POLÍTICA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

CENTRO CONSULAR

1. OBJETIVOS

La presente Política de Protección al Consumidor tiene como objetivos principales:

(a) Garantizar el respeto y la protección efectiva de los derechos de los consumidores que contratan los servicios brindados por Centro Consular, conforme a lo establecido en la Ley N° 29571 – Código de Protección y Defensa del Consumidor.

(b) Establecer lineamientos claros y transparentes que regulen la relación de consumo entre la Empresa y sus clientes, promoviendo un equilibrio contractual basado en la buena fe, la razonabilidad y la información adecuada.

(c) Prevenir conflictos, reclamos o controversias derivados de interpretaciones erróneas sobre la naturaleza, alcance y limitaciones de los servicios de asesoría y gestión administrativa prestados por la Empresa.

(d) Asegurar que la información proporcionada a los consumidores sea clara, veraz, suficiente y oportuna, permitiéndoles adoptar decisiones de contratación informadas.

(e) Reafirmar el compromiso institucional de la Empresa con las buenas prácticas comerciales, la transparencia y el cumplimiento estricto de la normativa peruana vigente en materia de protección al consumidor.

2. ALCANCE

La presente Política es de aplicación obligatoria para:

(a) Todos los consumidores finales (personas naturales) que contraten, soliciten o utilicen los servicios ofrecidos por Centro Consular, independientemente del canal de contratación empleado (presencial, virtual, telefónico o cualquier otro medio habilitado).

(b) Todas las etapas de la relación de consumo, incluyendo la fase precontractual (información, orientación y cotización), la fase contractual (prestación del servicio) y la fase postcontractual (consultas, aclaraciones, atención de reclamos y devoluciones, de corresponder).

(c) Todo el personal, representantes, asesores y terceros que actúen en nombre o por cuenta de la Empresa, en cuanto resulte aplicable a la interacción con consumidores.

La presente Política se aplica de manera complementaria y sistemática con la Política de Términos y Condiciones de los Servicios de Centro Consular, la cual forma parte integrante del marco regulatorio de la relación de consumo.

3. BASE LEGAL NORMATIVA

La presente Política se sustenta principalmente en las siguientes normas del ordenamiento jurídico peruano:

(a) Ley N° 29571 – Código de Protección y Defensa del Consumidor, en particular:

- Artículo II del Título Preliminar (Principio de Idoneidad).
- Artículo III del Título Preliminar (Principio de Información).
- Artículo IV del Título Preliminar (Principio de Buena Fe).
- Artículos 1 y 2, referidos a los derechos fundamentales del consumidor a recibir información veraz, suficiente y oportuna.

(b) Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

(c) Código Civil Peruano, artículo 1362, que dispone que los contratos deben negociarse, celebrarse y ejecutarse conforme a las reglas de la buena fe y la común intención de las partes.

(d) Criterios, precedentes administrativos y lineamientos emitidos por la autoridad competente en materia de protección al consumidor.

(e) Demás normas complementarias, reglamentarias y disposiciones aplicables del ordenamiento jurídico peruano relacionadas con la protección de los derechos del consumidor.

4. IDENTIFICACIÓN DEL PROVEEDOR

Centro Consular (en adelante, “la Empresa”) es una entidad privada dedicada a la asesoría, orientación, gestión administrativa y gestión documental en materia consular, migratoria y administrativa, que presta servicios a consumidores finales y clientes empresariales, conforme a la normativa peruana vigente.

La Empresa actúa exclusivamente como intermediario administrativo y asesor, no ostentando bajo ningún supuesto la calidad de autoridad migratoria, consular, diplomática o gubernamental, ni garantizando resultados que dependan de decisiones de terceros.

5. PRINCIPIOS RECTORES DE LA RELACIÓN DE CONSUMO

Los principios rectores constituyen el eje interpretativo de toda la relación de consumo entre la Empresa y el consumidor. En un eventual procedimiento ante INDECOPI, estos principios orientan la interpretación del contrato, la conducta del proveedor y la evaluación de eventuales infracciones.

5.1 Principio de Información

La Empresa reconoce el derecho del consumidor a recibir información **clara, veraz, suficiente, oportuna y accesible**, conforme a los artículos II y III del Título Preliminar y a los artículos 1 y 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

En aplicación de este principio, la Empresa se obliga a proporcionar, **antes y durante la contratación**, información relevante respecto de:

- La naturaleza administrativa y no gubernamental del servicio.
- El alcance, etapas, limitaciones y condiciones del servicio.
- Los costos, plazos referenciales y condiciones económicas aplicables.
- Las exclusiones, restricciones y supuestos no cubiertos.

La información brindada deberá ser coherente, consistente y no contradictoria entre los distintos canales de atención, publicidad, contratos y comunicaciones.

5.2 Principio de Idoneidad

La Empresa se compromete a prestar sus servicios conforme a lo ofrecido, informado y expresamente acordado, cumpliendo los estándares de diligencia profesional propios de su actividad.

La idoneidad del servicio se evaluará considerando:

- El contenido del contrato y/o aceptación del servicio.
- La información efectivamente brindada al consumidor.
- La naturaleza del servicio como **obligación de medios** y no de resultados, cuando estos dependan de decisiones de autoridades o terceros.

No se considerará incumplimiento de idoneidad la no obtención de resultados que se encuentren fuera del control de la Empresa, siempre que esta haya actuado con diligencia razonable.

5.3 Principio de Buena Fe

La relación de consumo se rige por el principio de buena fe objetiva, conforme al artículo IV del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor y al artículo 1362 del Código Civil.

En virtud de este principio:

- La Empresa actúa con honestidad, lealtad y coherencia en la prestación del servicio.
- El consumidor se obliga a proporcionar información veraz, completa y oportuna, así como a colaborar razonablemente con el desarrollo del servicio.

La buena fe implica la prohibición de conductas oportunistas, abusivas o contradictorias por cualquiera de las partes.

5.4 Principio de Razonabilidad

Las condiciones contractuales, económicas y operativas de los servicios ofrecidos por la Empresa se estructuran bajo criterios de razonabilidad y proporcionalidad, atendiendo a:

- La naturaleza del servicio prestado.
- Los costos administrativos involucrados.
- Los riesgos inherentes a la gestión frente a terceros.

Las restricciones, exclusiones, penalidades o limitaciones serán válidas en tanto resulten razonables, estén debidamente informadas y no generen un desequilibrio significativo en perjuicio del consumidor.

5.5 Principio de Transparencia

La Empresa garantiza que toda comunicación, publicidad, información contractual y postcontractual sea comprensible, verificable y accesible, evitando ambigüedades o tecnicismos innecesarios que puedan inducir a error.

La transparencia implica:

- Uso de lenguaje claro y coherente.
- Acceso efectivo a políticas, términos y condiciones.
- Consistencia entre lo publicitado y lo efectivamente prestado.

Este principio se aplica tanto en la etapa precontractual como durante y después de la prestación del servicio.

6. DEBER DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

La Empresa reconoce y garantiza el derecho del consumidor a recibir información clara, veraz, suficiente, oportuna y accesible, conforme a los artículos II y III del Título Preliminar, así como a los artículos 1 y 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

En cumplimiento de dicho deber, la Empresa se obliga a proporcionar información relevante antes de la contratación y durante la ejecución del servicio, de manera que el consumidor pueda adoptar una decisión de consumo informada, libre y consciente.

6.1 Naturaleza administrativa del servicio

La Empresa informa de forma expresa que los servicios ofrecidos tienen naturaleza estrictamente administrativa, documental y de asesoría, actuando como intermediario entre el consumidor y las entidades correspondientes, sin ostentar bajo ningún supuesto la condición de autoridad consular, migratoria, diplomática o gubernamental.

Se deja constancia de que la Empresa no emite decisiones, autorizaciones ni resoluciones, ni garantiza resultados que dependan de criterios, evaluaciones o decisiones de terceros ajenos a su control.

6.2 Alcance, etapas y limitaciones del servicio

La Empresa informa al consumidor, de manera previa a la contratación, sobre:

- El alcance específico del servicio contratado.
- Las etapas que comprende su ejecución.
- Las actividades incluidas y excluidas.
- Las limitaciones inherentes al servicio, especialmente aquellas derivadas de requisitos normativos, decisiones de autoridades o conductas del propio consumidor.

El consumidor declara haber comprendido que el servicio se presta bajo una obligación de medios, comprometiéndose la Empresa a actuar con diligencia profesional razonable, sin asegurar resultados específicos cuando estos dependan de terceros.

6.3 Plazos referenciales y costos aplicables

La Empresa informa al consumidor los **plazos referenciales de ejecución**, los cuales tienen carácter estimativo y no constituyen plazos estrictamente determinados, en tanto pueden verse afectados por:

- Requerimientos adicionales de autoridades competentes.
- Demoras administrativas ajenas a la Empresa.
- Información incompleta o extemporánea proporcionada por el cliente.

Asimismo, se informan de manera clara y desagregada los costos aplicables, precisando si estos incluyen o no tasas administrativas, derechos gubernamentales, pagos a terceros u otros conceptos no controlados por la Empresa.

6.4 Condiciones de pago, devoluciones y restricciones

La Empresa informa de manera previa y expresa:

- Las modalidades y condiciones de pago aceptadas.
- Los supuestos en los que procede o no la devolución de montos pagados.

- Las restricciones aplicables a la reversión del servicio una vez iniciado.
- Los cargos administrativos no reembolsables, cuando corresponda.

Las condiciones de devolución y restricciones se consideran válidas en tanto han sido debidamente informadas, aceptadas y resultan razonables, conforme a la normativa vigente.

6.5 Canales oficiales y valor jurídico de la información brindada

La información referida al servicio será proporcionada exclusivamente a través de los canales oficiales de la Empresa, incluyendo, entre otros, contratos, correos electrónicos institucionales, plataformas digitales, material informativo y atención directa autorizada.

Dicha información forma parte integrante de la relación de consumo, del contrato y de la decisión de contratación adoptada por el consumidor, quien declara haberla recibido, comprendido y aceptado.

7. PRESTACIÓN IDÓNEA DEL SERVICIO

La Empresa se obliga a prestar los servicios contratados **de manera idónea**, conforme a lo **ofrecido, informado y expresamente pactado** con el consumidor, en observancia del Principio de Idoneidad previsto en el artículo II del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

La idoneidad del servicio se evaluará considerando la naturaleza del servicio contratado, la información efectivamente brindada al consumidor y las condiciones objetivas bajo las cuales se ejecuta la prestación.

7.1 Estándar de diligencia profesional

La Empresa ejecutará los servicios con la diligencia profesional razonable, empleando los conocimientos técnicos, experiencia y medios adecuados propios de su actividad, conforme a las buenas prácticas del sector.

Dicha diligencia comprende:

- La correcta orientación e información al consumidor.
- La adecuada gestión administrativa y documental.
- El seguimiento razonable de los trámites encargados.
- La comunicación oportuna de incidencias relevantes.

La Empresa no asume un estándar de resultado garantizado, sino un estándar de **actuación diligente y profesional**.

7.2 Obligación de medios y no de resultados

El consumidor reconoce y acepta que la prestación del servicio se realiza bajo una **obligación de medios**, en virtud de la cual la Empresa se compromete a desplegar todas las acciones razonables y profesionales necesarias para la correcta ejecución del servicio, **sin garantizar la obtención de un resultado específico**, cuando este dependa de:

- Decisiones de autoridades consulares, migratorias o administrativas.
- Evaluaciones técnicas o criterios discrecionales de terceros.
- Cumplimiento de requisitos legales ajenos al control de la Empresa.

La no obtención del resultado esperado no constituye incumplimiento ni prestación no idónea, siempre que la Empresa haya actuado conforme a lo pactado y con la diligencia debida.

7.3 Supuestos excluidos de responsabilidad

No se considerará incumplimiento de la prestación idónea del servicio cuando la imposibilidad, retraso o resultado adverso derive de:

- Información falsa, incompleta o extemporánea proporcionada por el consumidor.
- Modificaciones normativas posteriores a la contratación.
- Requerimientos adicionales formulados por autoridades competentes.
- Demoras, observaciones o decisiones de terceros ajenos a la Empresa.

En dichos supuestos, **la Empresa conservará el derecho al pago por los servicios efectivamente prestados.**

7.4 Comunicación y deber de advertencia

La Empresa se compromete a informar al consumidor, de manera oportuna y razonable, sobre:

- Observaciones relevantes que puedan afectar el servicio.
- Requerimientos adicionales formulados por autoridades.
- Situaciones que excedan el alcance inicialmente pactado.

Esta obligación de comunicación se cumple dentro de los límites razonables del servicio contratado y no implica la asunción de nuevas obligaciones no pactadas.

7.5 Evaluación de la idoneidad del servicio

Para efectos de la normativa de protección al consumidor, la idoneidad del servicio será evaluada considerando:

- La coherencia entre lo ofrecido, lo informado y lo ejecutado.

- El cumplimiento del deber de información.
- La actuación diligente y profesional de la Empresa.
- La inexistencia de promesas de resultado no pactadas.

La idoneidad no se evaluará en función del resultado final cuando este dependa de factores ajenos al control de la Empresa.

8. PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES COMERCIALES

La Empresa garantiza que toda publicidad, promoción, oferta y comunicación comercial relacionada con sus servicios se realiza conforme a los principios de veracidad, legalidad, transparencia e idoneidad informativa, en estricto cumplimiento del Código de Protección y Defensa del Consumidor y de los criterios administrativos emitidos por la autoridad competente.

8.1 Principio de veracidad publicitaria

Toda comunicación comercial emitida por la Empresa refleja de manera fiel y objetiva las características reales de los servicios ofrecidos, prohibiéndose expresamente la difusión de información falsa, exagerada, ambigua o susceptible de inducir a error respecto de:

- La naturaleza administrativa del servicio.
- El alcance real de la prestación.
- Los resultados que pueden obtenerse.
- La intervención o influencia sobre autoridades o terceros.

La Empresa se abstiene de utilizar expresiones, imágenes o mensajes que puedan generar **expectativas no razonables** en el consumidor.

8.2 Legalidad y cumplimiento normativo

La publicidad y comunicaciones comerciales de la Empresa se emiten respetando las disposiciones legales vigentes, incluyendo aquellas relacionadas con:

- Protección al consumidor.
- Competencia leal.
- Uso responsable de medios digitales.
- Regulaciones sectoriales aplicables.

En ningún caso se presentará a la Empresa como autoridad migratoria, consular, diplomática o gubernamental, ni se sugerirá la existencia de vínculos privilegiados, influencias indebidas o capacidad decisoria sobre entidades públicas.

8.3 Transparencia en la comunicación comercial

La Empresa asegura que la información contenida en su publicidad y comunicaciones comerciales sea:

- Comprensible y accesible para el consumidor promedio.
- Coherente con la información contractual y precontractual.
- Verificable mediante los canales oficiales de la Empresa.

Toda condición relevante, restricción o limitación del servicio será informada de manera clara, evitando omisiones que puedan distorsionar la decisión de consumo.

8.4 Prohibición de prácticas que induzcan a error, confusión o engaño

La Empresa prohíbe expresamente cualquier práctica publicitaria o comunicacional que pueda inducir al consumidor a error, confusión o engaño, incluyendo, de manera enunciativa:

- Promesas de resultados garantizados.
- Uso de testimonios no verificables o descontextualizados.
- Empleo de términos técnicos o jurídicos sin explicación adecuada.
- Comparaciones que carezcan de sustento objetivo.

Cualquier mensaje publicitario deberá ser interpretado de manera sistemática con la información contractual y las políticas vigentes de la Empresa.

8.5 Canales y responsables de la comunicación comercial

Las comunicaciones comerciales oficiales de la Empresa serán difundidas exclusivamente a través de sus **canales institucionales autorizados**, siendo responsabilidad de la Empresa supervisar y controlar el contenido publicitario emitido por su personal, representantes o terceros que actúen en su nombre.

Cualquier comunicación realizada por canales no oficiales o sin autorización expresa no será atribuible a la Empresa.

9. ATENCIÓN DE CONSULTAS, QUEJAS Y RECLAMOS

La Empresa garantiza la existencia, implementación y funcionamiento de un sistema de atención de consultas, quejas y reclamos, en cumplimiento del Código de Protección y Defensa del Consumidor y del Decreto Supremo N.° 011-2011-PCM, que regula el Libro de Reclamaciones.

9.1 Libro de Reclamaciones Virtual

La Empresa pone a disposición de los consumidores un **Libro de Reclamaciones Virtual**, accesible a través de sus canales oficiales, el cual cumple con los requisitos formales y técnicos establecidos en la normativa vigente.

El Libro de Reclamaciones Virtual permite al consumidor registrar:

- Reclamos relacionados con la idoneidad del servicio o incumplimiento contractual.
- Quejas vinculadas a la atención recibida o al trato brindado.

La Empresa garantiza que el acceso al Libro de Reclamaciones es **gratuito, permanente y no condicionado** a requisito alguno.

9.2 Diferenciación entre queja y reclamo

Para efectos de la atención y tramitación, se reconoce la diferencia legal entre:

- **Reclamo**: Disconformidad relacionada directamente con el producto o servicio.
- **Queja**: Malestar o disconformidad no vinculada directamente con el servicio contratado.

Ambos serán atendidos conforme a la normativa vigente, sin que su calificación afecte el derecho del consumidor a obtener respuesta.

9.3 Plazo legal de atención

La Empresa se compromete a atender los reclamos y quejas registrados dentro del **plazo legal máximo de treinta (30) días calendario**, contado desde la fecha de su registro, conforme a lo dispuesto por el Decreto Supremo N.° 011-2011-PCM.

El plazo podrá ser ampliado de manera excepcional, únicamente en los supuestos y condiciones permitidos por la normativa vigente, debidamente comunicados al consumidor.

9.4 Forma y contenido de la respuesta

La respuesta al reclamo o queja será:

- **Clara**: comprensible para el consumidor.
- **Motivada**: sustentada en hechos, documentos y normas aplicables.
- **Congruente**: coherente con lo ofrecido, informado y pactado.

La Empresa emitirá su respuesta por el **medio indicado por el consumidor o por la misma vía por la que el consumidor interpuso su reclamo o queja**, siempre que dicho medio permita dejar constancia de la comunicación.

9.5 Conservación de registros y valor probatorio

La Empresa conservará los registros de los reclamos y quejas, así como de las respuestas emitidas, por el plazo legal correspondiente, constituyendo dichos registros medios probatorios válidos ante la autoridad administrativa.

La correcta gestión del Libro de Reclamaciones no limita ni condiciona el derecho del consumidor a recurrir ante la autoridad competente.

9.6 No afectación de derechos del consumidor

La atención de consultas, quejas y reclamos se realiza sin perjuicio del derecho del consumidor de acudir ante la autoridad competente o ejercer las acciones legales que considere pertinentes.

El uso del Libro de Reclamaciones no constituye requisito previo ni condicionante para el ejercicio de dichos derechos.

10. PROHIBICIÓN DE PRÁCTICAS ABUSIVAS

La Empresa prohíbe de manera expresa y categórica cualquier práctica comercial, contractual u operativa que implique la vulneración de los derechos reconocidos a los consumidores por la Ley N° 29571 – Código de Protección y Defensa del Consumidor, así como por las normas complementarias y criterios administrativos emitidos por la autoridad competente.

Esta prohibición se aplica en todas las etapas de la relación de consumo: precontractual, contractual y postcontractual.

10.1 Prohibición de cláusulas abusivas

La Empresa se compromete a no incorporar en sus contratos, términos y condiciones o políticas internas cláusulas que generen un desequilibrio significativo en perjuicio del consumidor, contrarias a la buena fe y a la razonabilidad.

En particular, se prohíben cláusulas que:

- Limiten o excluyan derechos legalmente reconocidos al consumidor.
- Trasladen de manera injustificada riesgos o responsabilidades al consumidor.
- Otorguen a la Empresa facultades discrecionales no razonables.
- Restrinjan el acceso del consumidor a mecanismos de reclamo o a la autoridad competente.

10.2 Prohibición de cobros indebidos

La Empresa prohíbe la realización de cobros no informados, no pactados o no autorizados, así como la exigencia de pagos por conceptos distintos a los expresamente aceptados por el consumidor.

Todo cobro deberá:

- Haber sido informado de manera previa, clara y verificable.
- Encontrarse debidamente sustentado.
- Corresponder a servicios efectivamente prestados o pactados.

10.3 Prohibición de omisiones de información relevante

La Empresa prohíbe cualquier omisión de información esencial que pueda afectar la decisión de consumo del consumidor, incluyendo, entre otras:

- Limitaciones del servicio.
- Restricciones aplicables.
- Costos adicionales previsibles.
- Condiciones relevantes de ejecución.

La omisión de información relevante será considerada contraria al deber de información y al principio de buena fe.

10.4 Prohibición de condicionamientos no informados

La Empresa **prohíbe imponer condiciones, requisitos o restricciones** al consumidor que no hayan sido informados de manera previa, expresa y comprensible.

Ninguna condición podrá ser aplicada de forma sorpresiva, retroactiva o arbitraria.

10.5 Mecanismos internos de prevención y corrección

La Empresa implementa mecanismos internos de revisión y control destinados a prevenir prácticas abusivas, así como procedimientos correctivos en caso de detectarse alguna desviación, sin perjuicio de las responsabilidades legales correspondientes.

11. RESPONSABILIDAD Y LIMITACIONES

La Empresa delimita su responsabilidad dentro del marco permitido por la Ley N° 29571 – Código de Protección y Defensa del Consumidor, respetando los principios de buena fe, razonabilidad y equilibrio contractual.

En tal sentido, la Empresa será responsable únicamente por el incumplimiento de las obligaciones que le sean directamente imputables, conforme a lo ofrecido, informado y pactado.

11.1 Actuaciones de autoridades y terceros ajenos al control de la Empresa

La Empresa no será responsable por las decisiones, demoras, observaciones, rechazos o resultados derivados de actuaciones realizadas por:

- Autoridades consulares.
- Autoridades migratorias.
- Entidades administrativas.
- Cualquier tercero ajeno a su control.

Ello siempre que la Empresa haya cumplido con la prestación idónea del servicio, actuando con diligencia profesional y conforme a la información proporcionada al consumidor.

11.2 Condición para la exclusión de responsabilidad

La exclusión de responsabilidad prevista en el presente apartado será aplicable únicamente cuando la Empresa:

- Haya informado previamente la naturaleza administrativa del servicio.
- Haya delimitado claramente el alcance y las limitaciones del servicio.
- Haya ejecutado las gestiones conforme a lo pactado.
- No haya incurrido en dolo, culpa grave o incumplimiento del deber de información.

11.3 Supuestos no imputables a la Empresa

No serán imputables a la Empresa, entre otros, los siguientes supuestos:

- Cambios normativos posteriores a la contratación.
- Requisitos adicionales exigidos por autoridades competentes.
- Demoras estructurales o administrativas de entidades públicas.
- Decisiones discrecionales de autoridades.
- Información incorrecta o incompleta proporcionada por el consumidor.

En dichos supuestos, **la Empresa se entenderá liberada de responsabilidad respecto del resultado final del trámite.**

11.4 Límites legales de la exclusión de responsabilidad

La presente cláusula no excluye ni limita la responsabilidad de la Empresa en los supuestos expresamente prohibidos por la normativa vigente, tales como:

- Incumplimiento de obligaciones propias del servicio.
- Falta de información relevante.
- Publicidad engañosa.

- Conductas contrarias a la buena fe.

La Empresa reconoce que cualquier limitación de responsabilidad debe interpretarse de manera restrictiva y conforme a la ley.

11.5 Efectos sobre devoluciones y compensaciones

La no obtención del resultado esperado por causas ajenas a la Empresa no genera automáticamente el derecho a devolución, compensación o indemnización, siempre que el servicio haya sido prestado de manera idónea.

Cualquier devolución o compensación se evaluará conforme a lo pactado y a la normativa aplicable.

La presente Política de Protección al Consumidor **entra en vigencia a partir de su publicación y/o aceptación expresa por parte del consumidor**, siendo aplicable a todas las relaciones de consumo que se celebren a partir de dicha fecha.

La aceptación de la presente Política podrá manifestarse mediante la contratación del servicio, el uso de los servicios de la Empresa o cualquier otro mecanismo válido que permita acreditar la voluntad del consumidor.

12. VIGENCIA Y MODIFICACIONES

12.1 Alcance temporal de la vigencia

La Política será aplicable a:

- Relaciones de consumo iniciadas con posterioridad a su entrada en vigencia.
- Servicios en curso, únicamente en aquello que resulte compatible y no afecte derechos previamente adquiridos por el consumidor.

En ningún caso las modificaciones tendrán efectos retroactivos en perjuicio del consumidor.

12.2 Facultad de modificación de la Política

La Empresa se reserva el derecho de modificar, actualizar o adecuar la presente Política cuando resulte necesario por:

- Cambios en la normativa aplicable.
- Ajustes operativos o procedimentales.
- Actualización de criterios administrativos o regulatorios.

Dicha facultad se ejercerá dentro de los límites legales, respetando los principios de buena fe, razonabilidad y equilibrio contractual.

12.3 Comunicación de las modificaciones

Toda modificación de la presente Política será debidamente comunicada a los consumidores a través de los canales oficiales de la Empresa, tales como su sitio web, correo electrónico, plataformas digitales o cualquier otro medio que permita su difusión efectiva.

Las modificaciones entrarán en vigencia desde su publicación o desde la fecha indicada en la comunicación respectiva.

12.4 Derecho del consumidor frente a modificaciones

En caso de modificaciones que afecten de manera sustancial las condiciones de la relación de consumo, el consumidor tendrá derecho a:

- Ser informado oportunamente.
- Evaluar la continuidad del servicio conforme a lo pactado.
- Ejercer los derechos que le reconoce la normativa vigente.

La aceptación de las modificaciones no se presumirá de manera automática cuando estas alteren derechos esenciales del consumidor.

GERENCIA GENERAL
CENTRO CONSULAR