos consumidores hipervulneráveis;

c) implementar políticas de orientação, assessoramento, assistência e acompanhamento aos consumidores hipervulneráveis na interposição de reclamações no âmbito das relações de consumo;

d) adequar os procedimentos administrativos ou judiciais para o pleno exercício de direitos dos consumidores hipervulneráveis;

e) implementar ações de educação, divulgação, informação e proteção diferenciada aos consumidores hipervulneráveis;

f) fomentar a comunicação com linguagem clara, coloquial, expressa em sentido simples, conciso, compreensível e adequada às condições dos consumidores hipervulneráveis;

g) promover a acessibilidade no canal de comunicação e informação ao consumidor;

h) promover, entre os prestadores de bens e serviços, boas práticas comerciais em matéria de atendimento, tratamento e proteção de direitos dos consumidores hipervulneráveis;

i) proteger contra publicidade e ofertas enganosas ou abusivas a consumidores hipervulneráveis;

j) promover a proteção de dados e intimidade dos consumidores hipervulneráveis.

Art. 4º - Esta Resolução deverá ser incorporada ao ordenamento jurídico dos Estados Partes antes de 15/III/2022.

GMC (Dec. CMC N° 20/02, Art. 6) - Montevideú, 26/VIII/21.