

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**SEMINARIO DE GRADUACION EN CIENCIAS JURIDICAS AÑO 2007**  
**PLAN DE ESTUDIO 1993**



**DERECHOS ECONOMICOS, SOCIALES Y CULTURALES, CON ENFASIS  
EN LA REIVINDICACION DE LOS DERECHOS AL CONSUMIDOR.**

**TRABAJO DE GRADUACION PARA OBTENER EL GRADO Y TITULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS JURIDICAS**

**PRESENTAN:**

**CERRATO GAMEZ, MARTA CAROLINA  
FLORES ESCOBAR, KEYLA BECSABET  
HERNANDEZ HERNÁNDEZ, AUNA RUTH**

**DOCENTE DIRECTOR DE SEMINARIO  
LIC. LUIS ALONSO RAMÍREZ MENENDEZ.**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, JULIO DE 2008**

## **UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

MASTER RUFINO ANTONIO QUEZADA SÁNCHEZ  
RECTOR

MASTER MIGUEL ANGEL PEREZ RAMOS  
VICERRECTOR ACADÉMICO

MASTER OSCAR NOE NAVARRETE ROMERO  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO DOUGLAS VLADIMIR ALFARO CHAVEZ  
SECRETARIO GENERAL

DOCTOR RENE MADECADEL PERLA JIMÉNEZ  
FISCAL GENERAL

### **FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**

DOCTOR JOSE HUMBERTO MORALES  
DECANO

LICENCIADO OSCAR MAURICIO DUARTE GRANADOS  
VICEDECANO

LICENCIADO FRANCISCO ALBERTO GRANADOS HERNÁNDEZ  
SECRETARIO

LICENCIADA BERTA ALICIA HERNÁNDEZ AGUILA  
COORDINADORA DE LA UNIDAD DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN

LICENCIADO LUIS ALONSO RAMÍREZ MENENDEZ.  
DOCENTE DIRECTOR DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

## **DEDICATORIA**

A Dios Todopoderoso por iluminarme, prestarme la salud y la vida, ser el amigo incondicional y fiel en todas las etapas de mi carrera.

A mis padres, por darme su buen ejemplo, y regalarme la oportunidad de poder lograr las metas que me he propuesto en la vida.

A mi esposo, por creer en mi, te dedico este logro, gracias.

A mis hijos: Guillermo y Pablo por ser la prolongación de mi existencia y estar junto a mi.

A mis hermanos: Ligia, Belí y Arturo por haber compartido gratos momentos a su lado, les agradezco por brindarme su apoyo para alcanzar mis objetivos.

Muy especialmente a Keyla y Auna, por apoyarme y extenderme su mano en momentos trascendentales de mi carrera, también por haberme aguantado a lo largo del desarrollo de nuestro trabajo de graduación.

Al Licenciado Luis Alonso Ramírez Menéndez: por brindarnos su valioso tiempo, y asesorarnos a lo largo de nuestra tesis.

**MARTA CAROLINA CERRATO GÁMEZ**

## **DEDICATORIA**

El presente Trabajo de Graduación lo dedico:

Primeramente a Dios Todopoderoso y a mi guía espiritual Dr. SAMUEL JOAQUÍN FLORES que me ha dado fortaleza y sabiduría para afrontar todas las dificultades que se presentaron a lo largo de mi carrera.

A mi padre ELISEO BENJAMÍN FLORES, la bendición más grande que Dios me ha dado, el apoyo incondicional que ha hecho posible que hoy obtenga este triunfo. A ti papá que eres mi gran amor y que con tu ejemplo me has enseñado que para tener algo en la vida hay que luchar por ello.

A mi madre ANA GRISEL ESCOBAR DE FLORES, que con su apoyo Absoluto me ha ayudado a restablecerme en aquellos momentos más difíciles.

A mis hermanos ABIGAIL, ELISEO, LOYDA, RUTH, ELIAS, RUBEN, DAMARIS Y CÉSAR que siempre están dispuestos a escucharme y tiene una palabra de aliento que fortalece mi vida.

A mis compañeras de tesis Auna y Carolina, por haberme brindado su apoyo a lo largo de la ejecución de este documento.

Al Licenciado LUIS ALONSO RAMÍREZ MENENDEZ, por habernos dedicado tiempo asesorándonos en nuestro trabajo de graduación.

Y a mis amigos que me ayudaron dándome aliento para seguir adelante: Alma, Claudia, Elena, Gladis, Rachell, Joe, Mirna, por su tiempo y paciencia; gracias.

*“El principio de la Sabiduría es el temor a Jehová”*

Proverbios 1:7

**KEYLA BECSABET FLORES ESCOBAR**

## DEDICATORIA

A mi Dios Todopoderoso por iluminarme, prestarme la salud y la vida, ser el amigo incondicional y fiel en todas las etapas de mi carrera.

A mi madre MARIA RUBIDIA HERNÁNDEZ DE HERNÁNDEZ de grata recordación, por regalarme la oportunidad de alcanzar la meta propuesta en la vida y por ser una madre ejemplar y emprendedora a seguir no importando las circunstancias de la vida.

A mi padre ANTONIO HERNÁNDEZ FABIAN, por darme su apoyo en todo momento.

A mis hermanas: TIRSA SARAÍ, ENA DEL CARMEN, FATIMA ELIZABETH, por haberme brindado su apoyo para alcanzar mis objetivos y por extenderme su mano en los momentos más difíciles de mi carrera; en especial a mi hermana Ena por haberme dedicado tiempo para mi formación personal y educacional; a quien actualmente desempeña la función de una madre, por todo mil gracias.

A mis sobrinos: Cesia Abigail, Noé Isaí y Pablo Isaías, por apoyarme y extenderme su mano en momentos trascendentales de mi carrera.

A mis compañeras de tesis: Carolina y Keyla por haberme demostrado su amistad y apoyo durante los cinco años de estudio y a lo largo del desarrollo de nuestro trabajo de graduación.

Al Licenciado LUIS RAMIREZ: por brindarnos su valioso tiempo, y asesorarnos a lo largo de nuestra tesis.

*“La esperanza que se prolonga es tormento al corazón, pero árbol de vida es el deseo cumplido” Proverbios: 13: 12*

**AUNA RUTH HERNÁNDEZ HERNANDEZ**

## INDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
CAPITULO I: EVOLUCION HISTORICA SOBRE LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.....	1
CAPITULO II: DERECHO INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS HUMANOS	
2.1. DERECHO INTERNACIONAL PUBLICO.....	5
2.1.1. DEFINICIÓN.....	5
2.1.2. FUENTES.....	6
2.2. DERECHOS HUMANOS.....	10
2.2.1. PRINCIPIOS DE INTERPRETACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS.....	11
2.2.2. CLASIFICACIÓN.....	13
2.3. CARACTERÍSTICAS.....	15
CAPITULO III: DERECHOS ECONOMICOS, SOCIALES Y CULTURALES-DERECHOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	
3.1. GENERALIDADES.....	18
3.2. DERECHOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	21
3.2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS.....	21
3.3. DERECHOS DEL CONSUMIDOR.....	26
3.4. FUENTES INTERNACIONALES DE LOS DERECHOS AL CONSUMIDOR.....	27
3.5. ORDENAMIENTO JURÍDICO.....	41

3.5.1.NORMATIVA NACIONAL.....	41
3.5.1.1. CONSTITUCIÓN DE LAS REPÚBLICA DE EL SALVADOR.....	41
3.5.1.2.LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	43
3.5.1.3.REGLAMENTO DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	46
3.5.1.4.CÓDIGO DE COMERCIO.....	49
3.5.1.5.CÓDIGO PENAL.....	53
3.5.1.6.CÓDIGO MUNICIPAL.....	56
3.6. ROL QUE DESEMPEÑAN LOS ORGANISMOS JURÍDICO- POLITICOS EN LA GLOBALIZACIÓN SOBRE LOS DERECHOS EL CONSUMIDOR.. ..	57
3.6.1.GLOBALIZACIÓN.....	57
3.6.2. ENTE GUBERNAMENTAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR-DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR.....	59
3.6.2.1.ROL QUE DESEMPEÑA LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR.....	60
3.6.2.2. SERVICIOS QUE PRESTA LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR.....	64
3.6.3. ENTE NO GUBERNAMENTAL-CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR.....	65
3.6.3.1. MARCO GENERAL DEL CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR .....	66
3.6.3.2. OBJETIVOS PRINCIPALES DEL CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR.....	68
3.6.3.3. PRINCIPAL ACTIVIDADES DEL CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR.....	69
3.6.3.4. MECANISMOS UTILIZADOS POR EL CENTRO PARA LA DEFENSA DEL	

CONSUMIDOR.....	69
3.6.3.5. SERVICIOS QUE PRESTA EL CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR....	71
CAPITULO IV: SISTEMAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR INTERESADO EN LA REIVINDICACIÓN DE SUS DERECHOS	
4.1. DEFINICIÓN DE CONSUMIDOR.....	73
4.2. ACCESO DEL CONSUMIDOR INTERESADO A LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN.....	75
4.2.1. CORRIENTE DE LA ESCUELA MARGINALISTA DEL BIENESTAR.....	76
4.2.2. CORRIENTE DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	76
4.2.3. CORRIENTE DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE MERCADO.....	77
4.3. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA ECONOMIA SOCIAL DE MERCADO EN EL SALVADOR.....	82
4.3.1. MECANISMOS PÚBLICOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	85
4.3.2. MECANISMOS PRIVADOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	86
4.4. MODELO LIBERAL.....	89
4.5. MODELO CRITICO.....	89
4.6. MODELO DE RESPONSABILIDAD.....	90
4.7. MODELO RADICAL.....	91
4.8. LIMITES EN EL MODELO SALVADOREÑO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	93
4.8.1. MONOPOLIO ESTATAL.....	93
4.8.2. DUALIDAD DE REGULACIONES.....	93

4.9. AVANCES EN LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL SALVADOR.....	95
4.9.1. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS.....	97
4.10. REIVINDICACIÓN DE LOS DERECHOS VIOLENTADOS AL CONSUMIDOR.....	100
4.10.1. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONATORIO QUE SIGUE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR.....	100
4.10.1.1. INICIACIÓN DEL PROCEDIMIENTO.....	101
4.10.2. PROCEDIMIENTO SANCIONATORIO.....	105
4.10.3. CAUSAS QUE IMPIDEN LA OBTENCIÓN DE UNA PRONTA Y CUMPLIDA JUSTICIA CON EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO QUE SIGUE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR.....	109
4.10.3.1. CAUSAS ADMINISTRATIVAS.....	109
4.10.3.2. CAUSAS ECONÓMICAS.....	110
4.11. DERECHO COMPARADO: ARGENTINA, ESPAÑA, MÉXICO VERSUS ELSALVADOR.....	111
4.11.1. ARGENTINA.....	111
4.11.2. ESPAÑA.....	118
4.11.3. MÉXICO.....	126
CAPITULO V: ANÁLISIS DE SENTENCIA SOBRE DERECHOS AL CONSUMIDOR.....	131
CAPITULO VI: PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN.....	137
CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
7.1. CONCLUSIONES.....	145

7.2. RECOMENDACIONES.....	148
BIBLIOGRAFÍA.....	150
ANEXOS.....	155

## **INTRODUCCION.**

El presente documento contiene el Trabajo de Graduación sobre Los Derechos Económicos, Sociales y Culturales con énfasis en la Reivindicación de los Derechos al Consumidor, para optar al grado de Licenciadas en Ciencias Jurídicas de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad de El Salvador.

La delimitación geográfica es el Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador; siendo este el lugar objeto de estudio donde se genera gran número de casos de violación a los derechos del Consumidor, por ser el Municipio con mayor demanda comercial.

La importancia de este trabajo radica en la responsabilidad que tiene el Estado salvadoreño frente a la reivindicación de los Derechos violentados al consumidor interesado, ya que el Estado es el principal ente protector de los Derechos Económicos, y por ello esta en la obligación de dictar los instrumentos jurídicos necesarios para su protección y reivindicación de los mismos.

Así es como se hace necesario puntualizar la importancia de que exista una reivindicación integral tanto en el ámbito económico como en la reparación del daño moral ocasionado al consumidor interesado en los casos en los que haya existido violación a los derechos del consumidor.

Es de hacer notar la importancia de la existencia de organismos jurisdiccionales internacionales en la aplicación de la justicia, en los casos que no pueda suplirse la competencia de las entidades nacionales; siempre

y cuando la vía interna haya sido agotada, esta con el fin de reivindicar los derechos vulnerados.

En nuestros días el tema de los Derechos al Consumidor todavía no goza de una total reivindicación del derecho vulnerado debido al desconocimiento del mismo y del procedimiento a seguir, como consecuencia de la falta de divulgación de este.

Este trabajo genera un análisis jurídico de la aplicación del cuerpo de leyes que protegen el Derecho al Consumidor, así como la divulgación de esta a la comunidad universitaria.

La estructura de este documento tiene un conjunto de capítulos con secuencia lógica entre si y que a continuación se describe brevemente.

En el Primer Capítulo: Evolución Histórica Sobre la Protección de los Derechos del Consumidor.

En el Segundo Capítulo: Derecho Internacional de los Derechos Humanos.

El Tercer Capítulo: Derechos Económicos, Sociales y Culturales – Derechos de Protección al Consumidor.

En el Cuarto Capítulo: Sistemas de Protección al Consumidor Interesado en la Reivindicación de sus Derechos.

En el Quinto Capítulo: Análisis de Sentencia sobre Derecho al Consumidor.

En el Sexto Capítulo: Principales resultados del estudio de Investigación.

En el Séptimo Capítulo: Conclusiones y Recomendaciones.

En último lugar se incluye la Bibliografía primordial a utilizar y el apartado de Anexos en el que se exhibe la Sentencia analizada; guía de encuesta y hoja de datos necesarios en reclamos escritos proporcionado por la Defensoría del Consumidor.

## **CAPITULO I: EVOLUCION HISTORICA SOBRE LA PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.**

El origen de los Derechos a los consumidores históricamente se ubica hacia mediados del siglo XVIII, cuando los consumidores se ven obligados a unirse, ante el surgimiento de grandes empresas, como resultado de la Revolución Industrial. En los Estados Unidos de Norteamérica la protección de los derechos a los consumidores data del año 1914 con la ley creadora de la Comisión Federal de Comercio, destinada a regular las prácticas de mercados. Dicha comisión posee facultades para imponer sanciones por conductas desleales, peligrosas o perjudiciales para los ciudadanos; pero fue en 1928 que tienen su culminación la organización de los consumidores en asociaciones en los Estados Unidos de Norteamérica, las cuales velaban por el bienestar de ellos, debido a la formación de Unión de consumidores, que propugnaron por el acceso a la información de productos consumidos, así como a la libre selección de los mismos.<sup>1</sup>

El mensaje del presidente J.F. Kennedy al congreso de los Estados Unidos el 15 de marzo de 1962, fue de gran importancia para la reglamentación de los derechos de los consumidores al lanzar como programa el "Consumers Advisory Council", donde señaló como los derechos básicos de los consumidores aquellos que tienen a la seguridad, a ser informados, a la elección y a ser escuchados por el Estado. Más adelante la Organización Internacional de la Asociación de Consumidores (IOCU), constituida en 1936 y que a partir de 1996, se llama Consumers International agregó otros dos

---

<sup>1</sup> Bercovitz, Alberto y Rodríguez Cano Manuel. Estudios Jurídicos sobre: *Protección a los Consumidores*. Editorial Tecnos, S.A. 1992

derechos los cuales fueron: el de la educación y el de un medio ambiente sano.<sup>2</sup>

Merece especialmente destacarse que la situación de los consumidores ha sido también preocupación de la doctrina social de la Iglesia, que en su prédica en favor de la dignidad de la persona humana, ha postulado reiteradamente la necesidad de hacer mas justas las relaciones de mercado. La preocupación se remonta, cuanto menos, a la encíclica "Rerum Novarum" del pontífice León XIII; y se plasma, de modo reciente, en el "Catecismo de la Iglesia Católica", publicado en el año 1992.

El Tratado de Roma de 1957, ya contenía cláusulas relativas al mejoramiento de la situación jurídica del consumidor creado por la Comunidad Europea. Por otra parte fue ganando espacio el movimiento asociativo no gubernamental tendiente a la protección de esos grupos de intereses; y desde aproximadamente mediados de este siglo se forman y fortalecen también en Europa asociaciones de consumidores; Francia (1951, Unión Federal de Consumidores); Alemania Federal (1953, Asociación de Consumidores); Holanda (1954, Asociación de Consumidores); Gran Bretaña (1957, Asociación de Consumidores), etc.

En el viejo continente se deben al menos mencionar dos cuerpos normativos relevantes que se ocuparon de los derechos del consumidor. Tales son la Carta Europea de Protección a los consumidores, de mayo de 1973; y el Programa Preliminar de Protección e Información a los Consumidores, de abril de 1975. Anteriormente, entre los cuerpos normativos específicos que

---

<sup>2</sup> Arrighi, Jean Michel. Protección Jurídica del Consumidor “ *Aspectos Nacionales e Internacionales*”, Editorial Ediar, Argentina 1998

han influido en nuestra Ley de Protección al Consumidor pueden mencionarse la ley Francesa de defensa de los consumidores, (1973), y en España la Ley General de Protección del Consumidor (1984).<sup>3</sup>

En el continente americano se dieron legislaciones que han tenido peso e influencia en la formación de la Ley 24.240; principalmente la ley federal de México de protección al consumidor (del 18 de diciembre de 1975), la ley del Canadá (1982).

Por su parte la Asamblea General de las Naciones Unidas, aprobó el 16 de abril de 1985 la denominadas "Directrices para la Protección del Consumidor", solicitando además a los estados miembros se ocuparan en elaborar documentos conexos destinados a llevar esta protección a cada nación. Estas directrices poseen ya el contenido básico útil para cualquier estatuto local de defensa al consumidor: Normas de seguridad y calidad de servicios y bienes, promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores, servicios y bienes de consumo esenciales, programas de educación e información, procedimientos asequibles.<sup>4</sup>

A consecuencia de la resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas, durante el mes de marzo de año 1987 se reunieron en Montevideo los gobiernos de los países de América Latina; oportunidad en que resolvieron de manera unánime desarrollar y armonizar en un estatuto orgánico las normas legales nacionales relativas a la protección del consumidor, desarrollando a la vez mecanismos para reglamentar los intereses de los consumidores, y asegurar la competencia leal y efectiva en el mercado.

---

<sup>3</sup> Idem,

<sup>4</sup> Declaración Universal de Derechos Humanos. Adoptada y proclamada por Resolución de la Asamblea General 217 (III) del 10 de diciembre de 1948.

Fue a partir de entonces que se crearon oficinas estatales de defensa al consumidor en Brasil, en Uruguay (Dirección de Defensa del Consumidor), en Chile (SERNAC), y en La Argentina. Se ha destacado la labor de los juristas, concretada entre otros diversos encuentros regionales- en el Primer Congreso Latinoamericano de Derecho del Consumidor, desarrollado en Canela, Brasil, en el año 1993.

## CAPITULO II. DERECHO INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

### 2.1. DERECHO INTERNACIONAL PÚBLICO

El Derecho Internacional empezó a desarrollarse a partir del Siglo XVI, época en la cual aparecen en Europa los primeros estados nacionales. Sin embargo, hasta principios del Siglo XX se desarrolló bajo el principio de la soberanía, lo que no facilitaba la creación de una sociedad internacional.<sup>5</sup>

#### 2.1.1. DEFINICION.

El Derecho Internacional Público se puede definir como el conjunto de normas que regulan las relaciones de los sujetos que forman parte de la comunidad internacional,<sup>6</sup> y como el que regula las relaciones de un Estado y otros considerados como personas independientes, los vínculos entre súbditos de distintas naciones, o las situaciones, derechos y deberes de los extranjeros respecto al territorio donde se encuentren.<sup>7</sup>

A nuestro criterio el derecho internacional es el conjunto de normas o principios que rigen las relaciones de los Estados entre si; y de los Estados con: entes internacionales que sin ser Estados reciben tratamiento de Estados; aquellas entidades que sin ser Estados poseen personalidad jurídica internacional y de los individuos en el ejercicio de aquellos derechos y deberes que se consideran de naturaleza internacional.

---

<sup>5</sup> [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

<sup>6</sup> Díez de Velasco, M: *Curso de Derecho Internacional Público*; Editorial Tecnos, Madrid, 1963.

<sup>7</sup> Cabanellas de Torres, G. *Diccionario Jurídico Elemental*, 16ª Edición, Editorial Heliasta S.R.L., Buenos Aires, 2003. Pag. 135.

### 2.1.2. FUENTES.

Se entiende por fuentes las formas de manifestación del derecho internacional; tradicionalmente se ha tomado el Artículo 38<sup>8</sup> del Estatuto de la Corte Internacional de Justicia que tiene su antecedente en el Artículo del mismo número del Estatuto del Tribunal Permanente de Justicia Internacional, como indicador “oficial” de las fuentes de derecho internacional. La doctrina es unánime en este sentido; sin embargo existe una gran discrepancia en lo que se refiere a la interpretación de sus alcances.

En cuanto a sus alcances, la interpretación del artículo 38 del Estatuto de la Corte Internacional de Justicia no es uniforme con la doctrina del derecho internacional, sobre todo en lo que se refiere a dos aspectos:

1- El carácter ejemplificativo o enumerativo de las fuentes señaladas en dicha disposición, que es la fuente mayoritaria en la ciencia del derecho internacional pues considera que el artículo 38 en cuestión tiene una terminología puramente descriptiva y no tiene por objeto restringir en forma alguna la operación de las fuentes que se describen y

---

<sup>8</sup> Artículo 38. “1. La Corte, cuya función es decidir conforme al derecho internacional las controversias que le sean sometidas, deberán aplicar: a) Las convenciones internacionales sean generales o particulares, que establecen reglas expresamente reconocidas por los Estados litigantes. b) La costumbre internacional como prueba de una práctica generalmente aceptada como derecho. c) Los principios generales de derecho reconocidos por las naciones civilizadas. d) Las decisiones judiciales y las doctrinas de los publicistas de mayor competencia de las distintas naciones, como medio auxiliar para la determinación de las reglas de derecho, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 59. 2- La presente disposición no restringe la facultad de la Corte para decidir un litigio ex aequo et bono, si las partes así lo convienen.

2- La importancia jerárquica en que pudieran estar enumeradas las fuentes. La que considera que no hay mas fuente del derecho internacional que señale el artículo 38 del Estatuto de la Corte Internacional de Justicia es un enorme obstáculo en el desarrollo del derecho internacional a las relaciones internacionales en constante transformación no sería posible con la existencia de un sistema cerrado de fuentes del derecho.<sup>9</sup>

Con respecto a la importancia jerárquica en que pudieran estar enumeradas las fuentes, algunos autores consideran que los tratados constituyen las fuente mas importante de normas de derecho internacional, en la práctica esto no es así, ya que el juzgador ha aplicado indistintamente las fuentes sin tomar en cuenta un orden jerárquico.

De lo anterior se concluye que el artículo no debe verse como una camisa de fuerza que reprima la manifestación de la normatividad jurídica internacional, además de que se debe tomar en cuenta los cambios tan sustanciales que se ha producido en las relaciones internacionales.

Del artículo 38 del Estatuto de la Corte Internacional de Justicia se desglosan las siguientes fuentes:

#### LA COSTUMBRE INTERNACIONAL.

La costumbre internacional<sup>10</sup> es la fuente mas antigua, y que cada día frente al derecho escrito está perdiendo terreno, aunque es más fácil de verificar e inequívoco conserva todavía su antiguo rango. Este artículo se refiere a la

---

<sup>9</sup> Arrighi, Jean Michel. Protección Jurídica del Consumidor “ *Aspectos Nacionales e Internacionales*”, Editorial Ediar, Argentina 1998

<sup>10</sup> Becerra Ramírez, Manuel: *Derecho Internacional Público*, Impresos Chávez, Editado por El Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1991.Pag. 32.

costumbre internacional como prueba de una práctica generalmente aceptada como derecho. La cual ha sido criticada por la doctrina del derecho internacional; ya que la costumbre no es la prueba de una practica, sino que, por el contrario, es el examen de la practica lo que probará o no la existencia de una costumbre jurídica.

De la definición que este artículo de costumbre se desprenden los elementos que integran la costumbre internacional, respecto de los cuales existe unanimidad en la doctrina; los cuales son: el elemento material y el elemento psicológico, el primero consiste en la repetición de ciertos actos, en la constatación de ciertos usos y prácticas entre los Estados el cual no podría existir sin el acompañamiento del elemento psicológico, la opinio juris sive necessitate.<sup>11</sup>

#### LOS TRATADOS INTERNACIONALES.

El Derecho Internacional de los tratados<sup>12</sup> es una de las disciplinas que mas se ha desarrollado en los últimos años. De ser un derecho que se fue formando en la práctica Internacional, con la Convención de Viena<sup>13</sup> y la Convención de 1986 sobre Tratados celebrados entre Organismos Internacionales o entre Organismos Internacionales y Estados, pasó a ser un derecho codificado además con carácter innovador.

---

<sup>11</sup> la convicción de que ese uso es jurídicamente obligatorio.

<sup>12</sup> Becerra Ramírez, Manuel: *Derecho Internacional Público*, Impresos Chávez, Editado por El Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1991. Pag. 35.

<sup>13</sup> Convención de Viena sobre Derecho de los Tratados suscrita el 23 de mayo de 1969 y entro en vigencia el 27 de enero de 1980. Convención sobre Tratados celebrados entre Organismos Internacionales o entre Organismos Internacionales y Estados.1986

## LOS PRINCIPIOS GENERALES DEL DERECHO.

El artículo 38 se refiere a los principios<sup>14</sup> generales como fuentes del derecho internacional los cuales son:

- Nadie puede ser juez en su propia causa.
- La ley especial deroga a la general.
- La ley posterior deroga a la anterior.
- Nadie puede transmitir a otros más derechos de lo que el mismo posee, etc.

## LAS DECISIONES JUDICIALES Y LA DOCTRINA.

Las decisiones judiciales y la doctrina<sup>15</sup> se encuentran en el literal d) del artículo 38, el cual establece que las decisiones judiciales y las doctrinas de los publicistas de mayor competencia de las naciones como medio auxiliar para la determinación de las reglas del derecho sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 38<sup>16</sup> por lo que podemos afirmar que las decisiones y doctrinas son solamente medios auxiliares; no son una verdadera fuente, ya que una sentencia no puede basarse solo en decisiones judiciales anteriores.

---

<sup>14</sup> Becerra Ramírez, Manuel: *Derecho Internacional Público*, Impresos Chávez, Editado por El Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1991.Pag. 49.

<sup>15</sup> Becerra Ramírez, Manuel: *Derecho Internacional Público*, Impresos Chávez, Editado por El Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1991.Pag. 50.

<sup>16</sup> Artículo 38 Las decisiones de la Corte no son obligatorias sino para las partes del litigio y respecto del caso que ha sido decidido.

## LA EQUIDAD

De conformidad con la última parte del artículo 38 del Estatuto de la Corte Internacional de Justicia las partes en un litigio pueden acordar que se resuelva de acuerdo a la equidad<sup>17</sup>: la presente disposición no restringe la facultad del Tribunal para decidir un litigio *ex aequo et bono*<sup>18</sup> si las partes así lo convienen. En este caso, los jueces pueden decidir libremente hasta cierto límite: nunca podrán resolver en violación de una norma de *jus cogens* internacional,<sup>19</sup> y vemos otra de las virtudes de esta noble institución. Es de suponer que se confía en la equidad de los jueces; lo hace a sabiendas que ellos deben ser hombres virtuosos.

## LAS RESOLUCIONES DE LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES COMO FUENTES.

La doctrina se inclina a considerar que si bien las resoluciones no son fuentes del derecho internacional, algunas, sobre todo a las relativas a aspectos internos de la organización, tienen fuerza jurídica vinculatoria.<sup>20</sup>

### 2.2. DERECHOS HUMANOS.

De acuerdo a diversas filosofías jurídicas, son aquellas libertades, facultades, instituciones o reivindicaciones relativas a bienes primarios o básicos<sup>21</sup> que

---

<sup>17</sup> Becerra Ramírez, Manuel: *Derecho Internacional Público*, Impresos Chávez, Editado por El Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1991. Pag. 50.

<sup>18</sup> Según la equidad el leal saber y entender.

<sup>19</sup> Norma de Derecho Internacional.

<sup>20</sup> Becerra Ramírez, Manuel: *Derecho Internacional Público*, Impresos Chávez, Editado por El Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1991. Pag. 51.

incluyen a toda persona, por el mero hecho de su condición humana, para la garantía de una vida digna, son independientes de factores particulares como el estatus, sexo, etnia o nacionalidad; y son independientes o no dependen exclusivamente del ordenamiento jurídico vigente.

Desde un punto de vista más relacional, los Derechos Humanos se han definido como las condiciones que permiten crear una relación integrada entre la persona y la sociedad, que permita a los individuos ser personas, identificándose consigo mismos y con los otros<sup>22</sup>.

### **2.2.1. PRINCIPIOS DE INTERPRETACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS.**

La particular importancia estructural que guardan los derechos fundamentales dentro del ordenamiento, condiciona sus métodos interpretativos.

Al efecto, se han estructurado dos principios hermenéuticos específicos en la materia:

- 1) el Principio pro libertatis y
- 2) el principio pro homine.

1. El principio pro libertatis.

Según este principio, los derechos fundamentales deben interpretarse, del modo más amplio posible. Es decir, conforme con el principio en

---

<sup>21</sup> Papacchini, Ángelo. *Filosofía y Derechos Humanos*, Cali, Editorial Universidad del Valle. 2001. pág. 44.

<sup>22</sup> Morales Gil de la Torre, Héctor: *Introducción: notas sobre la transición en México y los Derechos Humanos, en Derechos Humanos, dignidad y conflicto*. México: Universidad Interamericana 1996, pág. 19.

examen, debe interpretarse extensivamente todo lo que favorezca y, restrictivamente, todo lo que límite la libertad.

En efecto, como ha dicho un jurista alemán: “Las libertades fijan límites al Estado; le dicen lo que debe dejar de hacer. Las libertades son ante todo no mandatos de acción, sino barreras a la acción pública” (KIRCHHOF).

Por ello en caso de duda, siempre se deberá favorecer la cláusula de libertad, pues los derechos fundamentales han sido justamente consagrados para proteger la libertad, no para limitarla. Pag. 60.

## 2. El principio pro homine.

Conforme con este segundo principio, el derecho debe interpretarse y aplicarse siempre de la manera que más favorezca al ser humano.

De esa forma, el sistema de libertad que garantizan los derechos fundamentales deja fuera del alcance de la acción del Estado, ya sea por medio de la ley, de la actividad administrativa o de los tribunales de justicia, una esfera intangible de libertad, la cual no puede ser tocada por ninguna autoridad, porque es el hombre, no la sociedad, quien tiene dignidad y los consiguientes derechos y libertades fundamentales.

El ser humano es el alfa y el omega de las normas jurídicas, por lo que estas, y especialmente las que consagran derechos fundamentales, deben interpretarse en la forma en que más lo favorezcan.

- Por lo tanto, la interpretación de los derechos fundamentales se ve condicionada por estos importantes principios hermenéuticos.

### 2.2.2. CLASIFICACIÓN.

La clasificación de carácter histórico basada en la aparición o reconocimiento cronológico de los Derechos Humanos por parte del orden jurídico normativo internacional, distingue entre los Derechos de Primera Generación o Derechos Civiles y Políticos, los Derechos de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales y los Derechos de Tercera generación o Derechos de Los Pueblos.

*Los derechos humanos de la primera generación o derechos civiles y políticos:* tienen su origen<sup>23</sup> establecido en el hábeas corpus<sup>24</sup> y su reconocimiento formal fue en Francia<sup>25</sup>. Se clasifican como de primera generación porque fueron reconocidos en algunos países antes de que la comunidad internacional lo hiciera. Se refiere a los derechos civiles y políticos, también denominados libertades clásicas, fueron los primeros que exigió y formulo el pueblo en la Asamblea Nacional durante la Revolución Francesa. Los reclamos de este primer grupo de derechos motivaron los principales movimientos revolucionarios en diversas partes del mundo a finales del siglo XVIII.

*Los derechos de la segunda generación o derechos económicos, sociales y culturales:* tienen su comienzo en las luchas sociales de fines del siglo XIX y fueron reconocidos formalmente en la Constitución de Mexicana<sup>26</sup> y en la Declaración de Unión de Repúblicas Socialistas

---

<sup>23</sup> Carta Magna de Inglaterra 15 de Junio de 1215.

<sup>24</sup> Nadie puede ser detenido arbitrariamente.

<sup>25</sup> Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano, el 26 de agosto de 1789.

<sup>26</sup> Constitución de México del 5 de febrero de 1917.

Soviéticas<sup>27</sup>. Se denominan de segunda generación porque fueron reconocidos en algunos países después de los de primera generación. La constituyen los Derechos Económicos, Sociales y Culturales, debido a los cuales el Estado de Derecho pasa a una etapa superior, es decir a un Estado Social de Derecho.

*Los derechos de la tercera generación o derechos de los pueblos:* <sup>28</sup>

Surgieron en la doctrina en los años 1980, se vincula con la solidaridad. Inciden en la vida de todos, a escala universal, por lo que precisan para su realización una serie de esfuerzos y cooperaciones en un nivel planetario. Normalmente se incluyen en ella derechos heterogéneos como el derecho a la paz, a la calidad de vida.

Se alega que está surgiendo una cuarta generación de derechos humanos. No obstante, el contenido de la misma no es claro, los autores no presentan una propuesta única. Normalmente toman algunos derechos de la tercera generación y los incluyen en la cuarta, como el derecho al medio ambiente o aspectos relacionados con la bioética. Algunos afirman que la cuarta generación viene dada por los derechos humanos en relación con las nuevas tecnologías<sup>29</sup>; otros, que el elemento diferenciador sería que, mientras las tres primeras generaciones se refieren al ser humano como miembro de la sociedad, los derechos de la cuarta harían referencia al ser humano como especie.

---

<sup>27</sup> Declaración de los Derechos del Pueblo Trabajador Explotado 1918.

<sup>28</sup> Pérez Luño, Antonio E. *La tercera generación de Derechos Humanos*, Navarra, editorial Aranzadi. 2006 Pag. 32.

<sup>29</sup> Bustamante Domas, J. *“Hacia la cuarta generación de Derechos Humanos: repensando la condición humana en la sociedad tecnológica”*, Revista Interamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación. No. 1 Septiembre/diciembre de 2001. Pag. 30.

### **2.3. CARACTERISTICAS.**

Las características de los Derechos Humanos, nos permiten entender que son y cuales son los elementos que los identifican. Estas<sup>30</sup> son:

#### ***1- Innatos o inherentes***

Todas las personas nacemos con derechos, que nos pertenecen por nuestra condición de seres humanos. Su origen no es el Estado o las leyes, decretos o títulos, sino la propia naturaleza o dignidad de la persona humana. Por eso cuando una ley viola los derechos humanos se la considera nula (sin valor), porque va contra la misma naturaleza humana.

#### ***2- Universales***

Todas las personas, independientemente de su condición u origen, tienen derechos. Por eso no importa la raza, el sexo, la cultura o la religión; tampoco importa la nacionalidad o el lugar en que se viva. Cada persona tiene la misma dignidad y ninguna puede estar excluida o discriminada del disfrute de sus derechos. Es así que tienen los mismos derechos tanto un niño como una niña, un indígena como un campesino, una mujer como un hombre.<sup>31</sup>

#### ***3- Inalienables e intransferibles.***

La persona humana no puede, sin afectar su dignidad, renunciar a sus derechos o negociarlos. Tampoco el Estado puede disponer de los derechos de los ciudadanos. Se entiende que en situaciones extremas algunos

---

<sup>30</sup> Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), *Conceptos y Características de los Derechos Humanos*, segunda edición Caracas, 2005.Pag. 13.

<sup>31</sup> Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), *Conceptos y Características de los Derechos Humanos*, segunda edición Caracas, 2005.Pag. 13.

derechos pueden ser limitados o suspendidos, pero nunca alienados (eliminados, extinguidos).<sup>32</sup>

#### **4- Acumulativos, imprescriptibles o irreversibles**

Como la humanidad es cambiante, las necesidades también. Por ello, a través del tiempo vamos conquistando nuevos derechos o ampliando los existentes, o teniendo más claridad de lo que significa cada derecho. Todo ello se hace parte del patrimonio universal de la dignidad humana. Una vez reconocidos formalmente los derechos humanos, su vigencia no caduca; es decir, no vence nunca.<sup>33</sup>

#### **5- Inviolables**

Nadie está autorizado para atentar, lesionar o destruir los derechos humanos. Esto quiere decir que las personas y los gobiernos deben regirse por el respeto a los derechos humanos; las leyes dictadas no pueden ser contrarias a estos y las políticas económicas y sociales implementadas tampoco.<sup>34</sup>

#### **6- Obligatorios**

Los derechos humanos imponen deberes concretos a las personas, y al Estado, obligaciones de respetarlos aunque no haya una ley que así lo diga. Queda claro entonces que es obligatorio respetar todos los Derechos

---

<sup>32</sup> Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), *Conceptos y Características de los Derechos Humanos*, segunda edición Caracas, 2005.Pag. 14.

<sup>33</sup> Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), *Conceptos y Características de los Derechos Humanos*, segunda edición Caracas, 2005.Pag. 15.

<sup>34</sup> Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), *Conceptos y Características de los Derechos Humanos*, segunda edición Caracas, 2005.Pag. 15.

Humanos incluidos en nuestras leyes y también aquellos que no lo están aún.<sup>35</sup>

### **7- Trascienden las fronteras nacionales**

Esta característica se refiere a que la comunidad internacional puede y debe actuar cuando considere que un Estado está violando los derechos humanos de su población. En este sentido, ningún Estado puede argumentar violación de su soberanía cuando la comunidad internacional interviene para requerir que una violación a los derechos humanos sea corregida.<sup>36</sup>

### **8- Indivisibles, interdependientes, complementarios y no jerarquizables**

Los derechos humanos están relacionados entre sí. Es decir, no podemos hacer ninguna separación ni pensar que unos son más importantes que otros. La negación de algún derecho en particular significa poner en peligro el conjunto de la dignidad de la persona, por lo que el disfrute de algún derecho no puede hacerse a costa de los demás.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), *Conceptos y Características de los Derechos Humanos*, segunda edición Caracas, 2005.Pag. 16

<sup>36</sup> Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), *Conceptos y Características de los Derechos Humanos*, segunda edición Caracas, 2005.Pag. 16.

<sup>37</sup> Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), *Conceptos y Características de los Derechos Humanos*, segunda edición Caracas, 2005.Pag. 16.

## **CAPITULO III: DERECHOS ECONOMICOS, SOCIALES Y CULTURALES - DERECHOS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR**

### **3.1. GENERALIDADES**

La aparición de los Derechos Económicos Sociales y Culturales<sup>38</sup>, como un grupo distinto de derechos es un fenómeno reciente. Tales derechos tienen que realizarse a través o por medio del Estado. En este punto, el Estado actúa como promotor y protector del bienestar económico y social. Mientras que en épocas anteriores el Estado fue, ante todo, una autoridad que vigilaba la protección y mantenimiento del orden público y la seguridad de la sociedad, el Estado moderno es o debería ser un instrumento para el bienestar de todas las personas dependientes de su jurisdicción, que les permitiera desarrollar al máximo sus facultades, individual o colectivamente.

El papel del Estado en el tema de los derechos humanos ha cambiado considerablemente, y debe advertirse que la ampliación de las funciones del Estado no sólo es importante en relación con los Derechos Sociales, sino también respecto a todo el resto de Derechos Humanos, por cuanto las autoridades públicas tienen también el deber de garantizar los Derechos Civiles y Políticos contra intromisiones de elementos de poder que puedan tener a su disposición grandes capacidades económicas, tecnológicas y científicas.

Si bien tradicionalmente las organizaciones de derechos humanos se ocuparon de los derechos civiles y políticos, en los últimos años ha cobrado fuerza la idea de la indivisibilidad e interdependencia de los derechos

---

<sup>38</sup> Van Boven, T. Las Dimensiones Internacionales de los Derechos Humanos, Barcelona, AA. VV. *Criterios Distintivos de los Derechos Humanos*, " 2ª Edición, Ediciones Serbal, 1984. pag. 84.

humanos. Se considera entonces que si no se garantizan los derechos económicos, sociales y culturales, los derechos civiles y políticos no podrán ser respetados ni protegidos.

Los derechos Económicos, Sociales y Culturales son aquellos que posibilitan un nivel de vida adecuado para las personas. Cubren las siguientes áreas:<sup>39</sup>

- La igualdad entre hombres y mujeres.
- La accesibilidad y las condiciones de empleo.
- La sindicalización.
- La seguridad social.
- La prioridad a la familia y la protección especial a los niños.
- El disfrute de la cultura.
- La alimentación.
- La vivienda.
- La educación.
- La salud física y mental.
- El medio ambiente sano.

---

<sup>39</sup> Van Boven, T. *Las Dimensiones Internacionales de los Derechos Humanos*, Barcelona, AA. VV. *Criterios Distintivos de los Derechos Humanos*, " 2ª Edición, Ediciones Serbal, 1984. pag. 84.

Siendo estas áreas indivisibles, interconectadas e interdependientes de todos los derechos humanos. Todavía, sin embargo, no se han implementado mecanismos efectivos de exigibilidad y justiciabilidad. Esto constituye una de las principales demandas de la sociedad civil: la adopción, por parte de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, de un protocolo facultativo al Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales.<sup>40</sup>

A nivel de América Latina las Organizaciones No Gubernamentales vienen movilizándose activamente. En 1998, un conjunto muy representativo de organizaciones y redes regionales y de defensores de derechos humanos se reunió en Quito para discutir sobre la exigibilidad y proponer iniciativas que pudieran servir para viabilizarla. Allí se estableció que la forma y medida en que un Estado cumpla con sus obligaciones respecto de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales no solamente ha de ser materia del escrutinio de los órganos de verificación del cumplimiento de las normas que los consagran y garantizan, sino que debe abarcar la participación activa de la sociedad civil en esta tarea como una condición sustancial del ejercicio de su ciudadanía.

En cuanto a los mecanismos específicos que se prevén en el sistema interamericano de Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos, el Protocolo Adicional a la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de Derechos Económicos, Sociales y

---

<sup>40</sup> En la Conferencia Mundial de Derechos Humanos de Viena (1993) se declaró, precisamente, la indivisibilidad, interconexión e interdependencia de todos los derechos humanos. La comunidad internacional se comprometió allí a no desmembrar la universalidad de estos derechos. <http://www.choike.org/nuevo/informes/1327.html/comment/coment>

El principio de indivisibilidad ya se encontraba consagrado en la Declaración Universal de los Derechos Hombre de 1948. En 1966 se adoptó el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC), y se creó el órgano encargado de controlar las obligaciones de los estados firmantes (Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales).

Culturales (más conocido como Protocolo de San Salvador) contempla específicamente estos derechos. La Comisión y la Corte Interamericana de Derechos Humanos son los órganos encargados de vigilar el cumplimiento de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales por parte de los Estados que ratificaron el Protocolo. En los hechos, sin embargo, son pocas las denuncias presentadas.

### **3.2. DERECHOS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.**

Son los que se encuentran regulados en la legislación internacional y nacional para salvaguardar los intereses de los consumidores interesados para lo cual se establece un procedimiento a seguir para la reivindicación de la vulneración de los mismos.

#### **3.2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS.**

La causa que provocó el activismo social por los derechos de la persona consumidora fue el alto costo de la vida; debido a la implementación de las llamadas políticas neoliberales en El Salvador en el año de 1989, las cuales conllevaron a liberar y desregular los precios; además de pretender privatizar las empresas que no eran rentables para el Estado; cuyos efectos fueron el encarecimiento de los productos y servicios básicos, como la privatización de Administración Nacional de Telecomunicaciones, Compañía de Alumbrado Eléctrico de San Salvador, Compañía de Alumbrado Eléctrico de Santa Ana, y parte de Compañía Salvadoreña de Inversiones, etc. De esta forma se

propiciaría un desarrollo sostenible, con un Estado moderno y eficiente siempre apoyándose en la empresa privada<sup>41</sup>.

Uno de los conceptos en que se fundamentó este modelo es el de economía de libre mercado, en el cual es el libre juego de la oferta y la demanda la que determina los precios de los bienes y servicios y es el mejor indicador para la asignación eficiente de los recursos.

El libre mercado es el sistema en el que el precio de los bienes o servicios acordado por el consentimiento mutuo de los vendedores y de los compradores mediante las leyes de la oferta y la demanda. El concepto se opone al de mercado regulado, donde el gobierno controla las fuentes de suministros, los precios, la producción. Si en lugar del gobierno son una o varias empresas las que controlan alguna de estas tres cosas se hablará de monopolio u oligopolio, respectivamente.<sup>42</sup>

Aunque en la situación de libre mercado el gobierno no fija o regula los precios, la implementación efectiva de libre mercado requiere que entre los participantes de la transacción comercial no haya coerción, ni fraude, de modo que todas las transacciones sean moralmente voluntarias y también que exista información perfecta y otras condiciones que garanticen la competencia perfecta.

La ley de oferta y demanda predomina en el libre mercado ideal, afectando precios hacia un equilibrio que balancea las demandas de los productos contra las ofertas. A estos precios de equilibrio, el mercado distribuye los productos a los compradores de acuerdo al uso (o utilidad) de cada

---

<sup>41</sup> Arrigí, Jean Michell. Protección Jurídica del Consumidor, Aspectos Nacionales e Internacionales, Pág.9.14-16.

<sup>42</sup> [http://commons.wikimedia.org/wiki/Image:Esquema\\_Sobre\\_formas\\_de\\_mercados.PNG](http://commons.wikimedia.org/wiki/Image:Esquema_Sobre_formas_de_mercados.PNG)

comprador para cada producto y dentro de un límite relativo dentro del poder de compra del comprador.

Los componentes necesarios para el funcionamiento de un libre mercado ideal incluyen la ausencia completa de presiones artificiales sobre el precio de impuestos, subsidios, tarifas, regulaciones gubernamentales (excepto la protección ante la coerción y el robo), y el no otorgar monopolios gubernamentales (usualmente clasificados como monopolios coercitivos por los adeptos al mercado libre), como el sistema de correos norteamericano, Amtrak, supuestas patentes, etc.

Sin embargo, el Gobierno se percató que el funcionamiento de este sistema de precios no es perfecto, porque surgen situaciones en que el mecanismo no opera en forma óptima. Ejemplo comerciantes y distribuidores vendiendo artículos usados por nuevos, vendiendo productos deteriorados, vencidos y vehículos con defectos de fábrica, etc.

Debido a la liberación de precios, la Coordinadora Nacional de la Mujer Salvadoreña, el Consejo de Comunidades Marginales, el Consejo Coordinador para el Desarrollo de las Comunidades de San Roque y la Federación de Asociaciones Cooperativas de Consumo, decidieron crear un espacio de coordinación que les permitiera analizar las causas y efectos del costo de la vida e impulsar acciones ciudadanas de denuncia y defensa de los derechos económicos y sociales de la población.

La aparición de esta coordinación se hizo el 25 de enero de 1991; inicialmente se le denominó Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor; la cual se trataba de un esfuerzo dirigido a incidir en la política pública y en la institucionalidad del país, para lo cual empezó a promover la

organización ciudadana a nivel local como protagonista de la defensa de sus derechos.

Las primeras acciones del Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor son:

*El monitoreo de precios de productos y servicios básicos*, que sustentaban la denuncia sobre el impacto de la liberación de precios en la economía familiar:

*La organización de actividades de posicionamiento público*, destacando, por ejemplo, el desarrollo de un concurso de afiches en el marco del día mundial de la alimentación.

*La elaboración y distribución de material informativo.*

*La elaboración y posterior presentación ante la Asamblea Legislativa del “Anteproyecto de Ley de Estabilización de precios de productos de consumo básico”.*<sup>43</sup> La presentación de esta propuesta de Ley ante la Asamblea Legislativa, combinado con la sensibilidad que el tema de los precios generaba en la sociedad contribuyó a que la presentación de esta propuesta lograra una considerable cobertura informativa en los medios de comunicación; esto empezó a marcar una diferencia en el naciente trabajo de defensa de los derechos de la persona consumidora.

Teniendo en cuenta que en 1991 se celebraran las rondas de diálogo y negociación que, con la mediación la Organización de las Naciones Unidas,

---

<sup>43</sup> Anteproyecto de Ley presentado ante la Asamblea Legislativa el 26 de junio de 1991.

buscaba poner fin a una época de guerra civil protagonizada entre el Gobierno de El Salvador y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional, el Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor, se propuso colocar el tema de la defensa del consumidor en este proceso; y para ello envió formalmente al Gobierno de El Salvador, al Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional y a la Organización para las Naciones Unidas el referido; *Anteproyecto de Ley de estabilización de precios de productos de consumo básico*.

La propuesta del Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor tuvo eco en los equipos negociadores del Gobierno de El Salvador y del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional, al punto que el Acuerdo de Paz al que se arribó el 31 de diciembre de 1991 en Naciones Unidas y suscrito en Chapultepec México, el 16 de enero de 1992, incluyó en el Capítulo V, numeral 6, en el ámbito de los acuerdos económicos (Medidas para aliviar el costo social de los programas de ajuste estructural) el compromiso que en un plazo de tres meses el gobierno debía presentar a la Asamblea Legislativa una propuesta de Ley de Protección al Consumidor.

El Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor asumió como suyo este compromiso y tomó la iniciativa de elaborar su propia propuesta de Ley de Protección al Consumidor, la que fue presentada a la Asamblea Legislativa el 16 de marzo de 1992 y más tarde en el mes de abril, las propuestas de ley elaboradas por el Gobierno de El Salvador y por la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social.

Estas propuestas fueron estudiadas en la Comisión de Economía y Agricultura de la Asamblea Legislativa; el Comité hizo cabildeo con algunos legisladores claves a fin de que fueran incorporados en la nueva normativa la

mayor parte de los contenidos que había propuesto; luego de un trabajo de dos meses, la Comisión Legislativa logró un consenso sobre el texto legal y el 19 de junio de 1992 el pleno legislativo aprobó por unanimidad la primera Ley de protección al Consumidor.

### **3.2. DEFINICION DE CONSUMIDOR.**

Jurídicamente por Consumidor se entiende a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de un servicio. Algunos tratadistas de la doctrina española lo definen como la persona natural o jurídica que adquiere los bienes o servicios para su uso individual o doméstico.

Consumidor o usuario es toda persona natural o jurídica que adquiere, utilice o disfrute bienes o servicios o bien reciba ofertas de los mismos, cualquiera que sea el carácter público o privado, individual o colectivo de quienes lo producen, comercialicen, faciliten, suministren o expidan.<sup>44</sup>

### **3.3. DERECHOS DEL CONSUMIDOR.**

Es el conjunto de normas que regulan la relación comercial entre consumidores y proveedores ya sean estas personas naturales y jurídicas.

Los derechos de los consumidores<sup>45</sup> son:

El Derecho a la Satisfacción de las Necesidades Básicas

El Derecho a la Seguridad

El Derecho a Estar Informado

---

<sup>44</sup> Ley de Protección al Consumidor, artículo 3 literal a). 2005.

<sup>45</sup> Dirección General de Protección al Consumidor, marzo 1998.

El Derecho a Escoger  
El Derecho a Ser Escuchado  
El Derecho a Reparación  
El Derecho a la Educación al Consumidor  
El Derecho a un Medio Ambiente Sano

### **3.4. FUENTES INTERNACIONALES DE LOS DERECHOS AL CONSUMIDOR**

Son los orígenes que dan lugar al surgimiento de la creación de la Ley de Protección al consumidor. Entre las cuales tenemos:

- Directrices para la Protección del Consumidor de la Organización de las Naciones Unidas.

El 9 de abril de 1985 la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas aprobó por consenso y por resolución 39/248 las Directrices para el Consumidor.

Las Directrices proporcionan a los gobiernos, y particularmente a los países en desarrollo, un marco para la elaboración y el fortalecimiento de la legislación y las políticas de protección al consumidor.

Reconociendo que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación; y teniendo en cuenta que los consumidores deben tener el derecho de acceso a productos que no sean peligrosos, así como la importancia de promover un desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenido, las Directrices de Protección del Consumidor persiguen los siguientes objetivos:

1. Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;
2. Facilitar las modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;
3. Instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta.
4. Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores;
5. Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;
6. Fomentar la cooperación internacional en la esfera de Protección al Consumidor;
7. Promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos.

Las siguientes directrices serán aplicables tanto a los bienes y servicios producidos en el país como a los importados.

Al aplicar cualesquiera procedimientos o reglamentos para la protección del consumidor, deberá velarse por que no se conviertan en barreras para el

comercio internacional y que sean compatibles con las obligaciones del comercio internacional.

Estas directrices son:

#### A. Seguridad física

- Los gobiernos deben adoptar o fomentar la adopción de medidas apropiadas, incluidos sistemas jurídicos, reglamentaciones de seguridad, normas nacionales o internacionales, normas voluntarias y el mantenimiento de registros de seguridad, para garantizar que los productos sean inocuos en el uso al que se destinan o normalmente previsible.

- Se deben adoptar medidas adecuadas para garantizar que los artículos producidos por los fabricantes sean inocuos para el uso al que se destinan y para el normalmente previsible. Los responsables de introducir los artículos en el mercado, en particular los proveedores, exportadores, importadores, minoristas y similares en lo que sigue denominados distribuidores deben velar por que, mientras están a su cuidado, esos artículos no pierdan su inocuidad debido a manipulación o almacenamiento inadecuados. Se deben facilitar a los consumidores instrucciones sobre el uso adecuado de los artículos e información sobre los riesgos que entraña el uso al que se destinan o el normalmente previsible. Dentro de lo posible, la información de vital importancia sobre cuestiones de seguridad debe comunicarse a los consumidores mediante símbolos comprensibles internacionalmente.

- Se deben adoptar medidas adecuadas para que los fabricantes o distribuidores notifiquen sin demora a las autoridades competentes y al público, según proceda, la existencia de peligros no previstos de que se hayan percatado con posterioridad a la introducción de los productos en el

mercado. Los gobiernos también deben estudiar los métodos para garantizar que los consumidores estén debidamente informados sobre esos peligros.

- Los gobiernos deben adoptar, cuando proceda, políticas en virtud de las cuales, si se descubre que un producto adolece de un defecto grave y/o constituye un peligro considerable aun cuando se utilice en forma adecuada, los fabricantes y/o distribuidores deban retirarlo y reemplazarlo o modificarlo, o sustituirlo por otro producto; si no es posible hacerlo en un plazo prudencial, debe darse al consumidor una compensación adecuada.

#### B. Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores

- Las políticas de los gobiernos deben tratar de hacer posible que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos. También deben tratar de alcanzar las metas en materia de producción satisfactoria y normas de funcionamiento, procedimientos adecuados de distribución, prácticas comerciales leales, comercialización informativa y protección efectiva contra las prácticas que puedan perjudicar los intereses económicos de los consumidores y la posibilidad de elegir en el mercado.

- Los gobiernos deben intensificar sus esfuerzos para impedir el empleo de prácticas que perjudiquen los intereses económicos de los consumidores, garantizando que los productores, los distribuidores y cuantos participan en la provisión de bienes y servicios cumplan las leyes y las normas obligatorias vigentes. Se debe dar aliento a las organizaciones de consumidores para que vigilen prácticas perjudiciales como la adulteración de alimentos, la comercialización basada en afirmaciones falsas o capciosas y los fraudes en la prestación de servicios.

- Los gobiernos deben elaborar, reforzar o mantener, según proceda, medidas relativas al control de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo abusivo que puedan perjudicar a los consumidores, así como medios para hacer efectivas esas medidas. Al respecto, los gobiernos deben guiarse por su adhesión al Conjunto de principios y normas equitativos convenidos multilateralmente para el control de las prácticas comerciales restrictivas, aprobado por la Asamblea General en su resolución 35/63, de 5 de diciembre de 1980.

- Los gobiernos deben adoptar o mantener políticas que especifiquen las responsabilidades del fabricante para asegurar que los artículos satisfagan los requisitos normales de durabilidad, utilidad y fiabilidad y sean aptos para el fin a que se destinan y que el vendedor vele por que estos requisitos se cumplan. Las mismas políticas deben regir la prestación de servicios.

- Los gobiernos deben alentar la competencia leal y efectiva a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos.

- Los gobiernos deben velar, si procede, por que los fabricantes o minoristas aseguren la disponibilidad adecuada de un servicio confiable posterior a la venta y de piezas de repuesto.

- Los consumidores deben gozar de protección contra abusos contractuales como el uso de contratos uniformes que favorecen a una de las partes, la no inclusión de derechos fundamentales en los contratos y la imposición de condiciones excesivamente estrictas para la concesión de créditos por parte de los vendedores.

- Las prácticas de promoción empleadas en la comercialización y la venta deben basarse en el principio del trato justo de los consumidores y deben satisfacer los requisitos jurídicos. Ello requiere el suministro de la información necesaria para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas e independientes, así como la adopción de medidas para asegurar la exactitud de la información suministrada.
- Los gobiernos deben alentar a todos los interesados a participar en la libre circulación de información exacta sobre todos los aspectos de los productos de consumo.
- Debe procurarse que los consumidores tengan más acceso a información inequívoca sobre los efectos de los productos y los servicios en el medio ambiente, recurriendo a medios como la elaboración de perfiles ambientales de los productos, la presentación de informes sobre el medio ambiente por parte de la industria, el establecimiento de centros de información para los consumidores, la ejecución de programas voluntarios y transparentes de etiquetado ecológico y los servicios de consulta telefónica directa sobre los productos.
- Los gobiernos, en estrecha colaboración con los fabricantes, los distribuidores y las organizaciones de consumidores, deben adoptar medidas contra las afirmaciones o la información capciosas en relación con el medio ambiente en las actividades de publicidad y otras actividades de comercialización. Debe fomentarse la elaboración de códigos y normas de publicidad adecuadas para reglamentar y verificar las afirmaciones que se hacen en relación con el medio ambiente.

- Los gobiernos deben, dentro de sus propios países, promover la formulación y aplicación por parte de las empresas, en colaboración con las organizaciones de consumidores, de códigos de comercialización y otras prácticas comerciales para asegurar una adecuada protección del consumidor. También pueden concertarse acuerdos voluntarios conjuntos por parte de las empresas, las organizaciones de consumidores y otras partes interesadas. Estos códigos deben recibir una publicidad adecuada.
- Los gobiernos deben examinar periódicamente las normas jurídicas relacionadas con pesas y medidas y determinar la eficacia de sus mecanismos de aplicación.

#### C. Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo

- Los gobiernos deberán, según proceda, formular o promover la formulación y aplicación, en los planos nacional e internacional, de normas, voluntarias o de otra índole, de seguridad y calidad de los bienes y servicios y dar a dichas normas la publicidad apropiada. Las normas y reglamentaciones nacionales relativas a la seguridad y calidad de los productos deberán revisarse de tanto en tanto para cerciorarse de que, en lo posible, se ajusten a normas internacionales de aceptación general.
- Cuando debido a las condiciones económicas locales se aplique una norma de nivel inferior al de una norma internacional de aceptación general, deberán hacerse todos los esfuerzos necesarios para elevar dicho nivel lo antes posible.

- Los gobiernos deben fomentar y garantizar la disponibilidad de servicios para ensayar y certificar la seguridad, la calidad y el buen funcionamiento de los servicios y bienes de consumo esenciales.

#### D. Sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales

Cuando proceda, los gobiernos deberán examinar la posibilidad de:

a) Adoptar o mantener políticas para asegurar la distribución eficiente de bienes y servicios a los consumidores; cuando proceda, deberán estudiarse políticas especiales para asegurar la distribución de bienes y servicios absolutamente esenciales cuando dicha distribución se vea amenazada, como podría ocurrir, sobre todo, en el caso de las zonas rurales. Tales políticas podrían incluir la prestación de asistencia para la creación de instalaciones apropiadas de almacenamiento y venta al por menor en los centros rurales, la estimulación del autovalidamiento del consumidor y el perfeccionamiento del control de las condiciones en que se suministran los bienes y servicios esenciales en las zonas rurales;

b) Fomentar la creación de cooperativas de consumidores y las actividades comerciales afines y la información al respecto, especialmente en las zonas rurales.

#### E. Medidas que permiten a los consumidores obtener compensación

- Los gobiernos deben establecer o mantener medidas jurídicas o administrativas para permitir que los consumidores o, en su caso, las organizaciones competentes obtengan compensación mediante procedimientos oficiales o extraoficiales que sean rápidos, justos, poco

costosos y asequibles. Al establecerse tales procedimientos deben tenerse especialmente en cuenta las necesidades de los consumidores de bajos ingresos.

- Los gobiernos deben alentar a todas las empresas a solucionar las controversias con los consumidores en forma justa, rápida y exenta de formalidades, y a crear mecanismos voluntarios, como servicios de asesoramiento y procedimientos extraoficiales para presentar reclamaciones, que puedan prestar asistencia a los consumidores.
  
- Se debe facilitar a los consumidores información sobre los procedimientos vigentes y otros procedimientos para obtener compensación y solucionar controversias.

#### F. Programas de educación e información

\* Los gobiernos deben formular o estimular la formulación de programas generales de educación e información del consumidor, incluida la información sobre los efectos en el medio ambiente de las decisiones y el comportamiento de los consumidores y de las consecuencias, incluidos costos y beneficios, que pueda tener la modificación de las modalidades de consumo, teniendo en cuenta las tradiciones culturales del pueblo de que se trate. El objetivo de tales programas debe consistir en capacitar a los consumidores para que sepan discernir, puedan hacer elecciones bien fundadas de bienes y servicios, y tengan conciencia de sus derechos y obligaciones. Al formular dichos programas, debe prestarse especial atención a las necesidades de los consumidores que se encuentran en situación desventajosa, tanto en las zonas rurales como urbanas, incluidos los consumidores de bajos ingresos y aquellos que sean casi o totalmente

analfabetos. Los grupos de consumidores, las empresas y otras organizaciones pertinentes de la sociedad civil deben participar en esa labor de educación.

\* La educación del consumidor debe, si procede, llegar a formar parte integrante del programa básico del sistema educativo, de preferencia como componente de asignaturas ya existentes.

\* Los programas de educación e información del consumidor deben abarcar aspectos de la protección del consumidor tan importantes como los siguientes:

- a) Sanidad, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y adulteración de los alimentos;
- b) Peligros de los productos;
- c) Rotulado de productos;
- d) Legislación pertinente, forma de obtener compensación y organismos y organizaciones de protección al consumidor;
- e) Información sobre pesas y medidas, precios, calidad, condiciones para la concesión de créditos y disponibilidad de los artículos de primera necesidad;
- f) Protección del medio ambiente;
- g) Utilización eficiente de materiales, energía y agua.

\* Los gobiernos deben alentar a las organizaciones de consumidores y a otros grupos interesados, incluidos los medios de comunicación, a que pongan en práctica programas de educación e información, incluso sobre los efectos de las modalidades de consumo en el medio ambiente y las consecuencias, incluidos costos y beneficios, que pueda tener la

modificación de esas modalidades, particularmente en beneficio de los grupos de consumidores de bajos ingresos de las zonas rurales y urbanas.

\* El comercio, cuando proceda, debe emprender programas objetivos y pertinentes de educación e información del consumidor, o participar en ellos.

\* Teniendo en cuenta la necesidad de llegar a los consumidores rurales y a los consumidores analfabetos, los gobiernos deberán, cuando proceda, formular o alentar la formulación de programas de información del consumidor destinados a los medios de comunicación de masas.

\* Los gobiernos deben organizar o alentar la organización de programas de formación para educadores, profesionales de los medios de comunicación de masas y consejeros del consumidor, que les permitan participar en la ejecución de los programas de información y educación del consumidor.

#### ✓ Cooperación Internacional

Los gobiernos deben ocuparse, especialmente en un contexto regional o subregional, de:

Establecer, examinar, mantener o fortalecer, según proceda, los mecanismos para el intercambio de información relativa a políticas y medidas nacionales en la esfera de la protección del consumidor;

Cooperar o alentar la cooperación en la aplicación de las políticas de protección del consumidor para conseguir mejores resultados en el marco de los recursos existentes. Como ejemplos de ese tipo de cooperación podrían citarse la colaboración en el establecimiento o

utilización conjunta de instalaciones de ensayo, procedimientos comunes de ensayo, intercambio de información de interés para el consumidor y de programas de educación, programas conjuntos de capacitación y preparación conjunta de reglamentaciones;

Cooperar para mejorar las condiciones en que los productos esenciales se ofrecen a los consumidores, prestando la debida atención a los precios y a la calidad. Entre las formas que podría revestir esa cooperación figuran la adquisición conjunta de productos esenciales, el intercambio de información sobre las distintas posibilidades de adquisición y la adopción de acuerdos sobre especificaciones regionales para los productos.

Los gobiernos deben desarrollar o estrechar los vínculos de información en relación con los productos que han sido prohibidos, retirados o sometidos a restricciones rigurosas, a fin de que los países importadores puedan tomar precauciones adecuadas contra los efectos nocivos de esos productos.

Los gobiernos deben velar por que la calidad de los productos y la información relativa a los productos no varíe de un país a otro de manera que pueda tener efectos perjudiciales para los consumidores.

A fin de promover el desarrollo sostenible, los gobiernos, los organismos internacionales y las empresas deben colaborar en el desarrollo, la transferencia y la difusión de una tecnología ecológicamente racional, por ejemplo logrando que los países desarrollados presten el apoyo financiero necesario con ese fin, y también deben establecer mecanismos nuevos e innovadores para

financiar la transferencia de esa tecnología entre todos los países, en particular hacia los países en desarrollo y los países con economías en transición y entre esos países.

Los gobiernos y las organizaciones internacionales, cuando proceda, deben promover y facilitar la creación de capacidad en la esfera del consumo sostenible, sobre todo en los países en desarrollo y los países con economías en transición. En particular, los gobiernos deben también facilitar la cooperación entre los grupos de consumidores y otras organizaciones pertinentes de la sociedad civil, con miras a fomentar la capacidad en esa esfera.

Los gobiernos y los órganos internacionales, cuando proceda, deben promover los programas de educación e información del consumidor.

Los gobiernos deben esforzarse porque las políticas y las medidas adoptadas para proteger al consumidor se apliquen de manera que no se conviertan en barreras para el comercio internacional y sean compatibles con las obligaciones de ese comercio.

✓ Carta Europea de Protección al Consumidor.

Históricamente, el primer reconocimiento, explícito y completo, que emana de una organización política internacional y que pretende conseguir una mejor coordinación, al tiempo que un aumento de las medidas de protección de los consumidores, es el de la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa. La idiosincrasia de los europeos se traduce en un alto desarrollo socio político que fundamenta a movimientos de consumidores bien organizados, los cuales ejercen un elevado control y del cual emanan legislaciones que protegen a los intereses colectivos.

El 17 de mayo de 1973, la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa aprobó una Carta de Protección al Consumidor que invitaba a los gobiernos de los países miembros a actuar en una serie de ámbitos prioritarios. La Carta reúne las disposiciones relativas a los derechos de los consumidores en general, a su protección contra daños físicos provocados por productos peligrosos, a la protección de sus intereses económicos, la educación, información y la representación de los consumidores y a los modos de reparación por daños ocasionados, tratando por supuesto, de no irrespeter los regímenes jurídicos de los países miembros, sino de formar un criterio unánime tras el fortalecimiento de la protección al consumidor, misma que constituye el ideal común para los europeos.

Esta normativa somete a los países miembros a un principio de codificación de las reglas destinadas a asegurar al consumidor una mínima protección, con el fin de guiarles en la formulación de su política nacional de consumo. Más que una simple declaración de principios, la Carta se presenta como la primera manifestación de toma de conciencia a nivel europeo, de la necesidad de adoptar una política activa común a favor de los consumidores, misma que servirá de modelo para otras legislaciones internacionales, por reunir la misma, diversas formas de legislar que a través de la historia han estado indisolublemente relacionadas, aportando un rico y avanzado nivel cultural.

## **3.5. ORDENAMIENTO JURÍDICO**

### **3.5.1. Normativa Nacional**

Es el conjunto de leyes creadas por el estado, con el fin de establecer reglas de conducta y resolver una problemática determinada.

#### **3.5.1.1. Constitución de la República de El Salvador**

Las obligaciones de los Estados en materia de Protección a los Derechos de los Consumidores surgen de dos fuentes principales que están constituidas por el ordenamiento jurídico interno y las normas internacionales de protección a los derechos. Respecto al ordenamiento jurídico interno, la fuente fundamental de obligaciones para el Estado es la Constitución de la República por ser ésta la base sobre la cual se erigen las leyes secundarias y demás normas jurídicas que habrán de regular el funcionamiento del Estado.

En la Constitución de la República de El Salvador, el Art. 1<sup>46</sup> Inc. 2<sup>o</sup> establece de forma genérica que es obligación del Estado asegurar a los habitantes el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social.

Por otra parte, el artículo 2<sup>47</sup> Inc. 1<sup>o</sup> hace referencia a que toda persona

---

<sup>46</sup> Artículo 1 Inciso 2<sup>o</sup> “... En consecuencia, es obligación del Estado asegurar a los habitantes de la República, el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social”. Constitución de la República de El Salvador, 1983.

<sup>47</sup> Artículo 2 Inciso 1<sup>o</sup> “Toda persona tiene derecho a la vida, a la integridad física y moral, a la libertad, a la seguridad, al trabajo, a la propiedad y posesión, y a ser protegida en la conservación y defensa de los mismos...” Constitución de la República de El Salvador, 1983.

tiene derecho a *la propiedad*, es decir a usar, gozar y disfrutar de las cosas que son nuestras, con las limitantes que establece la Constitución y las leyes secundarias; a *la posesión*, respecto a tener bienes materiales y a la vez a la protección por parte del Estado para garantizar el ejercicio, el goce, la conservación y la defensa de nuestros derechos.

El Art. 69<sup>48</sup> señala que el Estado esta en la obligación de suministrar los recursos necesarios e indispensables para el control permanente de la calidad de los productos, ya sean químicos, farmacéuticos y veterinarios, por medio de organismos de vigilancia. Que para el caso será la Defensoría del Consumidor, según lo expresado en el Art. 6 de la Ley de Protección al Consumidor.

El Art. 101<sup>49</sup> regula la obligación del Estado de velar por el bienestar de los consumidores. El Orden Económico se basa en el sistema de libre mercado o capitalismo. Sin embargo, debe responder a principios de justicia social, es decir, debe fomentar la igualdad real de todos y especialmente amparar a las personas económicamente débiles frente a los económicamente poderosos.

El desarrollo económico es el proceso de evolución y crecimiento de la riqueza del país; su objetivo debe ser el mejoramiento de las condiciones de

---

<sup>48</sup> Artículo 69 “ El Estado proveerá los recursos necesarios e indispensables para el control permanente de la calidad de los productos químicos, farmacéuticos y veterinarios, por medio de organismos de vigilancia.

Así mismo el Estado controlará la calidad de los productos alimenticios y las condiciones ambientales que puedan afectar la salud y el bienestar”. Constitución de la República de El Salvador, 1983.

<sup>49</sup> Artículo 101 “El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna de ser humano. El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad, y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores”. Constitución de la República de El Salvador, 1983.

vida de las personas.

El Art. 110<sup>50</sup> Inc. 2° garantiza la libertad empresarial y proteger al consumidor, y prohíbe las prácticas monopolísticas. Entendiéndose que Monopolio es el aprovechamiento y control por parte de una sola persona o empresa y en forma exclusiva, de la producción y comercialización de un producto o servicio dentro del mercado. En nuestro país no están permitidas este tipo de prácticas monopólicas, caso contrario, atentarían en gran manera los intereses de los consumidores.

### **3.5.1.2. Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento**

Esta ley<sup>51</sup> es el instrumento jurídico a disposición de los consumidores salvadoreños, para respaldar sus derechos como participantes en el mercado de bienes y servicios. A nivel de Latinoamérica es una de las leyes más completas.

Este compendio legal podrá hacerse efectivo a través de la creación de condiciones imponderables para el incremento en la producción de bienes, así como también propiciar el resguardo de los consumidores ante los distintos abusos y arbitrariedades que se cometen en el mercado y de los cuales pueden ser el centro. Desde esta perspectiva jurídica, se decretó la

---

<sup>50</sup> Artículo 110 Inciso 2o “A fin de garantizar la libertad empresarial y proteger al consumidor, se prohíben las prácticas monopolísticas...”. Constitución de la República de El Salvador, 1983.

<sup>51</sup> La actual Ley de Protección al Consumidor, aprobada por Decreto Legislativo No. 776, de fecha 18 de agosto de 2005, publicada en el Diario Oficial No. 166, Tomo 368 de fecha 8 de septiembre de 2005 considerando el principio básico que regula la naturaleza y el funcionamiento del Sistema de Protección al Consumidor que lo encontramos plasmado en el artículo 101 Inc. 2° de la Constitución de la República que literalmente dice: “El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores”.

Ley de Protección al Consumidor, que tiene como objeto proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores. Así mismo tiene por objeto establecer el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y la Defensoría del Consumidor como institución encargada de promover y desarrollar la protección de los consumidores, disponiendo su organización, competencia y sus relaciones con los órganos e instituciones del Estado y los particulares, cuando requiera coordinar su actuación.

Por Disposición legal en el Artículo 57<sup>52</sup> de la Ley de Protección al Consumidor determina que La Defensoría del Consumidor, es la entidad encargada de aplicar la presente ley y de coordinar la acción con las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de la misma. También, coordinará el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y podrá presentar propuestas al Órgano Ejecutivo en el ramo de economía, para la formulación de políticas de protección al consumidor y su plan de acción.

El ámbito de aplicación de la presente ley lo encontramos en el Artículo 2<sup>53</sup> y para efectos de la presente Ley los sujetos involucrados serán según el

---

<sup>52</sup> Artículo 57. “La Defensoría del Consumidor, en adelante "la Defensoría", es la entidad encargada de aplicar la presente ley y de coordinar la acción conjunta de las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de la misma. Además, coordinará el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y tendrá entre otras, la facultad de presentar propuestas al Órgano Ejecutivo en el ramo de economía, para la formulación de políticas de protección al consumidor y su plan de acción”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

<sup>53</sup> Artículo 2. “Quedan sujetos a esta ley todos los consumidores y los proveedores, sean éstos personas naturales o jurídicas en cuanto a los actos jurídicos celebrados entre ellos, relativos a la distribución, depósito, venta, arrendamiento comercial o cualquier otra forma de comercialización de bienes o contratación de servicios”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

### Artículo 3<sup>54</sup> consumidores o usuarios y proveedores

Los Derechos Básicos de los consumidores los encontramos en el Artículo 4<sup>55</sup> de la presente ley, en dicho artículo se nombran con detalle dichos derechos.

---

<sup>54</sup> Artículo 3. “Para efectos de la siguiente ley, se entenderá por: a) Consumidor o Usuario: toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien, reciba oferta de los mismos, cualquiera que sea el carácter público o privado, individual o colectivo de quienes los producen, comercialicen, faciliten, suministren o expidan; y b) Proveedor: toda persona natural o jurídica, de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, suministro, construcción, distribución, alquiler, facilitación, comercialización o contratación de bienes, transformación, almacenamiento, transporte, así como de prestación de servicios a consumidores, mediante el pago de precio, tasa o tarifa. Para efectos de esta ley, también quedan sujetas las sociedades nulas, irregulares o de hecho, respondiendo solidariamente cualquiera de sus integrantes. Así mismo, será considerado proveedor, quien, en virtud de una eventual contratación comercial, entregue a título gratuito bienes o servicios.

En caso que el consumidor fuere el Estado, el Municipio o cualquier entidad pública, para la solución de las controversias que se susciten a consecuencia de la contratación respectiva, se estará a lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y otras leyes que fueren aplicables”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

<sup>55</sup> Artículo 4. “Sin perjuicio de los demás derechos que se deriven de la aplicación de otras leyes, los derechos básicos de los consumidores son los siguientes: a) Recibir del proveedor la información completa, precisa, veraz, clara y oportuna que determine las características de los productos y servicios a adquirir, así como también de los riesgos o efectos secundarios, si los hubiere; y de las condiciones de la contratación; b) Ser protegido contra la publicidad engañosa o falsa, en los términos establecidos en el inciso cuarto del Art. 31 de esta ley; c) Adquirir los bienes o servicios en las condiciones o términos que el proveedor ofertó públicamente; d) Ser educado e informado en materia de consumo, especialmente de lo establecido en el Art. 7, literal e) de esta ley; así como a agruparse en asociaciones de consumidores para la protección de sus intereses y a participar en el Sistema Nacional de Protección al Consumidor; e) La libertad de elección y trato igualitario en similares circunstancias, sin discriminación o abuso de ninguna clase; f) Ser protegido contra los riesgos de recibir productos o servicios que en condiciones normales o previsibles de utilización, pongan en peligro su vida, salud o integridad; g) Reclamar y recibir compensación en el caso de que los productos o servicios sean entregados en calidad, cantidad o forma diferente de la ofrecida, pudiendo elegir cualquiera de las siguientes opciones: la reparación del bien, exigir el cumplimiento de la oferta si esto fuere posible, a la reducción del precio, tasa o tarifa del bien o servicio, aceptar a cambio un producto o servicio diferente al ofrecido o la devolución de lo que hubiese pagado; h) Acceso a los órganos administrativos establecidos para ventilar los reclamos por violaciones a sus derechos, mediante un proceso simple, breve y gratuito; i) Defensa de sus derechos en procedimientos administrativos de solución de conflictos, con la inversión de la carga de la prueba a su favor, cuando se trate de la prestación de servicios públicos; j) Ser protegidos de prácticas abusivas y de la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos; k) Reclamar por vía judicial o a través de los distintos medios alternativos de solución de conflictos, la reparación de daños y perjuicios sufridos por deficiencia, mala calidad o retraso en la entrega de los bienes o servicios adquiridos; y l) Lectura completa y explicaciones de

### 3.5.1.3. Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor.

Este Reglamento fue creado con el objeto de asegurar la aplicación de la referida Ley, es necesario dictar las disposiciones reglamentarias pertinentes que desarrollen especialmente la forma de hacer efectivos derechos del consumidor que requieran un desarrollo para su aplicación; aspectos organizativos de la Defensoría del Consumidor; desarrollo de los procedimientos contenidos en la Ley; Sistema Nacional de Protección al Consumidor y demás aspectos en que la Ley remite a un desarrollo reglamentario.

A manera de ejemplo podemos citar el Art. 22<sup>56</sup> de la Ley de Protección al Consumidor cuando se refiere a los contratos de adhesión, este Reglamento

---

todas las obligaciones y condiciones estipuladas en el contrato y sus anexos, a las cuales se comprometen cumplir las partes”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

<sup>56</sup> Artículo 22. “En el caso de los contratos de adhesión y sus anexos, redactados en formularios impresos mediante cualquier procedimiento, deberán ser escritos en términos claros, en idioma castellano, impresos con caracteres legibles a simple vista y en ningún caso podrán contener remisiones a textos o documentos que no se entregan al consumidor, previa o simultáneamente a la celebración del contrato, salvo que la remisión sea a cualquier ley de la República.

De todo contrato y sus anexos deberá entregarse copia al consumidor. Los formularios estarán a disposición de los consumidores, quienes tendrán derecho a conocerlos antes de suscribirlos, para lo cual los proveedores deberán facilitar su obtención mediante impresos o cualquier otro medio.

La Defensoría del Consumidor podrá proceder al retiro de los formularios cuando se determine, previa audiencia al proveedor, que éstos contienen cláusulas abusivas.

Los proveedores de servicios financieros depositarán los formularios en la institución encargada de su fiscalización y vigilancia, la que verificará conjuntamente con la Defensoría del Consumidor, en un plazo no mayor a treinta días contados a partir del respectivo depósito, que cumplen lo correspondiente a derechos del consumidor, haciendo en su caso, dentro de dicho plazo, las observaciones pertinentes. Caso contrario se entenderá que los formularios cumplen con la correspondiente normativa y en consecuencia pueden ser utilizados por los proveedores.

Lo dispuesto en este artículo se desarrollará en el Reglamento de esta ley”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

viene a ampliar lo estipulado en la Ley de Protección al Consumidor, ya que especifica el trámite de fiscalización y retiro de los formularios que contengan cláusulas abusivas así el Artículo 11<sup>57</sup> para efectos de hacer efectiva la potestad contemplada en el inciso tercero del Artículo 22 de la Ley, en caso de que la Defensoría de Protección al Consumidor conozca de la inclusión de datos falsos en los productos que puedan inducir a engaño con relación al origen, calidad, cantidad, contenido, precio, garantía, uso o efectos de los mismos podrá hacer las investigaciones del caso, para lo cual podrá realizar inspecciones, revisar documentos y nombrar peritos, así lo dispone el Art. 19 del Reglamento.

Y de acuerdo al Art. 5<sup>58</sup> del Reglamento de la Defensoría de Protección al Consumidor podrá practicar inspecciones o auditorias, para verificar si se ha incurrido o no en lo establecido en el Art. 18<sup>59</sup> Literal b) de la Ley de

---

<sup>57</sup> Artículo 11. “Para efectos de hacer efectiva la potestad contemplada en el inciso tercero del artículo 22 de la Ley de la Defensoría podrá hacer uso de su potestad de verificación y revisar los contratos de adhesión de todo el que se considere proveedor conforme a la ley, quienes deberán prestar toda la colaboración necesaria.

Si en la revisión de los contratos se advirtiere la existencia de cláusulas que se consideren abusivas conforme a la ley, notificará tal circunstancia al proveedor para que se pronuncie al respecto dentro del término de cinco días contados a partir del día siguiente a la notificación.

Si consideradas las argumentaciones del proveedor se establece que las cláusulas tienen el carácter de abusivas, se le prevendrá que subsane tal circunstancia dentro del término de quince días contados a partir del siguiente a la notificación. Si la prevención no fuere cumplida, se prohibirá el uso de los formularios y se procederá al retiro de los mismos, sin perjuicio de la posibilidad que el Presidente de la Defensoría inicie un procedimiento sancionatorio para imponer la sanción o sanciones que correspondan”. Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. 2006.

<sup>58</sup> Artículo 5. “Cuando se trate de contratos de adhesión, todo proveedor tendrá las siguientes obligaciones: a) Deberá poner a disposición de los consumidores los formularios de los contratos, a fin que estos puedan conocerlos antes de suscribirlos, debiendo facilitar su obtención mediante impresos o cualquier otro medio. b) Deberá permitir al consumidor la lectura detallada del contrato antes de la suscripción, o facilitar que le sea leído por la persona que el consumidor designe, si no pudiese hacerlo

Protección al Consumidor Condicionar cuando se refiere a la contratación, sobre la firma en blanco letras de cambio, pagarés, facturas o cualquier otro documento de obligación u otro considerado como anexo del contrato por el consumidor; salvo que, tratándose de títulos valores, los requisitos omitidos los presuma expresamente la ley. Las letras de cambio y pagarés deberán contener como mínimo, el nombre del deudor, el monto de la deuda, la fecha y lugar de emisión.

#### **3.5.1.4. Código de Comercio.**

Los Artículos del Código de Comercio, que se relacionan con el tema de Protección al Consumidor son:

El Art. 489<sup>60</sup> inciso segundo que señala sobre pactos que conduzcan al establecimiento de monopolios, o perjudiquen a la economía nacional o a los derechos de terceros, los perjudicados tendrán acción para que judicialmente se declaren resueltos tales pactos.

---

por sí mismo. Y c) Deberá proporcionarle copia del contrato y sus anexos”. Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. 2006.

<sup>59</sup> Artículo 18. “...b) Condicionar la contratación a que el consumidor firme en blanco letras de cambio, pagarés, facturas o cualquier otro documento de obligación, u otro considerado como anexo del contrato; salvo que , tratándose de títulos valores, los requisitos omitidos los presuma expresamente la ley.

Para los efectos de este literal, las letras de cambio y pagarés deberán contener como mínimo el nombre del deudor, el monto de la deuda, la fecha y lugar de emisión....” Ley de Protección al Consumidor. 2005.

<sup>60</sup> Artículo 489 inciso segundo. “... No obstante lo anterior, Cuando los pactos referidos conduzcan al establecimiento de monopolios, o perjudiquen a la economía nacional o a los derechos de terceros, los perjudicados tendrán acción para que judicialmente se declaren resueltos tales pactos...”. Código de Comercio. 1970.

El Artículo 491<sup>61</sup> establece que se consideran actos de competencia desleal, entre otros, el engaño al público mediante la utilización de falsas indicaciones acerca del origen o calidad de los productos y servicios y la difusión de noticias que influyan en el consumidor. Esto en virtud al Derecho que tiene todo consumidor y usuario a ser debidamente informado de las condiciones de los productos o servicios que reciban o adquieran. Los Artículos 970<sup>62</sup> y 971<sup>63</sup> regulan la obligación del comerciante de mantener firme una oferta

---

<sup>61</sup> Artículo 491. “Se considera competencia desleal la realización de actos encaminados a atraerse clientela indebidamente. En especial los siguientes:

I. Engaño al público en general, o a personas determinadas, mediante: a) El soborno de los empleados del cliente para inducirlo a error sobre los servicios o productos suministrados. b) Utilización de falsas indicaciones acerca del origen o calidad de los productos o servicios, o acerca de premios y distinciones obtenidas por los mismos. c) Empleo de envases, inscripciones o cualesquiera otros medios que atribuyan apariencia de genuinos a productos falsificados o adulterados. d) Propagar, acerca de las causas que tiene el vendedor para ofrecer condiciones especiales, noticias falsas que sean capaces de influir en el propósito del comprador, como anunciar ventas, precedentes de liquidaciones, quiebras o suspensiones sin que existan realmente. Las mercancías compradas en una quiebra, suspensión o liquidación no podrán ser revendidas con anuncio de aquellas circunstancias. Solo pueden anunciarse como ventas de liquidación las que resulten de la extinción de la empresa, del cierre de un establecimiento o sucursal o de la terminación de actividades en uno de sus ramos. e) Efectuar realizaciones en las que los artículos puestos a la venta no lo sean a precios que impliquen una rebaja efectiva respecto a los precios anteriores.

II. Perjudicar directamente a otro comerciante, sin infringir obligaciones contractuales para con el mismo, por medio de: a) Uso indebido de nombres comerciales, emblemas, muestras, avisos, marcas, patentes y otros elementos de una empresa o de sus establecimientos. b) Propagación de noticias capaces de desacreditar los productos o servicios de otra empresa. c) Sobornos de los empleados de otro comerciante para que le retiren la clientela. d) Obstaculización del acceso de la clientela al establecimiento de otro comerciante. e) Comparación directa y pública de la calidad y los precios de las propias mercancías o servicios, con los que otros empresarios señalados nominativamente o en forma que haga notoria su identidad.

III. Perjudicar directamente a otro comerciante faltando a los compromisos contraídos en un pacto de limitación de competencia.

IV. Aprovechar los servicios de quien ha roto sus contratos de trabajo a invitación del comerciante que le dé nuevo empleo. A este efecto, salvo prueba en contrario, la invitación se presume hecha por quien utiliza los servicios de la persona que se halla en este caso.

V. Cualesquiera otros actos similares encaminados directa o indirectamente a desviar la clientela de otro comerciante”. Código de Comercio. 1970.

<sup>62</sup> Artículo 970. “ La oferta al público de mercancías en catálogos o en cualquiera otra forma de publicidad, obliga al comerciante que la hace a lo que esté expresamente indicado; y la exposición de tales cosas, en escaparates o salones, obligará a la venta de los objetos que tengan marcado el precio y, en su caso, las condiciones del negocio”. Código de Comercio. 1970.

<sup>63</sup> Artículo 971. “El que por anuncios u ofrecimientos hechos al público, se comprometen alguna

durante el tiempo que se haya obligado y de cumplir lo prometido al consumidor a través de anuncios, ofrecimientos y en la publicidad. La Ley de Protección al Consumidor busca prevenir los intereses de los consumidores ante un anuncio o comunicación que pueda inducir a engaño, errores o confusión.

En el Artículo 31<sup>64</sup> se establece que la publicidad engañosa o falsa de la oferta, promoción y publicidad de los bienes o servicios, deberán establecerse en forma clara y veraz, de tal manera que no den lugar a duda

---

prestación a favor de quien llene determinada condición o desempeñe ciertos servicios, contrae la obligación de cumplir lo prometido”. Código de Comercio. 1970.

<sup>64</sup> Artículo 31.”La oferta, promoción y publicidad de los bienes o servicios, deberán establecerse en forma clara y veraz, de tal manera que no den lugar a duda al consumidor en cuanto al origen, calidad, cantidad, contenido, precio, tasa o tarifa, garantía, uso, efectos y tiempo de entrega de los mismos.

Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o falsa, por incidir directamente sobre la libertad de elección y afectar los intereses y derechos de los consumidores.

Se considerará publicidad engañosa o falsa, cualquier modalidad de información o comunicación de carácter publicitario total o parcialmente falsa o que de cualquier otro modo, incluso por omisión, sea capaz de inducir a error, engaño o confusión al consumidor, respecto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio, tasa o tarifa y cualquier otro dato sobre el bien o servicio ofrecido.

La responsabilidad por publicidad engañosa o falsa recaerá sobre el proveedor o anunciante que haya ordenado su difusión, no sobre la agencia o agente de publicidad que contrate la pauta, ni sobre el medio que la difunda. Para mejor proveer, la Defensoría del Consumidor solicitará opinión al Consejo Nacional de la Publicidad, la cual no tendrá carácter vinculante.

Iniciado el procedimiento sancionatorio, el Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor podrá, como medida cautelar, suspender de inmediato la publicidad que se considere engañosa o falsa”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

al consumidor en cuanto al origen, calidad, cantidad, contenido, precio, tasa o tarifa, garantía, uso, efectos y tiempo de entrega de los mismos. Quedando prohibidas las formas de publicidad engañosa o falsa, por incidir directamente sobre la libertad de elección y afectar los intereses y derechos de los consumidores.

Se considerará publicidad engañosa o falsa, cualquier modalidad de información o comunicación de carácter publicitario total o parcialmente falsa o que de cualquier otro modo, incluso por omisión, si es capaz de inducir a error, engaño o confusión al consumidor, respecto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio, tasa o tarifa y cualquier otro dato sobre el bien o servicio ofrecido.

La responsabilidad por publicidad engañosa o falsa recaerá sobre el proveedor o anunciante que haya ordenado su difusión, no sobre la agencia o agente de publicidad. En estos casos la Defensoría del Consumidor solicitará opinión al Consejo Nacional de la Publicidad, la cual no tendrá carácter vinculante.

Iniciado el procedimiento sancionatorio, el Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor podrá, como medida cautelar, suspender de inmediato la publicidad que se considere engañosa o falsa.

La Regulación de las Ventas a Plazos de bienes muebles se establecen en el Artículo 1038<sup>65</sup> del Código de Comercio, y en la Ley de Protección al

---

<sup>65</sup> Artículo 1038. “Se denomina venta a plazos de bienes muebles, aquella en que se conviene que el dominio no será adquirido por el comprador, mientras no haya pagado la totalidad o parte del precio, o cumplido alguna condición.

Para gozar de los beneficios que otorga a los contratotes este Capítulo, será necesario inscribir el contrato en el Registro de Comercio, y que el valor del mismo contrato será superior a un mil colones”. Código de Comercio. 1970.

Consumidor se encuentra tipificado en el Artículo 13<sup>66</sup> Las compras al crédito o compraventas a plazos de bienes muebles, como las denomina el Código de Comercio son definidas como aquellas en las que se acuerda que el dominio de los bienes será adquirido por el comprador hasta que se haya pagado la totalidad del bien parte del precio, o cumplido alguna de la condición para una entrega diferida.

Algunas de estas disposiciones legales contienen un limitado reconocimiento a los consumidores como sujetos de derecho, estableciendo reglas a las que se deben someter las actividades mercantiles.

### **3.5.1.5. Código Penal.**

---

<sup>66</sup> Artículo 13. “Si al momento de efectuarse la contratación entre presentes, no se entrega el bien o no se presta el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes, en el que se hará constar el lugar y la fecha en que se entregará, y las consecuencias del incumplimiento o retardo. En el caso de servicios, el comprobante debe indicar los componentes o materiales que se emplearán, el precio de los mismos y de la mano de obra, en su caso.

Si no se hubieren dispuesto las consecuencias del incumplimiento o retardo de parte del proveedor, el consumidor tendrá derecho a ser indemnizado por aquel en cantidad no menor del interés legal en materia mercantil sobre el valor del bien o servicio que se debe.

La mora del proveedor da derecho al consumidor a renunciar a que se le entregue el bien o se le preste el servicio, debiendo el proveedor reintegrar lo pagado e indemnizar al consumidor en la cuantía establecida en el inciso anterior.

Si el consumidor desistiere del contrato celebrado, el proveedor deberá reintegrar lo pagado, pudiendo retener en concepto de gastos administrativos una cantidad equivalente al interés legal e materia mercantil sobre el valor del bien o servicio.

En ningún caso el precio pactado al momento de la firma del contrato podrá ser modificado unilateralmente por cualquiera de las partes, salvo que acordaren éstas lo contrario”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

El actual Código Penal, tipifica como delitos y faltas actuaciones de personas naturales y jurídicas que, directa o indirectamente, atentan contra los intereses de los consumidores cometidos en el ámbito del ejercicio de actividades comerciales o de otra índole.

Los delitos relativos al mercado, la libre competencia y la protección del consumidor, son:

- *El Acaparamiento* contenido en el Artículo 233<sup>67</sup>, entendiéndose por este el almacenamiento, sustracción o retención fuera del comercio normal, de artículos o productos de primera necesidad, lo cual provoca el alza inmoderada de los precios.

- *La Venta a Precio Superior*, lo encontramos en el Artículo 234<sup>68</sup>, según el cual se considera delito la venta de los productos a precios superiores al contenido en viñetas o etiquetas, listas, rótulos o letreros.

- Si se alterare el uso de pesas o medidas lo encontramos regulado en el

---

<sup>67</sup> Artículo 233. “El que almacenare, sustrajere o retuviere fuera del comercio normal, artículos o productos de primera necesidad, provocando o pudiendo provocar el alza inmoderada de los precios, a juicio de la autoridad administrativa competente, será sancionado con prisión de uno a tres años.

Cuando cometiere el delito en estado de emergencia nacional o de calamidad pública, será sancionado con prisión de tres a cinco años”. Código Penal. 1997

<sup>68</sup> Artículo 234. “ El que vendiere bienes o prestare servicios a precio superior al que constare en la etiquetas, rótulos, letreros o listas elaboradas por el productor o distribuidor o prestador de servicios, será sancionado con prisión de seis meses a dos años y multa de cincuenta a cien días multa.

Si el hecho se cometiere en época de conmoción o de calamidad pública, podrá aumentarse la pena hasta en una tercera parte de su máximo”. Código Penal. 1997.

Artículo 235<sup>69</sup>.

- El *Agiotaje* que consiste en producir desequilibrios en el mercado interno de mercancías, salarios, valores o títulos negociables, a través de la divulgación de hechos falsos exagerados o tendenciosos o emplear otros artificios fraudulentos, será sancionado de conformidad al Artículo 236<sup>70</sup>.

- El Artículo 237<sup>71</sup> sanciona la *propagación de hechos falsos* o el uso de cualquier maniobra o artificio con el propósito de conseguir el alza de sustancias alimenticias o artículos de primera necesidad.

- *La competencia desleal, la desviación fraudulenta de clientela y las ventas ilícitas* son tipificadas en los Artículos 238<sup>72</sup>, 239<sup>73</sup> y 240<sup>74</sup>

---

<sup>69</sup> Artículo 235. “El que en ejercicio de actividades mercantiles, usare pesas o medidas alteradas, será sancionado con prisión de seis meses a un año y multa de treinta a cincuenta días multa”. Código Penal. 1997.

<sup>70</sup> Artículo 236. “El que divulgare hechos falsos, exagerados o tendencioso o empleare cualquier artificio fraudulento que pudiere producir desequilibrio en el mercado interno de mercancías, salarios, valores o títulos negociables, será sancionado con prisión de seis meses a dos años y multa de cincuenta a cien días multa.

Si el hecho se cometiere en época de conmoción o de calamidad pública, podrá aumentarse la pena hasta en una tercera parte de su máximo”. Código Penal. 1997.

<sup>71</sup> Artículo 237. “El que propalare hechos falsos o usare cualquier maniobra o artificio para conseguir el alza de los precios de sustancias alimenticias o artículos de primera necesidad, será sancionado con prisión de seis meses a un año y multa de treinta a cincuenta días multa.”. Código Penal. 1997.

<sup>72</sup> Artículo 238. “El que propalare hechos falsos o utilizare cualquier otro medio fraudulento capaz de ocasionar grave perjuicio a un competidor, con e fin de obtener para sí o un tercero una ventaja indebida, será sancionado con prisión de seis meses a dos años.

Para iniciar el proceso se atenderá a los dispuesto en e artículo 47 del Código de Comercio”. Código Penal. 1997.

respectivamente.

### **3.5.1.6. Código Municipal.**

El Artículo 58<sup>75</sup> de la Ley de Protección al Consumidor establece en el Literal c) la facultad de la Defensoría de Protección al Consumidor de fijar y modificar los precios máximos de los bienes intermedios y finales de uso o de consumo en caso de emergencia nacional.

El Artículo 4<sup>76</sup> del Código Municipal le concede competencia a los municipios de supervisar precios, pesas, medidas y calidades; competencia que a la vez tiene la Defensoría de Protección al Consumidor, con la diferencia que la municipalidad tiene una competencia limitada por razón de la jurisdicción del municipio, en cambio la Defensoría tiene facultad y competencia en toda la República de El Salvador, no sólo para supervisar sino para fijar, modificar

---

<sup>73</sup> Artículo 239. “El que propalare hechos falsos o utilizare cualquier medio fraudulentos para desviar, en provecho propio o de un tercero, la clientela de algún establecimiento comercial o industrial, será sancionado con multa de cincuenta cien días multa”. Código Penal. 1997.

<sup>74</sup> Artículo 240. “El que época de escasez, conmoción o calamidad pública, pusiere en venta o de cualquier manera negociare con bienes recibidos para ser distribuidos gratuitamente, será sancionado con prisión de seis meses a dos años.

Si el autor fuere funcionario o empleado público, y el hecho se ejecutare con razón de sus funciones, se le inhabilitará en el respectivo cargo o empleo por igual tiempo”. Código Penal. 1997.

<sup>75</sup> Artículo 58. “La Defensoría tendrá las competencias siguientes: ... c) Fijar y modificar los precios máximos de los bienes intermedios y finales de uso o de consumo y de lo servicios en caso de emergencia nacional, siempre que se trate de productos y servicios esenciales...”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

<sup>76</sup> Artículo 4. “Compete a los Municipios: ...2. Actuar en colaboración con la Defensoría del Consumidor en la salvaguarda de los intereses del consumidor, de conformidad a la ley...” Reforma D. L. No. 929, del 20 de diciembre de 2005, D: O. No. 12, Tomo No. 370, del 18 de enero de 2006, Código Municipal. 1986.

y sancionar el incumplimiento a la misma. Por lo que la Municipalidad es un auxiliar de la Defensoría de Protección al Consumidor. Asimismo es función del Consejo Municipal velar por el bienestar de los habitantes de su respectiva jurisdicción, constituyéndose en el encargado de la rectoría y gerencia del bien común local, facultado para tomar decisiones y crear los mecanismos legales convenientes gozando del poder, autoridad y autonomía; entre ellos, el de elaborar ordenanzas municipales.

### **3.6. Rol que Desempeñan los Organismos Jurídico – Políticos en la Globalización sobre los Derechos del Consumidor**

#### **3.6.1. Globalización.**

Es un proceso de una naturaleza económica y política caracterizado por la expansión del comercio internacional y el desarrollo de un mercado global, basado en una estructura de producción post industrial; la creciente homogeneidad de estándares culturales y estándares de consumo; el debilitamiento de la idea del Estado-Nación para el beneficio de los agentes económicos del nuevo mercado global; y desarrollo de bloques comerciales.

Las implicaciones para el derecho del consumidor y la regulación de la sociedad de servicios son múltiples, por esta razón, hay una creciente necesidad de Instituciones administrativas reguladoras y controladoras, en particular para monitorear los abusos cometidos en áreas de servicios al consumidor claramente relacionales tales como: seguro de salud, servicios bancarios, seguridad social o control de calidad de productos que involucran alta tecnología como los productos farmacológicos, cosméticos, electrónicos, etc.

En este sentido, el derecho del consumidor en un mundo globalizado y post industrial indica la creciente necesidad y relevancia de Instituciones como La Defensoría del Consumidor y el Centro para la Defensa del Consumidor. En esta perspectiva, el futuro del derecho del consumidor se mueve hacia un reforzamiento de estas Instituciones reguladoras y del Estado Administrador. Esta tendencia aparentemente choca con la visión más simplista y eufórica de globalización en gran parte, consolidada en el conjunto de políticas económicas conocidas como el Consenso de Washington.<sup>77</sup>

Sin embargo, todavía no es claro cual será el impacto de estas nuevas agencias en el mundo legal, dadas sus incontables innovaciones respecto de:

- a) la definición de la función de dictar normas y la tradición jurídica liberal todavía agarrada a una visión rígida de la separación de poderes;
- b) los límites al control judicial de la función reguladora;
- c) la definición de la misma naturaleza decisoria administrativa de algunas Instituciones y de la Defensoría del Consumidor;
- d) la forma de articulación y coordinación de Instituciones reguladoras (un tema en los Estados Unidos llamado “jurisdicciones primarias”);
- e) la existencia de competencias superpuestas en áreas tales como defensa del consumidor como así también, competencia entre nuevos agentes administrativos y el poder judicial;
- f) la falta de una definición clara de los deberes de transparencia y de responsabilidad de estas Instituciones.

---

<sup>77</sup> ¿Qué es la globalización? [www.yale.edu/display.article.id=5852](http://www.yale.edu/display.article.id=5852)

No es difícil prever que la tendencia de hoy en día es paralela al proceso que ocurrió en la Comunidad Europea, en la cual las directivas fueron implementadas dirigiéndose a la estandarización del derecho del consumidor de los países miembros.<sup>78</sup>

Podríamos concluir que la globalización despierta nuevos e importantes desafíos para la regulación y el derecho del consumidor. Estos desafíos están relacionados a los profundos cambios en la estructura productiva dominante, a los mercados de consumo, a los nuevos procesos de exclusión social y económica, ocasionados por el dualismo del moderno capitalismo y sus impactos en el conocimiento jurídico contemporáneo. El mayor desafío es no aceptar a la globalización como un proceso homogéneo, impuesto por una lógica histórica necesaria, sino como un momento del capitalismo moderno, que ofrece nuevas perspectivas para arreglos alternativos institucionales. Debemos confiar la imaginación institucional y legal de los abogados, para diseñar instrumentos jurídicos eficientes para la protección de los consumidores contra nuevas y antiguas amenazas. Así como la sociedad de consumo de servicios crea nuevos problemas, también demanda soluciones innovadoras<sup>79</sup>.

### **3.6.2. Ente Gubernamental de Protección al Consumidor-Defensoría del Consumidor.**

El Sistema de Protección al Consumidor en nuestro país descansa

---

<sup>78</sup> Idem.

<sup>79</sup> Idem.

fundamentalmente sobre la Institucionalidad de la Defensoría del Consumidor, entidad creada como una institución del Gobierno de la República, con la personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía en lo administrativo y presupuestario. Se regirá por lo dispuesto en la ley y el reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y además de leyes especiales aplicables en la materia. Con respecto a la creación de la Defensoría del Consumidor la encontramos en Art.56<sup>80</sup> de la Ley de Protección al Consumidor.

La Defensoría del Consumidor es la que se encarga de aplicar las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento, es decir el ejercicio de las facultades que la Ley le concede, las cuales no se limitan simplemente a la investigación y sanción de infracciones, sino a implementar acciones de prevención y solución de conflictos.

#### **3.6.2.1. Rol que Desempeña la Defensoría del Consumidor.**

La Ley de Protección al Consumidor establece como objeto salvaguardar el interés de los consumidores mediante el establecimiento de normas que los protejan del fraude o abuso dentro del mercado y que promuevan al mismo tiempo la sana competencia entre las empresas.

Para tal efecto, la Ley en el Título I Capítulo I nos habla sobre la Protección

---

<sup>80</sup> Artículo 56. “Créase la Defensoría del Consumidor, como una institución descentralizada del Gobierno de la República, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía en lo administrativo y presupuestario. Se regirá por lo dispuesto en la presente ley y su reglamento, además de leyes especiales aplicables a la materia”. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

al Consumidor.

De conformidad al Art. 4 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y al Reglamento Interno del Ministerio de Economía, la Dirección de Protección al Consumidor, a partir de 1992 absorbió las funciones que le correspondían a la Dirección de Comercio Interno y de Estabilización de Precios. En agosto del año dos mil cinco se crea la Defensoría al Consumidor que absorbe las funciones de la Dirección General de Protección al Consumidor, las cuales son:

- Es la entidad encargada de aplicar la Ley.
- Coordinar la acción conjunta de las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de la Ley.
- Coordinar el Sistema Nacional de Protección al Consumidor.
- Tiene la facultad de presentar propuestas al Órgano Ejecutivo en el ramo de economía.
- Velar por los intereses y derechos de los consumidores.
- Fijar y modificar precios máximos de los bienes intermedios y finales de uso o de consumo y de los servicios en caso de emergencia. Etc.<sup>81</sup>

Además se le confieren las competencias siguientes:

---

<sup>81</sup> Artículo 57 de la Ley de Protección al Consumidor. 2005.

- a) Coordinar las acciones del Sistema Nacional de Protección al Consumidor, velando por el cumplimiento de los marcos normativos respectivos en esta materia;
- b) Velar por los derechos e intereses de los consumidores en las relaciones con los proveedores de bienes y prestadores de servicios;
- c) Fijar y modificar los precios máximos de los bienes intermedios y finales de uso o de consumo y de los servicios en caso de emergencia nacional, siempre que se trate de productos y servicios esenciales;
- d) Celebrar convenios con instituciones públicas o entidades privadas nacionales o extranjeras para facilitar el cumplimiento de los objetivos de esta ley;
- e) Promover la educación y la formación permanente de los consumidores, realizando actividades de información, organización y orientación en materia de consumo, con el objeto de prevenir las violaciones a los derechos de los consumidores;
- f) Realizar inspecciones, auditorias y requerir de los proveedores los informes necesarios para el cumplimiento de sus funciones;
- g) Acreditar árbitros institucionales e independientes en materia de consumo e instruir los procedimientos administrativos para la solución de controversias entre proveedores y consumidores y ejercer la potestad sancionadora según los alcances que la Constitución y las leyes establecen;
- h) Velar porque en los instrumentos utilizados en los contratos cumplan con las condiciones necesarias para no violentar los

derechos de los consumidores; pudiendo ordenar, previo procedimiento en el que se oirá al proveedor, el retiro inmediato de los formularios que no cumplan tales condiciones cuando se trate de contratos de adhesión;

i) Representar directamente o por medio de apoderados a los consumidores, en el ejercicio de sus derechos y facultades ante las instancias administrativas y judiciales;

j) Velar por el cumplimiento de las normas obligatorias de seguridad, información, etiquetado, calidad, pesos y medidas de los bienes y servicios que se comercializan en el mercado;

k) Organizar, recopilar y divulgar información para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los precios, tasas o tarifas y características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, y de las condiciones de contratación de los mismos, así como toda otra información de interés para los consumidores;

l) Administrar la base de datos relativos a denuncias y atención de consumidores de todos los organismos que forman parte del Sistema Nacional de Protección al Consumidor;

m) Realizar y promover investigaciones en el área de consumo;

n) Apoyar, fomentar y llevar un listado de las asociaciones de consumidores acreditadas dentro del Sistema Nacional de Protección del Consumidor;

o) Proponer a las instituciones competentes, la formulación de normas jurídicas o técnicas, en materia de protección al consumidor;

- p) Fomentar en los proveedores la adopción de normas y políticas orientadas a prevenir infracciones a esta ley, así como de una mejor atención al cliente y otorgar reconocimientos a las personas, empresarios o entidades que se distinguen en el respeto, protección y ayuda al consumidor, de conformidad con los criterios que se establezcan reglamentariamente;
- q) Promover que las entidades públicas y privadas que prestan servicios públicos elaboren Cartas de Derechos de los Usuarios y las den a conocer a éstos; y
- r) Las demás atribuciones y facultades que le confiera la ley.<sup>82</sup>

### **3.6.2.2. Servicios que presta la Defensoría del Consumidor.**

La Defensoría con la finalidad de aplicar la normativa de protección al consumidor y tutelar los intereses de éste, ofrece los servicios siguientes:

- Educar al Consumidor, divulgando en periódicos, radio, televisión y folletos conocimientos que le permitan mejorar sus hábitos de consumo y de esa forma mejorar la calidad de vida.
- Orientar e informar al Consumidor sobre el comportamiento de los precios y condiciones de los productos en el mercado.
- Realizar sondeos de precios, y abastecimiento de los precios y condiciones de los productos de la canasta de mercado, en especial los que se consideran estratégicos.

---

<sup>82</sup> Artículo 58 Ley de Protección al Consumidor. 2005.

- Controlar que los productos distribuidos estén debidamente etiquetados y con su fecha de vencimiento.
- Velar por que se cumplan las “ofertas” y promociones ofrecidas por el comercio.
- Dar seguimiento y resolver las denuncias que el consumidor presenta a la Defensoría del Consumidor, sobre bienes y servicios recibidos en condiciones diferentes a las pactadas.
- Divulgar la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento.
- Coordinar con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Ministerio de Agricultura y Ganadería y otros Organismos del Estado, la elaboración de Normas de Calidad de Productos Alimenticios y Supervisar la calidad de los mismos.

### **3.6.3. Ente no Gubernamental – Centro para la Defensa del Consumidor**

Es una Institución que vela por los derechos de los consumidores, la cual se caracteriza por ser no gubernamental, de utilidad pública, sin fines de lucro, apolítica, con carácter de servicio a la población salvadoreña que este siendo afectada en el cumplimiento de sus derechos como consumidores; en su calidad de organismo privado trabaja primordialmente por difundir y hacer valer los derechos de los consumidores contenidos en la Ley de Protección al Consumidor. Asimismo tiene como finalidad orientar y apoyar al

consumidor para lograr la promoción y el respeto de sus derechos.

### **3.6.3.1 Marco General del Centro para la Defensa del Consumidor**

La firma de los Acuerdos de Paz alcanzados por el Frente Farabundo Martí para La Liberación Nacional y el Gobierno de El Salvador, en enero de 1992 marcó la pauta para que los salvadoreños hoy en día avancemos hacia un proceso de consolidación de la democracia.

Como consecuencia de lo anterior se crearon instancias que trabajan a favor de los derechos sociales y humanos tales como: la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos; el Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer y el Menor, Instituto Salvadoreño de Protección al Menor.<sup>83</sup>

En este contexto, se propicia y fortalecen las bases para el respeto de los Derechos Humanos y la instauración de un nuevo orden político, jurídico y social; pese a estos esfuerzos, el país carecía de instancias que velaran por la Defensa de los Derechos de los Consumidores que contribuyeran a elevar la calidad de los productos y servicios que adquiriera la población.

Ante este vacío un grupo de personas interesadas en contribuir al establecimiento del estado de derecho y al desarrollo económico y social del

---

<sup>83</sup> Centro para la Defensa del Consumidor, *Consumo* - Derecho Número 1, Octubre – Noviembre, 1993

país fundan el Centro para la Defensa del Consumidor, el que se constituye legalmente.<sup>84</sup>

Posterior a la firma de los Acuerdos de Paz, el Centro de Defensa del Consumidor asume la iniciativa en la preparación y presentación a la Asamblea Legislativa del primer anteproyecto de Ley de Protección al Consumidor, que serviría de base para la discusión, elaboración de contrapropuestas y redacción del texto final de dicha ley en mayo de 1992. A finales de ese año y en medio de un contexto de mayor reconocimiento de la labor del Comité de Defensa del Consumidor, esta entidad se transformó en una Fundación de Utilidad Pública bajo el nombre de Centro para la Defensa del Consumidor.<sup>85</sup>

El Centro de Defensa del Consumidor, es miembro de la Organización Mundial de Asociaciones de Consumidores Consumers Internacional, a la cual ingresó en 1993, esto le ha dado la posibilidad de acceder a mayores recursos de carácter financiero y a la vez técnicos para el fortalecimiento institucional y adicionalmente le ha permitido asumir en el trabajo institucional la experiencia y principios rectores que orientan al movimiento consumista a nivel mundial.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> 20 de Noviembre de 1992, por medio del Decreto Ejecutivo N° 39 publicado en el Diario Oficial tomo 328, en Diciembre de 1992.

<sup>85</sup> Centro para la Defensa del Consumidor. *Antecedentes de la Ley de Protección al Consumidor*, 1996

<sup>86</sup> Centro para la Defensa del Consumidor. *Consumo* - Derecho Número 1, Octubre – Noviembre, 1993

### **3.6.3.2 Objetivos Principales del Centro para la Defensa del Consumidor.**

- Generar un esfuerzo de orientación educativa, participativa y permanente sobre los derechos de los consumidores.
- Realizar análisis e investigaciones sobre aspectos económicos y sociales de interés para los consumidores.
- Promover la creación y actualización de la legislación que proteja y garantice los derechos de los consumidores.
- Brindar asesoría a los consumidores.
- Promover en la población la unión y solidaridad como vías para resolver sus problemas a fines.
- Establecer lazos de cooperación con otras instituciones nacionales e internacionales.<sup>87</sup>

Para el desarrollo del trabajo el Centro de Defensa del Consumidor cuenta con las siguientes áreas:

---

<sup>87</sup> Idem,

- a) Jurídica
- b) Educación
- c) Comunicaciones
- d) Investigación
- e) Administración

La coordinación entre estas unidades hace posible que el Centro de Defensa del Consumidor logre orientar, promover y defender los derechos de los consumidores.<sup>88</sup>

### **3.6.3.3. Principales Actividades del Centro para la Defensa del Consumidor.**

- 1) Impulsa programas de orientación y educación al consumidor.
- 2) Realiza análisis e investigaciones sobre precios, calidad, pesas, medidas y aspectos económicos y sociales de interés para los consumidores.
- 3) Informa, asesora y capacita al consumidor en el conocimiento y ejercicio de sus derechos.
- 4) Revisa la legislación periódicamente e impulsa propuestas de

---

<sup>88</sup> Idem.

proyectos de ley en materia del consumidor.

- 5) Impulsa medidas de protección a la salud y el medio ambiente.
- 6) Defiende el interés de los consumidores ante instancias públicas y privadas.
- 7) Fomenta y apoya la creación de Comités o Juntas Directivas de Protección al Consumidor.
- 8) Realiza estudios y propuestas que conduzcan a elevar el poder adquisitivo de los consumidores.

El Centro de Defensa del Consumidor en la actualidad ejecuta los siguientes programas de servicios al consumidor.

- Programa de Participación ciudadana.
- Programa de Fortalecimiento Institucional, y
- Programa de Cabildeo e Incidencia Política.

#### **3.6.3.4. Mecanismos Utilizados por el Centro para la Defensa del Consumidor.**

Los mecanismos que el Centro de Defensa del Consumidor utiliza con mayor frecuencia para ejercer la defensa de los derechos del consumidor son los siguientes:

- a) Asesoría y Asistencia Jurídica.* Que se les brinda a los consumidores en aquellos casos en que se han violado los derechos que les garantiza

la Ley de Protección al Consumidor, por parte de las empresas privadas o públicas.

*b) Información y Orientación al consumidor* sobre el contenido de los derechos que como consumidores les asisten y sobre la forma en que puedan hacerlos efectivos ante el Estado y las empresas. Esta información y orientación también incluye la divulgación de los riesgos y peligros que entraña el consumo de determinados productos o de la adopción de ciertos patrones de consumo desvinculados de las necesidades reales de las personas y de la capacidad adquisitiva de las familias. Estas acciones tienen un carácter permanente y experimentan diferencias en el contenido o en su énfasis de acuerdo a la coyuntura que experimentan la publicidad y la demanda en el mercado, como por ejemplo: época de inicio del año escolar, temporada de Navidad, y de vacaciones.

*c) Publicaciones Periódicas* y divulgación de materiales de educación y orientación al consumidor. En esta área destaca la publicación de la Revista Consumo Derecho dedicada exclusivamente al tratamiento de temas de interés para los consumidores y que no contienen ningún tipo de publicidad comercial.

*d) Actividades de lobby* en la Asamblea Legislativa para incidir en la aprobación y reformas a la legislación vigente relacionada con el interés de los consumidores. Estas actividades incluyen reuniones bilaterales con diputados de las diferentes fracciones legislativas ahí representadas; así como audiencias especiales con las comisiones legislativas que son responsables de dictaminar sobre determinado marco legal. En menor medida se desarrollan actividades de

acercamiento con dirigentes de las gremiales empresariales y funcionarios del Gabinete Económico.

e) Creación de espacios para la *opinión y debate público* sobre temas relacionados con la protección al consumidor, tales como seminarios, conferencias y foros.

f) *Investigaciones* sobre precios, calidad, pesas y medidas de los bienes y servicios que conforman la canasta básica cuyos resultados son dados a conocer públicamente en conferencias de prensa y a través de la revista Consumo Derecho.<sup>89</sup>

#### **3.6.3.5. Servicios que presta el Centro para la Defensa del Consumidor.**

➤ Asesoría Jurídica.

Es el servicio a través del cual se le da información a las personas que solicitan apoyo con relación a sus derechos y deberes, orientándoles en cuanto a las opciones de solución de la problemática que consultan. También se les guía para recurrir a instancias como la Defensoría de Protección al Consumidor, la Fiscalía General de la República y Tribunales de Justicia.

➤ Asistencia Jurídica.

Se ofrece en aquellos casos en los que las personas manifiestan una situación en la que sus derechos están siendo violentados por las empresas

---

<sup>89</sup> Dirección General de Protección al Consumidor. *Educando al Consumidor*, Marzo, 1998

proveedoras o prestadoras de servicios, ya sean estos públicos o privados. Este servicio consiste en dar acompañamiento a los consumidores, gestionando ante los proveedores o prestadores de servicios, mediante el mecanismo de la Mediación, el cual resulta ser un medio alternativo para solventar los conflictos de una manera más eficaz para los consumidores que se ven afectados por una mala práctica comercial.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> Idem,

## **CAPITULO IV: SISTEMAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR INTERESADO EN LA REIVINDICACIÓN DE SUS DERECHOS.**

### **4.1. Definición de Consumidor.**

El término Consumidor procede de la ciencia económica, aunque hoy en día forma parte también del lenguaje jurídico. Para los economistas Consumidor es un sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destinarlos a su propio uso o satisfacer sus propias necesidades, o de sus familiares.

La determinación del concepto de Consumidor está vinculada a la evolución experimentada por el movimiento de protección de los consumidores en las últimas décadas. Cada vez se ha ido ampliando más el círculo de personas que se consideran necesitadas de una especial protección en materia de consumo. Lo cual explica que, en términos generales, pueden distinguirse dos nociones distintas de los consumidores; las cuales son:

- 1) Noción Concreta o Estricta, centrada esencialmente en quienes adquieren bienes o servicios para su uso privado. Esta noción constituye el instrumento de que se sirve el legislador para hacerse una idea de la realidad que pretende regular y de los objetivos perseguidos mediante la acción legislativa.

Dentro de esta noción se distinguen básicamente dos nociones concretas:

- ❖ Noción amplia, que se refiere al consumidor como cliente en el cual se incluye a cualquier persona que interviene en relaciones jurídicas situado en la posición de demanda en un vínculo convencional con el titular de la oferta, y
  - ❖ Noción restrictiva, que considera al llamado consumidor final que es toda persona que utiliza los bienes adquiridos para satisfacer sus necesidades y aquellas de las personas bajo su cargo, y no para revenderlas o transformarlas en el cuadro de su propia profesión.<sup>91</sup>
- 2) Noción amplia o abstracta, incluye a todos los ciudadanos en cuanto personas que aspiran a tener una adecuada calidad de vida. Constituyen el instrumento técnico mediante el cual se acota el ámbito de aplicación de las normas promulgadas.

En la noción abstracta de consumidor se destacan dos ideas:

- 1) la protección a los consumidores y;
- 2) la protección de la calidad de vida. Ello hace que esta noción sea adecuada para expresar programas políticos de atención a los ciudadanos en cuanto a consumidores y no, para la atribución de derechos individuales.

Un ejemplo de noción abstracta lo encontramos en el programa inicial del Presidente Kennedy, y en la Resolución del Consejo de la Comunidad Económica Europea, de fecha 14 de Abril de 1975, relativa a un programa preliminar de la Comunidad Económica Europea para una política de protección y de información de los consumidores, al declarar en su número 3

---

<sup>91</sup> Botana García, Gema y Miguel Ruiz Muñoz: "Curso sobre protección jurídica del Consumidor" Ediciones Jurídicas, Madrid 1999.

<sup>92</sup>, que el consumidor ya no solo es un comprador o usuario de bienes o servicios para uso personal sino una persona a la que le influyen los diferentes aspectos de la vida social que pueden afectarle directa o indirectamente como consumidor.” <sup>93</sup>

Ambas concepciones se basan en un criterio subjetivo; es decir, sus objetos recaen sobre la persona del consumidor y sobre las condiciones en las cuales éstos desempeñan su papel dentro del ciclo económico.

#### **4.2. Acceso del consumidor interesado a los mecanismos de protección.**

En materia económica a nivel mundial y tratándose de los consumidores, ha habido necesidad de contar con medios e instrumentos específicos para proteger el derecho de los usuarios o consumidores, por lo que los países en vías de desarrollo y los subdesarrollados han adoptado diversas políticas del pensamiento económico, que están influenciadas por las corrientes del momento; tales como: Corriente de la Escuela Marginalista del Bienestar, Corriente de Protección al Consumidor y la Corriente de la economía social de Mercado; las cuales desarrollamos brevemente a continuación. <sup>94</sup>

---

<sup>92</sup> “ en lo sucesivo el consumidor no es considerado ya solamente como un comprador o un usuario de bienes o servicios para un uso personal, familiar o colectivo, sino como una persona a la que conciernen los diferentes aspectos de la vida social que pueden afectarle directa o indirectamente como consumidor.”

<sup>93</sup> Botana García, Gema y Miguel Ruiz Muñoz: “ Curso sobre protección jurídica del Consumidor ” Ediciones Jurídicas, Madrid 1999.

<sup>94</sup> Cruz Rivas, Jeannette Celina: Causas que impiden la obtención de una pronta y cumplida justicia con el procedimiento administrativo que sigue la Dirección General de Protección al consumidor, Tesis (UES); 2002. Pág. 16.

#### **4.2.1. CORRIENTE DE LA ESCUELA MARGINALISTA DEL BIENESTAR**

Esta escuela basa su enfoque en la soberanía del Consumidor a quien concibe como el principio y fin de la actividad económica, que su bienestar se logrará si se le respeta la libertad de elegir sus productos o servicios de acuerdo a sus preferencias y necesidades.<sup>95</sup>

Esta teoría funcionó desde 1870-1930 la cual fue renovada en los años 70 por teóricos de Neoliberalismo<sup>96</sup>. Es decir, que para estos postulados, la preferencia estaba determinada por la necesidad del usuario o consumidor, y las necesidades de este; en función a ello, se producía y se satisfacían necesidades reales no creadas.

#### **4.2.2. Corriente de Protección al Consumidor**

Es vista desde la perspectiva de la soberanía del Productor, esta teoría, es opuesta a la primera, (Soberanía el Consumidor) sostiene que en ciudades desarrolladas carece de validez porque no existe la libre elección; la demanda o necesidad de un bien es impuesta o creada por la publicidad, creando así una necesidad falsa en el consumidor; en esta teoría la empresa controla los precios en el mercado, selecciona y diseña los productos y la publicidad de los mismos; y las ciudades son más opulentas, se crean más y mayores necesidades.

---

<sup>95</sup> Rojas Amandí, Victor Manuel. Filosofía del Derecho, Universidad Autónoma de México, 1991.

<sup>96</sup> Cruz Rivas, Jeannette Celina: Causas que impiden la obtención de una pronta y cumplida justicia con el procedimiento administrativo que sigue la Dirección General de Protección al consumidor, Tesis (UES); 2002. Pág. 16.

Esta escuela surgió en la década de 1920, en Estados Unidos y luego fue adoptada por los países Latinoamericanos. Corriente que se ha visto fortalecida con el avance tecnológico de las comunicaciones, especialmente Televisión, Cable, Internet, etc.

#### **4.2.3. Corriente de la Economía Social de Mercado.**

Con relación a la protección del consumidor ésta corriente centra su fundamento en la libre competencia y la determinación libre de los precios y quienes limiten esta competencia, estarían atentando contra los consumidores; el planteamiento social de mercado puede conducir a la formación de grupos dominantes debido a la concentración de capitales, estas agrupaciones pueden tener efecto negativo sobre la empresa, trabajadores y consumidores.<sup>97</sup>

El Derecho supone en la vida social, valores superiores como el de justicia y los demás valores que ésta comprende y, por lo tanto, el derecho debe ser la realización de tales valores en la sociedad, aunque es muy reciente la opción de los sociólogos, economistas y políticos que admiten que el Derecho debe ser considerado como un instrumento que debe tomarse en cuenta al planificar, programar y ejecutar el cambio en la sociedad. El Derecho surge en la vida humana con el deseo de rendirle culto a la idea de la Justicia, a través de la seguridad jurídica, certeza en la vida social y el bien común; lo que así reconoce nuestra Constitución de la República en su Art. 1.<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup> Rojas Amandí, Victor Manuel. Filosofía del Derecho, Universidad Autónoma de México, 1991

<sup>98</sup> “El Salvador reconoce a la persona humana como el origen y el fin de la actividad del Estado, que está organizada para la consecución de la Justicia, de la seguridad jurídica y del bien común. En consecuencia, es obligación del Estado asegurar a los habitantes de la República, el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social.”

La Seguridad Jurídica exige no sólo el cumplimiento de las normas por los particulares, sino que además demanda, sobre todo, la correcta aplicación de estas normas por los órganos del Gobierno que ejercen el poder público; de tal manera que si las normas vigentes son justas, y se hallan dirigidas hacia el bien común, el cumplimiento y la aplicación de las mismas realizan plenamente el valor de Seguridad Jurídica y eficacia del Sistema, es decir, un orden sólo es valioso cuando realiza eficazmente los valores que le dan sentido <sup>99</sup>

El Derecho cumple una función conciliadora resolviendo conflictos de interés por medio de normas de imposición o de jurisdicción voluntaria. Todos los miembros de una sociedad tienen infinidad de necesidades que desea satisfacer, pero los intereses de cada uno, frecuentemente, caen en conflicto con las necesidades de los demás.

En este sentido, se entiende por interés la demanda o deseo que los miembros de una sociedad tratan de satisfacer, ya sea en forma individual o a través de grupos o asociaciones en sus relaciones con los demás. Como la satisfacción del interés de todos los seres humanos no es posible, se da la competencia entre los miembros de la sociedad en cuanto a sus varios intereses y esa competencia da origen, con frecuencia, a conflictos.

Para dirimir estos conflictos de interés, la norma jurídica positiva representa un procedimiento, un camino a la regulación objetiva que se imponga por igual a las partes en oposición, con el fin de evitar que sea la coercibilidad de la norma, la que resuelva conflictos.

---

<sup>99</sup> García Maynes, Manuel. *Filosofía del Derecho*. Editorial Porrúa, México, 1997 Pág. 479.

Tratándose de conflictos de carácter económico, especialmente los relacionados al ejercicio del comercio y a la prestación de servicios, existe la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento, que son aplicados dentro de la función de Organización del Poder del Estado, a través de la Defensoría de Protección al Consumidor, como ente encargado de aplicar las disposiciones de la ley antes citada. Para resolver los conflictos de interés, el Derecho necesita estar apoyado por el poder político, es decir por el Estado que es quien lo ejerce. El Derecho satisface también la necesidad de organizar este poder político, ya que es uno de los elementos del poder del Estado.

En un sentido restringido, la protección al consumidor fue entendida como la lucha por obtener reglas tendientes a reducir los excesos de los cuales los individuos podrían ser víctimas; lo que se puede traducir muchas veces en un enfrentamiento entre consumidores y productores; en tal caso el individuo afectado se apoya en la norma jurídica con la convicción que protegerá sus intereses vulnerados.

Para ello se necesita la legitimación del poder, se considera que un poder político es legítimo cuando las normas que garantiza y aplica son consideradas por los destinatarios. Según la teoría del Estado afirma que: Son muchas las causas que consideran legitimado un poder; una de las más antiguas es la Tradición, pues pretende darle validez a las cosas por el hecho de que han sido así por mucho tiempo y no pueden cambiar.<sup>100</sup>

Hay otro tipo de legitimación que está apoyada de un prestigio resultante de una imagen de gran capacidad y atributos que aparecen como algo especial,

---

<sup>100</sup> Heller, Hermann. Teoría del Estado. Editorial FCF, México, 1975. Pág. 258.

toda organización debe buscar legitimación de los subordinados, esforzándose por someterlos a una comunidad de voluntad y valores en que ennoblezcan sus pretensiones de poder, significa que debe justificar dichas pretensiones mediante contenidos ideales y hacer que los subordinados acepten interiormente la obligación; en este sentido la función reguladora del Estado para la resolución de conflictos la hace por medio de una regulación objetiva, la cual se deriva de una instancia, imparcial que es el caso de la Defensoría de Protección al Consumidor, que aplica la Ley de Protección al Consumidor, la cual se creó para salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo normas que los protegen del fraude o abuso del mercado.

Consideramos que de las corrientes antes expuestas, la que más se adecua al sistema salvadoreño de protección al consumidor es la Corriente Marginalista del Bienestar, pues centra su finalidad en el bienestar del consumidor, tal es así que en el artículo 1 de la Constitución de la Republica lo reconoce<sup>101</sup>.

La doctrina contenida en esta corriente, la vemos claramente reflejada en el Art. 101 Inc. 2º de la Constitución de la República<sup>102</sup>; el cual establece que “es obligación del Estado la promoción del desarrollo económico y social, a

---

<sup>101</sup> Artículo 1 El Salvador reconoce a la persona humana como el origen y el fin de la actividad del Estado, que está organizado para la consecución de la justicia, de la seguridad jurídica y del bien común. Asimismo reconoce como persona humana a todo ser humano desde el instante de la concepción.

En consecuencia, es obligación del Estado asegurar a los habitantes de la República, el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social. Constitución de la República 1983.

<sup>102</sup> Art. 101 Inc. 2º “... El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores.” Constitución de la Republica. 1983.

través de generar condiciones óptimas para incrementar la producción de bienes, propiciando a su vez la defensa de los intereses de los consumidores”; por otra parte es de vital importancia fortalecer las condiciones de nuestro país para su incorporación en el proceso mundial de globalización, garantizando la participación de la empresa privada en el desarrollo económico, fomentando así la libre competencia y confiriendo a los consumidores los derechos necesarios para su legítima defensa.

Por otra parte el Art. 246 inc. 2° de la Constitución de la República <sup>103</sup> plasma el principio de Supremacía Constitucional, según el cual, la Constitución es el fundamento de la estructura jurídica del Estado que sirve para que las normas secundarias no la contraríen. De ello se desprende que cuando exista conflicto entre los intereses de una persona o grupo y los intereses de la mayoría de la población, tendrán preferencia los intereses mayoritarios.

Consecuentemente la Protección de los Consumidores es de interés público, ya que la finalidad de lo antes relacionado es amparar los intereses de los consumidores y usuarios. En vista de lo anterior, y con el fin de proteger al consumidor, surge el 14 de marzo de 1996<sup>104</sup> la Primera Ley de Protección al consumidor, cuyo objetivo era el de salvaguardar el interés de los consumidores mediante la implementación de normas que los protejan de todo tipo de abusos dentro del mercado. Con esta Ley se crea el ordenamiento jurídico que garantiza al menos en teoría adecuada protección de los consumidores frente a los abusos de los proveedores.

En síntesis, esta Ley de Protección al Consumidor pretendía equilibrar las relaciones de consumo mediante la tutela del interés del consumidor frente a

---

<sup>103</sup> “La Constitución prevalecerá sobre todas las leyes y reglamentos. El interés público tiene primacía sobre el interés particular.

<sup>104</sup> Mediante Decreto Legislativo número 666 publicado en el Diario Oficial número 58 tomo número 330 del 22 del mes de Marzo de 1996.

los intereses de los comerciantes. En consecuencia, la Ley de Protección al Consumidor retorna los fines de Protección del Consumidor sostenidos en la corriente Marginalista del Bienestar, por ser el consumidor el objeto de la actividad económica.<sup>105</sup>

Debido a que ésta Ley de Protección al Consumidor regía a la Dirección de Protección al Consumidor y que adolecía de vacíos que dificultaban legislar a favor de los consumidores es que se requirió de una nueva Ley; la cual fue aprobada el 18 de agosto del año 2005.

#### **4.3. Protección al Consumidor en la Economía Social de Mercado en El Salvador.**

Anteriormente dijimos que la Teoría de la Economía Social de Mercado al igual que la teorías liberales plantea que los mecanismos principales que existen para que el funcionamiento de la economía de mercado redunde en beneficios para el consumidor son, la libre competencia y la determinación libre de los precios; y por tanto, cualquier intento de limitar la competencia y la libre determinación de los precios, sea del Estado o de las empresas, se convierten en una afrenta contra los consumidores;<sup>106</sup> por consecuencia toda mercadería debe moverse libremente sin ninguna intervención más que la del consumidor.

---

<sup>105</sup> Cruz Rivas, Jeannette Celina: Causas que impiden la obtención de una pronta y cumplida justicia con el procedimiento administrativo que sigue la Dirección General de Protección al consumidor, Tesis (UES); 2002.

<sup>106</sup> Erhard, Ludwing: Los Carteles, enemigos de los consumidores”, en la política de competencia en la economía social de mercado, Cuadernos del CIEDLA, Argentina, 1988.

Sin embargo, los teóricos de la Economía Social de Mercado reconocen que la misma tiene una falla de construcción <sup>107</sup> que la orienta como tendencia a la formación de grupos dominantes en el mercado, como consecuencia de los procesos de concentración y de centralización del capital, los cuales en la mayoría de casos tienen efectos negativos sobre las empresas, los trabajadores y los consumidores; las que si no son controladas pueden tener un efecto autodestructivo en el sistema; éstos grupos dominantes se forman debido a que el consumidor prefiera marcas específicas y determinadas en el mercado, como por ejemplo Coca Cola, etc., sobre otras marcas que ofrecen el mismo tipo de productos.

La alternativa de solución a ésta falla estructural de la economía de mercado que entraña la amenaza permanente de perjuicio contra los consumidores puede y debe ser controlada a través de medidas administrativas o judiciales que aplicadas de manera profiláctica o correctiva, eviten la formación de acuerdos y la adopción de prácticas anticompetitivas que limiten la libre competencia y la libre determinación de los precios en los diferentes mercados.

Las medidas administrativas o judiciales propuestas por la Economía Social de Mercado están orientadas a la creación de un orden económico que promueva la competencia y la libre determinación de los precios; no así la intervención del Estado en la fijación de los precios o en el control de los mercados para hacer contrapeso al poder de las empresas.

No es el Estado el que debe decidir quién ha de vencer en el mercado, ni tampoco una organización de empresas como son los carteles, sino

---

<sup>107</sup> Bohm, Franz: “La Cabeza del Jano de la Concentración en la política de competencia en la economía social de mercado”. Cuadernos del Cieda, Argentina, 1988.

exclusivamente el consumidor. La calidad y el precio determinan la clase y orientación de la producción y sólo conforme a estos criterios se verifica la selección en el terreno de la economía privada.

El cumplimiento de esta función determinante de los consumidores en el mercado, ha dado un orden económico que promueva la competencia y la fijación libre de los precios, solo puede ser posible si los consumidores cuentan con los ingresos y la información que les permita hacer su mejor elección en el mercado de los bienes y servicios y por tanto, su demanda efectiva no podrá considerarse un orientador adecuado para la asignación de recursos en la economía.

La protección del ingreso se logra fundamentalmente a través del control de la inflación para evitar el deterioro en el poder adquisitivo de los ingresos de los consumidores, que constituye el objetivo central de la política económica en la Economía Social de Mercado; y secundariamente, por medio del establecimiento de un sistema social que de manera solidaria complemente los ingresos de aquellos grupos que temporal o permanentemente se ven imposibilitados de generar por sus propios medios demanda efectiva en el mercado.<sup>108</sup>

La otra forma de protección al Consumidor planteada por la economía Social de Mercado es la generación de condiciones<sup>109</sup> para que los consumidores

---

<sup>108</sup> Véase; CIEDLA: “La Economía Social de Mercado”: Un proyecto económico y político alternativo”, Cuadernos del CIEDLA, Argentina, 1993.

<sup>109</sup> Estas condiciones pueden ser generadas por oficinas gubernamentales que investiguen las características y propiedades de los bienes y servicios que ofrecen las empresas en el mercado y que luego divulguen los resultados entre los consumidores o bien a través de instituciones u organizaciones de la sociedad civil que asuman estas u otras funciones orientadas a la información y orientación de los consumidores en el mercado, es aquí donde juegan un papel primordial las organizaciones no gubernamentales (ONG's).

tengan acceso a la información que requieren para hacer una elección racional en el mercado.

Las premisas de la Economía Social de Mercado sugieren así la imposibilidad de considerar el tema de la protección al consumidor como un área especializada o exclusiva de un Ministerio o dependencia gubernamental; sea ésta del área económica o del área social.

Descartan al mismo tiempo la pretensión de asignarle un carácter exclusivamente público o exclusivamente privado a las acciones de protección al consumidor. En su lugar, se abre el espacio para una concepción basada en una visión sistemática, en la cual interrelacionan agentes públicos y privados, con base a un marco jurídico institucional que combina diferentes ámbitos y niveles de política pública, y que involucra la protección de los ingresos y la garantía de información a los consumidores, como ejes transversales de las decisiones y acciones emprendidas desde el sector público y desde la sociedad civil.

Se deriva de ésta concepción la necesidad de que el diseño del sistema de protección al consumidor asuma idealmente un carácter mixto, en el sentido que combine el uso de mecanismos públicos y mecanismos privados dentro de los ámbitos claramente definidos.

#### **4.3.1. Mecanismos Públicos de Protección al Consumidor.**

En éste sistema los mecanismos públicos están conformados por aquellas acciones que son inherentes a la naturaleza del Estado y que no pueden ni

---

deben ser asumidas por los entes privados. Entre éste tipo de acciones se encuentran:

- i) El establecimiento del marco jurídico que define las reglas básicas del juego en las relaciones entre empresas y consumidores.
- ii) Establecimiento de normas de seguridad y calidad de los bienes y servicios.
- iii) Instituir normas para la regulación del sistema de pesos y medidas.
- iv) Construir y mantener la estructura económica, social y jurídica que permita a los consumidores y a las empresas relacionadas con base a las reglas del juego determinadas.
- v) Administración de justicia en casos de vulneración de las reglas del juego por parte de empresas o de consumidores.
- vi) Ejecutar una política social enfocada a la generación de ingresos para los consumidores de más bajos recursos.<sup>110</sup>

#### **4.3.2. Mecanismos Privados de Protección del Consumidor.**

Se entiende por Mecanismos Privados de Protección del Consumidor al conjunto de procedimientos, medios e instrumentos utilizados por organizaciones de la sociedad organizadas en Organizaciones no Gubernamentales para incidir directa y/o indirectamente en la relación entre los consumidores y los proveedores en el mercado de bienes y servicios de

---

<sup>110</sup> Dirección General de Protección al Consumidor. Educando al Consumidor, Marzo, 1998

consumo, y para aumentar el nivel de bienestar y de participación de éstos en el desempeño global de la economía”.<sup>111</sup>

Las organizaciones privadas que ponen en práctica éste tipo de mecanismos pueden ser de diversa naturaleza: organizaciones de consumidores, fundaciones privadas sin fines de lucro, grupos editoriales, centros académicos, institutos privados de investigación de calidad, etc. sin embargo, no obstante cada una de ésta diversidad de instituciones posee rasgos propios que las diferencian entre sí, y en la práctica suelen agruparse bajo la denominación común de: movimiento consumista.<sup>112</sup>

Los mecanismos privados utilizados por éste tipo de organizaciones son diversos, siendo los más utilizados los siguientes:

- ❖ Pruebas comparativas de calidad entre productos;
- ❖ Investigaciones sobre características y composición de productos;
- ❖ Publicación de revistas especializadas sobre temas de interés para los consumidores.
- ❖ Información y orientación a los consumidores sobre precios y calidad de los productos;
- ❖ Asesoría individual a los consumidores para el cumplimiento de sus derechos legales frente a los proveedores;
- ❖ Formación de grupos de presión para probar leyes y reglamentos que protejan derechos de los consumidores;

---

<sup>111</sup> Cruz Rivas, Jeannette Celina: Causas que impiden la obtención de una pronta y cumplida justicia con el procedimiento administrativo que sigue la Dirección General de Protección al consumidor, Tesis (UES); 2002.

<sup>112</sup> Lomelli, Arturo, Op. Cit. Pág. 108.

- ❖ Recepción, investigación y solución de denuncias de abusos cometidos contra los consumidores y sus derechos;
- ❖ Representación política de los intereses de los consumidores ante los Órgano Ejecutivo, Legislativo y Judicial;
- ❖ Programas de educación a los consumidores sobre sus derechos y responsabilidades.
- ❖ Información y asesoría puntual sobre las condiciones prevalecientes en los distintos mercados que proveen bienes y servicios.

La utilización de estos mecanismos privados de Protección al Consumidor varía de un país a otro y de una organización a otra. Estas variaciones dependen de muchos factores, entre los que se destacan: los recursos disponibles, el grado de desarrollo institucional alcanzado, las características del consumo que prevalece en la sociedad y en los consumidores que constituyen su grupo de interés; y, el modelo de Protección al Consumidor que orienta la acción institucional.<sup>113</sup>

Respecto al tema de los modelos de Protección al Consumidor, los resultados de la observación de las tendencias de las organizaciones de consumidores en distintos países (Organizaciones no gubernamentales), apuntan a la existencia de cuatro modelos básicos de funcionamiento, que dan como resultado diferencias en la selección y uso de los mecanismos de Protección al Consumidor. Estos modelos en su forma más pura responden a la siguiente tipología.<sup>114</sup>

---

<sup>113</sup> Edwards, Julián: “Hacer efectivas a las Asociaciones de Consumidores”, incluido en el libro El Consumo al Final del Milenio, Procuraduría Federal del Consumidor, México, 1997.

<sup>114</sup> Lomelli, Arturo: “Los modelos de protección y defensa del consumidor”, en el libro El Consumo al Final del Milenio. Procuraduría Federal del Consumidor, México, 1997.

#### **4.4. Modelo Liberal.**

El modelo liberal parte de la convicción que la economía de mercado constituye el mecanismo más eficiente y eficaz para la asignación de recursos escasos dentro de la sociedad, y que existe una tendencia a lograr el equilibrio en los diferentes mercados de bienes y servicios que opera mediante la acción de la competencia. Partiendo de ésta visión fundamental sobre el funcionamiento de la economía, el modelo liberal reconoce no obstante la existencia de desequilibrios entre productores y consumidores, que impiden en el corto plazo el funcionamiento eficiente del mercado. Estos desequilibrios de acuerdo a éste modelo estarían fundamentados en la falta de información de los consumidores y en prácticas anticompetitivas de las empresas en el mercado.<sup>115</sup>

Frente a ésta situación, el modelo liberal plantea la necesidad de proporcionar a los consumidores información sobre las condiciones en que son producidos y comercializados los bienes y servicios en el mercado, con lo cual se logra el doble objetivo de facilitar a los consumidores realizar una mejor elección en el mercado, al mismo tiempo que se promueve la competencia entre empresas. La realización de pruebas comparativas y la publicación de revistas especializadas con información al consumidor son por excelencia los mecanismos más utilizados en éste modelo.

#### **4.5. Modelo Crítico.**

El modelo crítico está asociado con la idea y con el accionar de grupos de confrontación o grupos de presión política, los cuales parten de la idea de

---

<sup>115</sup> Ibidem, Pàg. 46.

que la economía de mercado en su desarrollo genera tendencias hacia la creación de hábitos perniciosos entre los consumidores, y hacia la existencia de relaciones injustas entre productores y consumidores. En tal sentido, éste modelo, sin cuestionar los fundamentos de la economía de mercado, plantea la necesidad de asumir una actitud más crítica frente al comportamiento de las empresas, en el mercado y una posición más activa en la promoción de los derechos de los consumidores, ya que la justicia en el mercado está siempre en un conflicto que debe remediarse, por presión de los consumidores organizados o por la intervención de la autoridad.<sup>116</sup>

En éste modelo, los mecanismos más utilizados son:

- 1) Las propuestas de legislación para regular la actividad de las empresas y para proteger los derechos de los consumidores; y,
- 2) El accionar de grupos de presión ante los Organismos del Estado en torno a temas relacionados con ésta problemática.

#### **4.6. Modelo de Responsabilidad.**

El modelo de responsabilidad es aquel que amplía su campo de acción más allá de los intereses específicos de los consumidores e incorpora objetivos más generales desde el punto de vista del desarrollo, tales como la protección al medio ambiente, el respeto a los derechos humanos, y el mejoramiento de las condiciones laborales y libertad de sindicalización.<sup>117</sup>

---

<sup>116</sup> Lomelli, Arturo, Op. Cit. Pág. 112.

<sup>117</sup> Lomelli, Arturo, Op. Cit. Pág. 113 y Wiewoska, Michel. “Estado, empresarios y trabajadores”, FCE, México, 1980. Pág. 97 –103.

Este modelo amplió el concepto de consumo al de calidad de vida, al mismo tiempo que trata de hacer que los consumidores tomen conciencia de los efectos sociales, económicos y políticos que pueden tener sus decisiones en el mercado. Su objetivo es transformar a los consumidores en sujetos más responsables de sus acciones individuales y comprometerlos con el mejoramiento del entorno que les rodea a nivel nacional y mundial.

Los tipos de mecanismos utilizados principalmente por éste modelo son:

- 1- Las campañas de educación al consumidor para promover consumo sostenible,
- 2- Los boicot contra empresas que cuya producción se realice bajo condiciones de irrespeto bajo los derechos laborales,
- 3- El comercio solidario con el tercer mundo, entre otros.<sup>118</sup>

#### **4.7. Modelo Radical.**

Finalmente, el modelo radical considera los problemas del consumidor, como un resultado inevitable de las estructuras de la producción y de propiedad en la economía de mercado; y por consiguiente plantea como alternativa la realización de cambios políticos y sociales que den paso a nuevas estructuras de producción y de propiedad.

A diferencia de los modelos anteriores, éste modelo rechaza la posibilidad de que puedan darse regulaciones en el funcionamiento del mercado que den paso al respeto de los derechos de todos los consumidores, ya que siempre

---

<sup>118</sup> Lomelli, Arturo: “Los modelos de protección y defensa del consumidor”, en el libro El Consumo al Final del Milenio. Procuraduría Federal del Consumidor, México, 1997.

existirán segmentos de la población, que por sus bajos niveles de ingresos quedarán marginados o excluidos del mercado, el cual únicamente reconoce como consumidores a quienes tienen una demanda solvente.<sup>119</sup>

Es preciso destacar que la tipología anterior responde a un esfuerzo de abstracción de los rasgos más sobresalientes que diferencian el accionar de las organizaciones que conforman el denominado movimiento consumista, y en tal sentido debe reconocerse que las organizaciones de consumidores en la práctica no se ajustan a un modelo único. Siendo lo más frecuente observar que éstas adopten mezclas de ellos o que a su interior los miembros discrepen en sus criterios sobre el modelo básico que debe seguir la organización. Aún cuando los autores de ésta tipología reconocen que en su mayoría las organizaciones tienden a asumir una mezcla de modelo liberal-responsable en los países desarrollados y de modelo crítico-responsable en los países en vías de desarrollo.<sup>120</sup>

En el Salvador, dentro de éste aspecto el Centro para la Defensa del Consumidor, ha adoptado, de los anteriores modelos por una mixtura entre Modelo Liberal y Modelo Crítico, pues del primero toma como base la publicación de una revista especializada llamada Consumo-Derecho, del segundo, las propuestas de Legislación; al Centro para la Defensa del Consumidor se le debe la Ley de Protección al Consumidor, muestra crucial de la implementación del Modelo Crítico. También organiza y dirige a grupos de presión que es otro de los aspectos característicos de éste último modelo.

---

<sup>119</sup> Ibidem, Lomeli, Arturo; Op. Cit. Pág. 113.

<sup>120</sup> Lomeli, Arturo. Op. Cit. Pág. 113.

#### **4.8. Límites en el Modelo Salvadoreño de Protección al Consumidor.**

No obstante, haber alcanzado importantes desarrollos respecto a la protección del consumidor; en el sistema salvadoreño aún persisten las siguientes debilidades:

##### **4.8.1. Monopolio Estatal**

Esta limitante resulta de la constatación de que el sistema de protección al Consumidor vigente en El Salvador está concebido y diseñado sobre la base de un esquema público, en la que el rol activo le corresponde al Estado en tanto que los consumidores y las instituciones sociales que los representan se ven relegados a un rol pasivo, que se limita a confiar en que el Estado tutele sus derechos y poner denuncias cuando los mismos sean violentados, a la espera que funcionen los mecanismos públicos de investigación y sanción a las empresas infractoras.

El marco jurídico rige el funcionamiento del sistema de protección al consumidor en El Salvador, y asigna al Estado el monopolio de la Protección al Consumidor dentro del sistema. Tanto en la legislación e institucionalidad básica, es evidente que las funciones fundamentales de la información y educación de los consumidores, verificación y monitoreo, recepción e investigación de las denuncias así como la aplicación de sanciones, recaen exclusivamente en las dependencias públicas que conforman éste sistema.

##### **4.8.2. Dualidad de Regulaciones**

Esta limitante se debe a la existencia de una alta dispersión de medidas regulatorias vinculadas con éste tema en los campos de la alimentación,

transporte, vivienda, servicios de agua, alcantarillas, electricidad, telecomunicaciones, servicios financieros, entre otros.

La dimensión de este problema la constituye la falta de armonización entre las funciones de protección al consumidor de los Gobiernos Municipales y el Gobierno Central, principalmente en las áreas de Salud Pública y Economía, la cual se traduce finalmente en una indefinición de funciones con bajo nivel de cumplimiento.

#### **4.9. Avances en la Protección al Consumidor en El Salvador.**

A mediados del año de 1989, ocurre en El Salvador un cambio en el enfoque de la Política Económica vigente en las cuatro décadas anteriores, y se da paso a un proceso de acelerado de liberalización y de apertura de la economía salvadoreña, bajo la figura de un Programa de Ajuste Estructural, en materia de Protección al Consumidor donde se retoman los Principios Básicos del enfoque de la Soberanía del Consumidor:

Para poder asegurar que el consumidor sea el soberano y que el productor no tome ventaja del mismo, se necesita que el Estado no intervenga limitando o entorpeciendo la libre competencia. Si hay libre competencia, las empresas que prevalezcan en el mercado serán las más eficientes y el consumidor será beneficiado porque podrá adquirir los productos que desea a un precio más bajo y con una calidad que aumente su beneficio.

Este enfoque de la Protección al Consumidor que domino la primera fase del Programa de Estabilización y Ajuste, fue modificado posteriormente en 1992 a raíz de la firma de los Acuerdos de Paz entre el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional, y el Gobierno salvadoreño, al haberse incluido en el texto final del tema Económico y Social de dichos Acuerdos, el

compromiso de adoptar políticas y crear mecanismos efectivos tendientes a defender a los consumidores, de acuerdo al mandato de la parte final del Inciso 2º del Art. 101 <sup>121</sup> de la Constitución de la República. Para el cumplimiento de este precepto constitucional el Gobierno se compromete a presentar a la Asamblea Legislativa, dentro de los sesenta días posteriores de la firma del presente Acuerdo, un Proyecto de la Ley de Protección al Consumidor que contemple fortalecer al Ministerio de Economía, y que pudiera marcar un primer paso en la dirección de la eventual creación de la Procuraduría General de Defensa del Consumidor.

Fue así como en el mes de mayo de 1992, se aprobó la primera Ley de Protección al Consumidor y se crea la Dirección General de Protección al Consumidor, entidad responsable de su aplicación, sobre la base administrativa, organizacional y financiera de lo que fue hasta ese entonces la Dirección de Comercio Interno del Ministerio de Economía. Después de cuatro años de funcionamiento, en 1996 la Asamblea Legislativa aprobó una nueva Ley de Protección al Consumidor.

Posteriormente a la creación de la Ley de Protección al Consumidor y su respectivo Reglamento de aplicación; se emitió el Acuerdo Ejecutivo No 13, de fecha 16 de Enero de 1993 para instituir la Dirección de Protección del Consumidor, como Institución Gubernamental, y tenía por misión principal brindar apoyo al ciudadano en función de sus derechos como consumidor

---

<sup>121</sup> Artículo 101. "... El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá los intereses de los consumidores". Constitución de la República. 1983.

dentro de una economía de libre mercado.

La Ley General del Presupuesto de la Nación para el año fiscal de 1996 establecía para el Ministerio de Economía la función de promover el desarrollo Económico y Social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos económicos del país; de igual manera, garantizar precios justos a los productores, comerciantes y consumidores. En agosto del año dos mil cinco se crea una nueva Ley de Protección al Consumidor en donde se le da autonomía a la Defensoría al Consumidor.

Debe reconocerse el rápido avance que el Sistema de Protección ha logrado en los últimos 16 años en relación al resto de países de la región Centroamericana, principalmente en lo que respecta a la aprobación y vigencia de una legislación especializada en el tema así como a la existencia de una institucionalidad pública correspondiente; debido a cambios de índole social ocurridos en la República.

#### **4.9.1. Antecedentes Legislativos**

Se debe destacar el proceso de perfeccionamiento experimentado por la legislación e institucionalidad básicas de que dispone la protección al consumidor en El Salvador, ya que si se compara el contenido de la Ley aprobada en 2005 y la de 1996 en relación a la de 1992, es evidente que la Ley de 1996 muestra un avance sustancial en términos de la ampliación y decisión de los derechos a tutelar, de los instrumentos y procedimientos a utilizar y, en materia de vinculación de este tema con las regulaciones existentes en otras áreas, como en el área de la metodología, verificación y

certificación de la calidad, establecidos en el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología<sup>122</sup>.

Con respecto a la Ley del 2005 y 1996 es evidente que la ley de 2005 cubre los vacíos<sup>123</sup> de los que adolecía la Ley de 1996 para legislar a favor de los consumidores; ya que tiene su base en el desarrollo sistemático de los derechos de los consumidores y crea el soporte institucional para una tutela efectiva de estos derechos y los procedimientos que deberán aplicarse para cumplir este objetivo.

Esta ley busca proteger los derechos del consumidor, procurando una relación de equilibrio entre los derechos de proveedores y consumidores, y proporcionar certeza y seguridad jurídica en sus relaciones. También tiene como objetivo, crear la Defensoría del Consumidor, una entidad descentralizada y autónoma, fortalecida para atender con más capacidad las necesidades de los consumidores. Dicha institución sería la coordinadora de todas las instituciones gubernamentales que también tienen responsabilidad de proteger los derechos de los consumidores en los distintos sectores.

Lo novedoso de esta Ley es que se crean nuevos mecanismos de protección a los derechos de los consumidores. Entre los principales están:

- La creación de un Sistema Nacional de Protección al Consumidor

---

<sup>122</sup> CONACYT

<sup>123</sup> 1) No contemplaba todos los derechos de los consumidores que las Directrices de las Naciones Unidas les otorga; 2) Las multas estaban basadas en la reiteración de la falta y no en la gravedad; 3) No existía una tipificación de las infracciones y sanciones; 4) No poseía una estructura definida y una sistematización adecuada de la normativa; 5) Poca autonomía de la DPC para defender los derechos de los consumidores; 6) Falta de coordinación y efectividad de las distintas instituciones que sectorialmente tienen competencia para tutelar algún derecho de los consumidores.

- La creación de la Defensoría del Consumidor, una entidad descentralizada y autónoma.
- Se adicionan medios alternos de solución de controversias en materia de consumo y procedimientos gratuitos, más ágiles y efectivos.
- Se fortalece el carácter preventivo de la Ley a través de la educación, información y participación de los consumidores.
- Un mejor sistema de sanciones. Se tipifican las faltas y sanciones a partir de la gravedad de las mismas.<sup>124</sup>

Dentro de estos aspectos se hace necesario establecer la diferencia existente entre los avances legislativos, es decir; el asidero legal y los avances sociales; nuestro país, posee avances en materia de asideros legales, no así, cambios sociales que inequívocamente son los más eficientes y que le otorgan positividad a las leyes vigentes.

En el campo de la participación ciudadana y de la emergencia de mecanismos privados para ejercer la defensa de los derechos del consumidor, son innegables los pasos iniciados por las organizaciones sociales en El Salvador y que desembocaron en la creación y funcionamiento de resultados del Centro para la Defensa del Consumidor, principalmente si se analiza su accionar desde la perspectiva de su incidencia en la configuración del marco jurídico que sirve de base para el funcionamiento del actual sistema de protección al consumidor. Adicionalmente, debe tomarse en consideración el hecho que el Centro para la Defensa del Consumidor actualmente constituya el modelo institucional que sirve de base a la Oficina Sub-Regional de Consumidores Internacionales (Consumers International),

---

<sup>124</sup> Ley de Protección al Consumidor, Decreto 776, 2005-Pàg.15-16.

para Centro América y el Caribe de habla castellana para el desarrollo de organizaciones de consumidores en la región centroamericana.

#### **4.10. Reivindicación de los derechos violentados al Consumidor**

En la búsqueda del resarcimiento del derecho vulnerado al consumidor se establecen procedimientos a seguir.

##### **4.10.1. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONATORIO QUE SIGUE LA DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR.**

La Ley de Protección al consumidor, en su Artículo 57 inciso primero establece, que la entidad encargada de aplicar ésta Ley y de coordinar la acción conjunta de las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de la misma es la Defensoría del Consumidor.

Para cumplir con la potestad sancionadora, la Defensoría cuenta con un Tribunal Sancionador, que funciona de manera permanente y está integrado por tres miembros,<sup>125</sup> uno ocupa el cargo de Presidente del mismo y los otros dos miembros ocupan los cargos de primero y segundo vocal. Habrá igual número de suplentes que serán nombrados de la misma forma que los propietarios. Los miembros del Tribunal duran cinco años en sus funciones, pudiendo ser reelectos por una sola vez y continuarán en el desempeño de las mismas, aún cuando haya concluido el período para el que fueron nombrados, mientras los sustitutos no tomen posesión de sus cargos.<sup>126</sup>

---

<sup>125</sup> Ley de Protección al Consumidor, Art. 79, Pàg. 52.

<sup>126</sup> Ibidem, Art. 81, Pàg. 53.

El Tribunal actúa con un Secretario, quien autoriza las resoluciones adoptadas por el Tribunal, recibe documentos, practica los actos de comunicación, hace las citas que se ordenan y tiene bajo su responsabilidad los expedientes y archivos.<sup>127</sup>

#### **4.10.1.1. INICIACION DEL PROCEDIMIENTO.**

Conforme a lo dispuesto en el Art. 109 de la Ley de Protección al Consumidor y 31 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. Cualquier persona natural o jurídica y en ejercicio del Derecho de Acción, esta en la facultad de denunciar cualquier tipo de hechos que atente contra sus derechos e intereses legítimos y que sean constitutivos de infracción a la Ley.

##### 1) La denuncia.

Puede presentarse en forma escrita, verbal, telefónica, electrónica o por cualquier otro medio idóneo.<sup>128</sup>

La denuncia debe de contener al menos:

- a) La identificación y datos generales del denunciante;
- b) La identificación y datos generales del proveedor;
- c) Una descripción de los hechos que originaron la controversia; y
- d) La pretensión del denunciante. (Ver Anexo N° 1)

Casos en los que la denuncia es declarada inadmisibles:

- 1- Cuando la Defensoría haya prevenido al interesado cuando no cumpla con los requisitos de la denuncia y éste no la haya subsanado las omisiones dentro del plazo de los tres días transcurridos.

---

<sup>127</sup> Ibidem, Art. 82, Pàg. 52.

<sup>128</sup> Ibidem, Art. 109 inc. 2º, Pag. 60.

- 2- Cuando las denuncias recaigan sobre asuntos que no constituyan materia de protección al consumidor, en los términos que establecen los artículos 2 y 3 de la Ley.

La resolución que declara la inadmisibilidad admiten el recurso de revocatoria, el cual se tramitará de acuerdo a las reglas del derecho común.

La comparecencia de las partes e interesados en los diversos procedimientos ante la Defensoría podrá realizarse personalmente, por medio de representante o apoderado.

## 2) Admisión de la Denuncia.

Una vez admitida la demanda el Centro de Solución de Controversias lleva a cabo los Medios Alternos de Solución de Controversias; los cuales son:

- a. *El avenimiento* es la primera búsqueda de acercamiento entre consumidor y proveedor, a fin de llegar a un arreglo o solución pacífica. Este avenimiento se basará en razones de equidad, es decir, ecuanimidad, buen criterio o conciencia, sin aplicar necesariamente criterios técnicos o jurídicos.
- b. *La conciliación* es un mecanismo de solucionar las controversias de manera pacífica, a través del cual, dos o más personas tratan de lograr por sí mismas la solución de sus diferencias con la ayuda de un funcionario denominado conciliador, quien actúa como tercero neutral y procura acercar los intereses de las partes.

Básicamente en una conciliación se inicia narrando el motivo que originó la denuncia, se identifican los problemas, puntos de discrepancia entre las partes y se busca que éstas indiquen sus intereses, pretensiones y alternativas de solución, para lo cual tiene la facultad de preguntar a ambas partes ciertos detalles que necesiten ser aclarados y solicitar toda la información que resulte necesaria.

c. *La mediación* conocida como un método no adversarial, porque a diferencia del proceso judicial, en ella las partes no se consideran adversarios ni se busca que alguien gane y otro pierda, no se está compitiendo, sino que se busca lograr una solución práctica que satisfaga las necesidades e intereses de los participantes.<sup>129</sup>

En la mediación las partes involucradas en el conflicto intentan resolverlo por sí mismas, con la ayuda de un tercero imparcial que actúa como favorecedor y conductor de la comunicación, denominado mediador.

El mediador no decide ni tiene autoridad para imponer una solución a ninguna de las partes, característica que lo diferencia del juez o del árbitro. Es una persona entrenada para asistir a aquellas otras que se encuentran en conflicto, estimulándolas, guiándolas y escuchándolas para que ellas mismas arriben a un acuerdo.

En la mediación los interesados asumen su protagonismo en la búsqueda de alternativas posibles de solución y controlan por sí mismas el proceso cuyo

---

<sup>129</sup> Ley de Protección al Consumidor Comentada, San Salvador, El Salvador, Año 2005, Pàg. 118

desarrollo es rápido e informal. La decisión a la que eventualmente arriben es elaborada por ellas mismas y no por un tercero, como en el caso de un pronunciamiento judicial.

- ❖ *El arbitraje* es un mecanismo por medio del cual las partes involucradas en un conflicto otorgan el poder de decidir la solución a un tercero ajeno al problema, denominado arbitro, para que éste emita una decisión denominada laudo arbitral.<sup>130</sup>

A diferencia de la mediación y la conciliación, en las cuales son las partes quienes arriban a una solución, únicamente “asistidas” por un tercero que es el conciliador o mediador, en el arbitraje es éste tercero denominado árbitro quien adoptará la decisión que solucione el conflicto.

Generalmente las partes recurren al arbitraje en consideración a las ventajas que presenta en comparación al sistema judicial de solución de conflictos, ya que es una resolución pronta y menos costosa de los conflictos, que permite confidencialidad, menor grado de enfrentamiento y posibilidad de mantenimiento de las relaciones comerciales.

La ley regula tres tipos de arbitraje; los cuales son:

- ❖ El arbitraje en equidad: *llamado también de amigables componedores, es aquel en que los árbitros proceden con entera libertad, deciden según sea mas conveniente al interés de las partes, sin atender mas que a su conciencia, la verdad y la buena fe.*

---

<sup>130</sup> Ibidem, Pàg. 119.

- ❖ El arbitraje técnico: *es cuando los árbitros pronuncian su fallo en razón de sus específicos conocimientos en una determinada ciencia, arte u oficio.*
- ❖ El arbitraje de derecho. *es aquel en el cual los árbitros fundamentan su decisión en el derecho positivo vigente.*<sup>131</sup>

La elección del arbitraje que se seguirá en cada caso depende de la naturaleza del asunto que se debate, y lo que se pretenda en el caso concreto. Si se persigue que los árbitros resuelvan con una mayor margen de libertad, sin apegarse estrictamente a aspectos jurídicos, sino, guiados por su conciencia y la buena fe, es conveniente escoger un arbitraje en equidad. Si por el contrario se pretende que el laudo esté basado en las leyes, procede un arbitraje de derecho. Por su parte el arbitraje técnico es procedente ante casos que requieren un pronunciamiento o dictamen especializado en un área, precisamente de carácter técnico, como la determinación del real consumo de energía eléctrica que ha realizado un consumidor.<sup>132</sup> (Ver Anexo N° 2).

#### **4.10.2. PROCEDIMIENTO SANCIONATORIO**

El procedimiento sancionatorio es el conjunto de fases o etapas que la Administración Pública debe seguir cuando existen elementos que indican que se ha cometido una infracción. La resolución final puede determinar que se ha cometido la infracción y sancionar, o que no se ha cometido, declarando que no hay responsabilidad para el presunto infractor.<sup>133</sup>

---

<sup>131</sup> Ibidem, Pag. 118 y 119.

<sup>132</sup> Ibidem.

<sup>133</sup> Véase Ley de Protección al Consumidor Comentada, Pág. 127

Nuestra ley primaria, que es la Constitución de la República, exige que todo acto que pueda causar un perjuicio debe dictarse en un procedimiento que cuente con estas garantías de defensa.

En esta línea, el Tribunal Sancionatorio de la Defensoría del Consumidor para imponer una sanción apegada a Derecho, debe tramitar procedimientos con apego a la ley y garantías constitucionales.

El inicio de dicho procedimiento conforme a la ley puede darse por dos vías:

1. Cuando el Presidente de la Defensoría envíe una denuncia; y,
2. Cuando el Centro de Solución de Controversias envíe una certificación de las diligencias.<sup>134</sup>

En el primer caso, el Presidente de la Defensoría interpondrá la denuncia si se afectan intereses colectivos o difusos, en los términos que fueron descritos en el artículo 53 de la Ley de Protección al Consumidor<sup>135</sup>, y cuando tuviere conocimiento de la conducta infractora por cualquier medio, como el aviso de un consumidor, los periódicos, publicidad vista en la calle, entre otros casos.

Por su parte la remisión de certificaciones del Centro de Solución de Controversias ocurre en caso de falta de acuerdo en medios alternos de

---

<sup>134</sup> Ibidem, Pág. 127.

<sup>135</sup> Art. 53. para efectos de esta Ley se entenderá como intereses colectivos, aquellos que son comunes a un conjunto determinado o determinable de consumidores, vinculados con un proveedor por una relación contractual; y por intereses difusos aquellos en los que se busca la defensa de un conjunto indeterminados de consumidores afectados en sus intereses.

solución de controversias (mediación o conciliación) o por haber desistido las partes de acudir a ellos.<sup>136</sup>

En esta línea, las fases esenciales del procedimiento sancionatorio que señala la ley son:

1. El Tribunal recibe la documentación base para iniciar el procedimiento, la cual puede ser una denuncia proveniente del presidente de la Defensoría, o una certificación de diligencias proveniente del Centro de Solución de Controversias.
2. Se analiza si es procedente iniciar formalmente el procedimiento. En el caso que la denuncia del Presidente de la Defensoría no cumpla con los requisitos legales, se le hará una prevención para que en el plazo máximo de tres días cumpla o subsane lo observado. De no cumplirse se declarará inadmisibile.
3. Para iniciarse el procedimiento se dictará una resolución de inicio y se citará al proveedor para que en el término de cinco días pueda ejercer su defensa, presentando los argumentos que considere necesarios. En esta misma etapa puede darse el incidente para pronunciarse sobre medidas cautelares.
4. Vencido el término, habiendo comparecido o no el proveedor, se abrirá a pruebas el procedimiento. Pueden presentarse las pruebas que admite la legislación común, como testigos, todo tipo de documentación y las que se consideren pertinentes. Las pruebas aportadas en el proceso serán apreciadas según las reglas de la sana crítica.

---

<sup>136</sup> Véase la Ley de Protección al Consumidor Comentada, Pág. 128.

5. Recibidas las pruebas se emitirá la resolución final, en el plazo máximo de diez días, sancionando al proveedor, o declarando que no se estableció la infracción, según corresponda.

6. La resolución final que se emita admitirá el recurso de revocatoria o la solicitud de aclaraciones y correcciones, en su caso. El primer recurso tendrá carácter optativo para efectos de la acción contenciosa administrativa; y las aclaraciones y correcciones podrán hacerse dentro de los cinco días siguientes a la notificación de la resolución o en su caso, a petición del interesado, presentada dentro del plazo improrrogable de tres días siguientes al de la notificación.<sup>137</sup>

La certificación de la resolución firme que imponga una sanción, tendrá fuerza ejecutiva. El infractor deberá hacerla efectiva dentro de los diez días siguientes a aquél en que se le haya notificado la resolución, caso contrario el Presidente de la Defensoría remitirá la certificación al Fiscal General de la República para que haga efectiva la sanción conforme a los procedimientos comunes.<sup>138</sup>

La Fiscalía General de la República es la que se encarga de cobrar las multas que la Defensoría de Protección al Consumidor impone al infractor, cuando este ha cometido infracciones a la ley, en cuyo caso será la Unidad de Procuración la encargada de hacerlas efectivas. Si la resolución contuviere una orden de devolución de dinero o el reintegro de algún bien o

---

<sup>137</sup> Véase la Ley de Protección al Consumidor Comentada, Pág. 129.

<sup>138</sup> Ley de Protección al Consumidor. Art. 149 inc. 2°.

servicio a favor del consumidor, será la Unidad de Defensa a la Sociedad de dicha Institución la que dará cumplimiento a la misma.

Según el espíritu de la Ley, el legislador quiso plasmar que la Defensoría de Protección al Consumidor solo impusiera multas por infracciones y no que decidiera sobre el fondo del asunto.

#### **4.10.3. CAUSAS QUE IMPIDEN LA OBTENCION DE UNA PRONTA Y CUMPLIDA JUSTICIA CON DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO QUE SIGUE LA DEFESORIA DEL CONSUMIDOR.**

A continuación enumeramos algunas de las causas que impiden la obtención de una justa y cumplida justicia.

##### **4.10.3.1 CAUSAS ADMINISTRATIVAS.**

- 1) La Defensoría de Protección al Consumidor desde su creación no ha contado con los recursos y técnicas adecuadas para su funcionamiento, lo que ha ocasionado descoordinación en las funciones que realizan, lo que redundo en la falta de claridad de las tareas, objetivos, metas institucionales y el aporte que deben brindar a la sociedad y a la economía del país, se ve reflejado en la imagen y percepción que los usuarios tienen de los servicios que ésta presta.
- 2) Falta de una coordinación adecuada, en las funciones que desempeña cada persona, así como también las unidades involucradas en resolver los conflictos que se generan entre proveedores y consumidores; a la vez el tipo de comunicación que existe son factores que impiden el buen desempeño en las labores que se

realizan, lo cual ocasiona aislamiento entre las unidades vinculadas, por lo que se genera un exceso de burocracia en los procedimientos que se requieran para llevar a cabo algún tipo de trámite.

- 3) La falta de motivación mediante un proceso permanente y constante de capacitación influyen a la no realización de la productividad en los servicios que presta la Defensoría al consumidor, ya que con la capacitación se lograría introducir a los empleados en un proceso de acción que les ayude a desarrollar estrategias para cambios positivos, facilitar la comunicación efectiva de todos, compartir información y recursos, debido a que el esfuerzo combinado es más favorable que los que se llevan a cabo de forma individual.<sup>139</sup>

#### **4.10.3.2. CAUSAS ECONOMICAS.**

Una de las causas que impiden el desarrollo de un Procedimiento efectivo por la Defensoría, es la escasez de los recursos destinados a su presupuesto, el cual limita en la práctica la efectividad y la eficiencia de los mecanismos que la ley le otorga para tutelar los derechos de los consumidores.

Se configura así, un sistema caracterizado por bajos niveles de eficiencia en el cumplimiento de sus objetivos y por la duplicidad de acciones y competencias que sumado a la carencia estructural de recursos presupuestarios de ésta institución y dependencia, pinta un panorama poco alentador para la efectiva protección de los consumidores.<sup>140</sup>

---

<sup>139</sup> Ibidem, Pág. 135.

<sup>140</sup> Ibidem, Pág. 136.

#### **4.11. Derecho Comparado: Argentina, España, México versus El Salvador.**

Estos son algunos de los países que tienen más avances en cuanto a la regulación en materia de derechos al consumidor.

##### **4.11.1. ARGENTINA**

La Protección del Consumidor en Argentina<sup>141</sup> se tiene como punto de partida el establecimiento de una situación de cierto equilibrio en la relación que se da entre las partes, lo anterior a consecuencia de detectarse la existencia de un vínculo denominado relación de consumo, que es aquella que se da entre un proveedor de bienes o servicios profesionales y un adquirente, que se plantea de antemano impregnada de una profunda disparidad. Precisamente, con el objeto de aclarar la desigualdad en las relaciones entre los contratantes, como resultado de encontrarse enfrentados por un lado, la empresa moderna con todo su arsenal de recursos, y por el otro, el consumidor solo y desprotegido, es que nace la idea de la protección jurídica de los Consumidores y Usuarios.

El día 22 de Septiembre del año de 1993, se publicó en Argentina, la denominada Ley de Defensa del Consumidor, dando inicio así una etapa de serios avances en la Protección de los Consumidores y Usuarios. En lo que a Contratos de Seguros se refiere, la Ley de Defensa del Consumidor determina las pautas que deben considerarse, a fin de calificar como abusiva a una cláusula contractual.

---

<sup>141</sup> Instituto Nacional del Consumo. Estudios sobre Consumo, número 50 1999, Págs. 113-120.

La Ley de Defensa del Consumidor determina el mecanismo que deberá llevarse a cabo para determinar la existencia de cláusulas abusivas. De esta manera establece un filtro por el que deberán pasar los contratos de consumo; para detectar así cuales pueden ser las condiciones que se consideran no convenidas, o abusivas; este filtro consiste en determinar si las cláusulas del acuerdo implican una desnaturalización de las obligaciones o una limitación a la responsabilidad por daños, una renuncia o bien restricción de los Derechos del Consumidor, ampliación de los Derechos de la otra parte, o una inversión de la carga de la prueba en perjuicio del Consumidor.

En cuanto a las cláusulas ambiguas, la Ley de Defensa del Consumidor consagra el Principio de Interpretación Contra Preferente. Así el Art. 32 de dicha Ley sienta como Principio Básico el In dubio Pro-Consumidor, lo cual tiene su principio general en el Art. 3 de la misma ley, que dice: En caso de duda se estará siempre a la interpretación más favorable para el Consumidor, y el Art. 37 de la Ley de Defensa del Consumidor <sup>142</sup> se refiere a la Interpretación del Contrato y el anterior a la Interpretación de la Ley, ambos son un complemento que se coordinan para el mismo objetivo: la protección del Consumidor.

Son importantes los avances que se han logrado desde la vigencia de la Ley de Defensa al consumidor en lo que a responsabilidad por daños respecta, dividiéndose en responsabilidad contractual y responsabilidad extracontractual.

---

<sup>142</sup> “La Interpretación del Contrato se hará en el sentido más favorable para el Consumidor”.

En cuanto a las Asociaciones de Consumidores, la posibilidad de crearlas con facultades especiales, es una de las más interesantes novedades de la Ley de Defensa del consumidor. Las Funciones de las Asociaciones de los Consumidores y Usuarios, se encuentran prácticamente resumidas en un solo artículo de la Ley, el Art. 17 en el cual se establecen los Fines que deben perseguir estas Organizaciones son los siguientes:

- La función de Defensa de los Intereses de los Consumidores ante la justicia, la autoridad de aplicación de la normativa en análisis y otros Organismos Estatales o Privados.
- La Facultad de Asesorar a los Consumidores sobre todo aquello que pueda resultarles de utilidad como precios, condiciones de compra, calidad de productos.
- Desarrollar todo tipo de tareas que tenga como objeto el hacer mas eficiente la aplicación de la normativa vigente.
- La Organización, realización y divulgación de estudios sobre la temática del consumo, y
- Realizar cualquier tipo de emprendimiento que tienda a la Defensa o Protección de los Intereses de los Consumidores.

Estas Asociaciones tienen limitantes, ya que son una consecuencia lógica de la función social que desempeñan, tales como: la participación en actividades partidaristas, debiendo ser independientes de toda forma de actividad profesional, comercial o productiva.

La Ley de Protección al Consumidor Vigente en El Salvador<sup>143</sup>, contempla el derecho de agruparse en asociaciones de consumidores<sup>143</sup> para la protección de sus intereses.

Estas asociaciones cumplen un rol importante en la protección de los consumidores, sobre todo en la difusión de sus derechos y obligaciones, en el suministro de información, y en la participación en programas educativos que forma consumidores capaces de discernir con el fin de hacer elecciones bien fundadas de bienes y servicios.

La Ley de Protección al Consumidor establece que las Asociaciones deben de cumplir con algunos requisitos<sup>144</sup> para ser acreditadas, deben ser organizaciones representativas en los diferentes ámbitos y niveles. Según el Art. 164 de la Ley de Protección al Consumidor.

En Argentina la Ley de Defensa del Consumidor en su exposición de motivos claramente establece que la Interpretación de la Ley debe hacerse en el sentido más favorable para el Consumidor, de ahí se desprende el Sistema de Garantías de Protección al Consumidor.

Dentro de las referidas garantías que establece dicha legislación se pueden citar como importantes lo preceptuado en algunas disposiciones legales: Para el caso el Art. 11 de la Ley de Defensa del Consumidor eleva a la

---

<sup>143</sup> La asociación de consumidores son agrupaciones que velan por esta defensa, independientes de intereses partidistas o económicos.

<sup>144</sup> a) Estar completamente desinteresadas en la promoción de las causas comerciales o políticas; b) No tener fines de lucro; c) No aceptar anuncios de carácter comercial en sus publicaciones; d) No permitir una explotación comercial proporcionando información incompleta en los consejos que ofrezca al consumidor; e) No recibir donaciones, aportes o contribuciones de partidos políticos ni de empresas comerciales, industriales o proveedoras de servicio, privadas o estatales, nacionales o extranjeras; y f) No utilizar medios o acciones injuriantes o difamatorias que dañen o atenten contra la imagen de los proveedores.

categoría de obligatoriedad que la Garantía se pacte o no, desde el momento de la adquisición de un bien o la prestación de un servicio, la cual no podrá ser inferior a un mínimo de tres meses, al respecto nuestra Ley de Protección al Consumidor en el Art. 33 establece que: cuando el Consumidor adquiriera un bien o producto y la venta fuere acompañada de una garantía de uso o funcionamiento deberá expresarse de manera clara en el contrato las condiciones, forma, plazo, así como el establecimiento en que el consumidor pueda hacerla efectiva y la individualización de las personas naturales o jurídicas que la extiendan.

La eficacia de la garantía es uno de los mayores problemas que enfrenta el Consumidor en El Salvador, debido al mal servicio que prestan los comerciantes posterior a la adquisición de los productos; así como también, la deficiente calidad de los mismos.

Por otra parte la Ley de Defensa del consumidor en el Art. 13<sup>145</sup>, establece la responsabilidad solidaria en el caso que existan empresas prestatarias de bienes o servicios, cuyos accionistas se comprometan a reparar daños o indemnizar a terceros al momento de suscitarse vicios ocultos en los

---

<sup>145</sup> Artículo 13: RESPONSABILIDAD: Son solidariamente responsables del otorgamiento y cumplimiento de la garantía legal, los productores, importadores, distribuidores y vendedores de las cosas comprendidas en el artículo 11. Artículo 11: GARANTÍAS: Cuando se comercialicen cosas muebles no consumibles, artículo 2.325 del Código Civil, el consumidor y los sucesivos adquirentes gozarán de garantía legal por los defectos o vicios de cualquier índole, aunque hayan sido ostensibles o manifiestos al tiempo del contrato, cuando afecten la identidad entre lo ofrecido y lo entregado y su correcto funcionamiento. La garantía legal tendrá vigencia por tres (3) meses a partir de la entrega, pudiendo las partes convenir un plazo mayor. En caso en que la cosa deba trasladarse a la fábrica o taller habilitado, el transporte será realizado por el responsable de la garantía y serán a su cargo los gastos de flete y seguros y cualquier otro que deba realizarse para la ejecución del mismo.

productos o servicios que ofrecen a sus adquirentes. Al respecto en el ámbito salvadoreño si regula en el artículo 35.<sup>146</sup>

En Argentina el Art. 17 de la Ley de Defensa del Consumidor regula la sustitución de un producto deteriorado por uno nuevo, figura que nuestra normativa de protección al Consumidor, la regula en el Art. 34.<sup>147</sup>

Un aspecto no menos importante que regula la Ley de Defensa del Consumidor en Argentina, es lo relativo a la prohibición de la publicidad engañosa, regulado en su Art. 22<sup>148</sup>; al respecto nuestra ley regula en los Artículos 4 literal j), 17 y 18, de la Ley de Protección al Consumidor;<sup>149</sup> al

---

<sup>146</sup> Art. 35.- Las acciones u omisiones de quienes producen, importan, suministran, comercializan o facilitan productos o servicios que causen daños o perjuicios a los consumidores, darán lugar a la responsabilidad solidaria de tales proveedores, a menos que conste o se acredite que se han cumplido debidamente las exigencias y requisitos establecidos por leyes, reglamentos y normativas. Ley de Protección al Consumidor. 2005.

<sup>147</sup> Art. 34.- La garantía comprenderá las reparaciones necesarias para el buen funcionamiento del bien, y habiéndose intentado la reparación del defecto que reduce sustancialmente el uso, valor o seguridad del bien dos o más veces sin poder corregirlo, el consumidor tendrá derecho a elegir entre las siguientes opciones: al cumplimiento de la oferta, si esto fuere posible; la sustitución del bien por otro de diferente naturaleza; la reducción del precio o la devolución de lo pagado.

En el caso de sustitución del bien por otro de la misma naturaleza, el nuevo tendrá las mismas garantías del bien originalmente adquirido, por el plazo que quedare pendiente.

El termino durante el cual el bien este en reparación no se contará en el plazo de la garantía. Ley de Protección al Consumidor, 2005.

<sup>148</sup> Artículo 22: SUPUESTOS NO INCLUIDOS EN EL PRESUPUESTO: Todo servicio, tarea o empleo material o costo adicional, que se evidencie como necesario durante la prestación del servicio y que por su naturaleza o características no pudo ser incluido en el presupuesto original, deberá ser comunicado al consumidor antes de su realización o utilización. Queda exceptuado de esta obligación el prestador del servicio que, por la naturaleza del mismo, no pueda interrumpirlo sin afectar su calidad o sin daño para las cosas del consumidor.

<sup>149</sup> Art. 4.- Sin perjuicio de los demás derechos que se deriven de la aplicación de otras leyes, los derechos básicos de los consumidores son los siguientes:  
j) Ser protegidos de prácticas abusivas y de la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos;...

CLÁUSULAS ABUSIVAS

---

Art. 17.- Se considerarán cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones que, en contra de las exigencias de la buena fe, causen en perjuicio de consumidor, un desequilibrio en los derechos y obligaciones de las partes, tales como:

- a) Exonerar, atenuar o limitar la responsabilidad de los proveedores en relación a los daños causados por el consumo o uso de los bienes o servicios prestados;
- b) Permitir al proveedor modificar unilateralmente en perjuicio del consumidor, las condiciones y términos del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;
- c) Desnaturalizar las obligaciones derivadas de la contratación a cargo de los proveedores;
- d) Renunciar anticipadamente a los derechos que la ley reconoce a los consumidores o que, de alguna manera limiten su ejercicio o amplíen los derechos de la otra parte;
- e) Invertir la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;
- f) Establecer la prórroga del contrato sin la voluntad del consumidor;
- g) Estipular cargos por pago anticipado, salvo que se trate de proveedores de servicios financieros, en cuyo caso se aplicará lo establecido en el Art. 19, literal m) de esta ley; y
- h) Imponer cualquier medio alternativo de solución de controversias en los contratos de adhesión.

El carácter abusivo de una cláusula se evaluará teniendo en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato, las circunstancias que concurran en el momento de su celebración y las demás cláusulas del mismo o de otro del que éste dependa. Se tendrán por no escritas las cláusulas, condiciones y estipulaciones en las que se determine el carácter abusivo.

#### PRÁCTICAS ABUSIVAS

Art. 18.- Queda prohibido a todo proveedor:

- a) Condicionar la venta de un bien o la prestación de un servicio a la adquisición de otro, salvo que por la naturaleza de los mismos, sean complementarios, sean parte de las ofertas comerciales o que por los usos y costumbres sean ofrecidos en conjunto;
- b) Condicionar la contratación a que el consumidor firme en blanco letras de cambio, pagarés, facturas o cualquier otro documento de obligación, u otro considerado como anexo del contrato; salvo que, tratándose de títulos valores, los requisitos omitidos los presuma expresamente la ley. Para los efectos de este literal, las letras de cambio y pagarés deberán contener como mínimo el nombre del deudor, el monto de la deuda, la fecha y lugar de emisión;
- c) Efectuar cobros indebidos, tales como cargos directos a cuenta de bienes o servicios que no hayan sido previamente autorizados o solicitados por el consumidor. En ningún caso el silencio podrá ser interpretado por el proveedor como señal de aceptación del cargo de parte del consumidor;
- d) Negar al consumidor servicios de mantenimiento o de repuestos de piezas de un bien, solamente por no haberlo adquirido en ese establecimiento;
- e) Discriminar al consumidor por motivos de discapacidad, sexo, raza, religión, edad, condición económica, social o política;
- f) Realizar gestiones de cobro difamatorias o injuriantes en perjuicio del deudor y su familia, así como la utilización de medidas de coacción físicas o morales para tales efectos;
- g) Compartir información personal y crediticia del consumidor, ya sea entre proveedores o a través de entidades especializadas en la prestación de servicios de información, sin la debida autorización del consumidor.
- h) La utilización de cualquier maniobra o artificio para la consecución de alza de precios o acaparamiento de alimentos o artículos de primera necesidad; e
- i) Negarse a detallar el destino de todo pago que efectúe el consumidor; Cuando se formalicen contratos en los cuales se utilicen letras de cambio, pagarés o cualquier otro documento de obligación, como una facilidad para reclamar el pago que deba efectuar el consumidor, deberá hacerse constar tal circunstancia en el instrumento respectivo.

igual que la legislación argentina la prohibición de la publicidad engañosa que se haga de los productos ó servicios ofrecidos, así como la inclusión de datos falsos que puedan inducir a engaño al consumidor.

#### **4.11.2. ESPAÑA.**

La promulgación de la Constitución Española de 1978,<sup>150</sup> marca un hito fundamental para la protección de los consumidores, al incluir en el artículo 51<sup>151</sup> dedicado específicamente a consagrar esa protección, que literalmente dice:

Los poderes públicos garantizan la defensa de los consumidores y usuarios protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

Los poderes públicos promoverán la importación y la educación de los consumidores y usuarios, fomentaran sus organizaciones y oirán a estas en las cuestiones que puedan afectar aquellos, en los términos que la ley establezca.

---

En estos casos, si el consumidor pagare no estando vencido el documento, el proveedor deberá deducir de su importe el descuento calculado al tipo de interés pactado en éste o al tipo de interés legal, en su caso. Ley de Protección al Consumidor, 2005.

<sup>150</sup> Constitución de España. Ratificada el 31 de Octubre de 1978.

<sup>151</sup> Artículo 51: “1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. 2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la Ley establezca. 3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la Ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.”

En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.

Este artículo ha venido a reconocer al más alto nivel los derechos que con carácter general se considera que deben tener los consumidores y su efecto fundamental radica, según el artículo 53, apartado 3, de la Constitución, en que su contenido se constituye en principios que ha de inspirar las nuevas leyes que se promulguen y también la actuación de las autoridades y los tribunales. Esta última función del precepto constitucional es particularmente importante pues viene a significar que, en caso de duda sobre la interpretación de una norma determinada cuando se invoque o pueda aplicarse a una operación realizada con consumidores, deberá interpretarse de manera coherente con lo dispuesto del artículo 51 de la Constitución.

Otro aspecto de igual trascendencia, consiste en que las Cortes deberán elaborar las leyes que, al igual que ocurre en otros países más avanzados en esta materia sirvan para llevar a la práctica los derechos que a los consumidores reconoce el artículo 51 de la Constitución, especialmente en aquellos ámbitos en que el reconocimiento de tales derechos sea revelado de especial importancia.

En España, se habla de un movimiento de protección de los consumidores hasta los años 60's, que fue cuando se implementó una serie de disposiciones legales tendientes a defender a los consumidores y usuarios en diversos ámbitos.

De ello se desprende que algunas disposiciones tengan por objeto la regulación de determinadas operaciones dentro de la esfera económica y que incluían normas protectoras de los consumidores, como por ejemplo la Ley de Ventas de bienes muebles a plazos de fecha 17 de julio de 1965 o la Ley de 27 de julio de 1968, sobre percepción de cantidades anticipadas en la construcción y venta de viviendas, de aquellas otras cuyo objeto era la regulación de diversas etapas de las actuaciones de los empresarios en el mercado, que podían afectar a cualesquiera de las operaciones celebradas dentro de la esfera económica.

Estas disposiciones son ciertamente las más significativas desde el punto de vista de la protección de los consumidores y no es de sorprenderse; por ello, es que puede afirmarse que son textos legales con características que marcan los hitos más significativos del comienzo de la protección de los consumidores en el Derecho Positivo Español.<sup>152</sup> Se trata concretamente de tres Cuerpos Normativos: La Ley sobre represión de las prácticas restrictivas de la competencia, de fecha 20 de julio de 1963; el Estatuto de la Publicidad, de fecha 11 de junio de 1964 y el Decreto sobre Disciplina de Mercado, de fecha 17 de noviembre de 1966.

### **Legislación de la libre Competencia.**

La Legislación protectora de la libre competencia, constituye una pieza fundamental para la protección de los consumidores. En el famoso mensaje dirigido al Congreso por el Presidente John Fitzgerald Kennedy con fecha 15

---

<sup>152</sup> Cruz Rivas, Jeannette Celina: Causas que impiden la obtención de una pronta y cumplida justicia con el procedimiento administrativo que sigue la Dirección General de Protección al consumidor, Tesis (UES); 2002.

de marzo de 1962 se decía que Las protecciones más básicas y duraderas para el derecho de los consumidores a escoger a un precio competitivo, son las distintas leyes dirigidas a asegurar una competencia efectiva y a impedir los monopolios. Esa función favorecedora de los consumidores aparece clara en la Ley sobre represión de las prácticas restrictivas de la competencia.

La finalidad básica de esta Ley consiste en prohibir las denominadas prácticas colusorias que se deriva de colusión, y significa convenio, contrato, inteligencia entre dos o más personas, hecha en forma fraudulenta y secreta con el objeto de engañar o perjudicar a un tercero y prácticas abusivas; en cuanto a las practicas colusorias, la Ley prohíbe en su Art. 1 aquellas que surgen de convenios, decisiones o conductas conscientemente paralelas, que tengan por objeto o produzcan el efecto de impedir, falsear o limitar la competencia en todo o en parte del mercado nacional. Y las prácticas abusivas que establece el Art. 2, que son aquellas mediante las cuales, una o varias empresas, explotan su posición de dominio en la totalidad o en parte del mercado, de manera injustificada lesiva para la economía nacional, los intereses de los consumidores, o la actuación de los restantes competidores.

Encontrándose en nuestra legislación regulado en los Art.4 literal j)<sup>153</sup> , 17<sup>154</sup> y 18<sup>155</sup> de la Ley de Protección al Consumidor.

---

<sup>153</sup> Art. 4.- “ Sin perjuicio de los demás derechos que se deriven de la aplicación de otras leyes, los derechos básicos de los consumidores son los siguientes:...j) Ser protegidos de prácticas abusivas y de la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos;...” Ley de Protección al Consumidor, 2005.

<sup>154</sup> Art. 17.- Se considerarán cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones que, en contra de las exigencias de la buena fe, causen en perjuicio del consumidor, un desequilibrio en los derechos y obligaciones de las partes, tales como:

- a) Exonerar, atenuar o limitar la responsabilidad de los proveedores en relación a los daños causados por el consumo o uso de los bienes o servicios prestados;
- b) Permitir al proveedor modificar unilateralmente en perjuicio del consumidor las condiciones y

---

términos del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;

c) Desnaturalizar las obligaciones derivadas de la contratación a cargo de los proveedores;

d) Renunciar anticipadamente a los derechos que la ley reconoce a los consumidores o que, de alguna manera limiten su ejercicio o amplíen los derechos de la otra parte;

e) Invertir la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;

f) Establecer la prórroga del contrato sin la voluntad del consumidor ;

g) Estipular cargos por pago anticipado, salvo que se trate de proveedores de servicios financieros, en cuyo caso se aplicará lo establecido en el Art. 19, literal m) de esta ley; y

h) Imponer cualquier medio alternativo de solución de controversias en los contratos de adhesión.

El carácter abusivo de una cláusula se evaluará teniendo en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato, las circunstancias que concurran en el momento de su celebración y las demás cláusulas del mismo o de otro del que éste dependa. Se tendrán por no escritas las cláusulas, condiciones y estipulaciones en las que se determine el carácter abusivo. Ley de Protección al Consumidor, 2005.

<sup>155</sup> Art. 18.- Queda prohibido a todo proveedor:

- a) Condicionar la venta de un bien o la prestación de un servicio a la adquisición de otro, salvo que por la naturaleza de los mismos, sean complementarios, sean parte de las ofertas comerciales o que por los usos y costumbres sean ofrecidos en conjunto;
- b) Condicionar la contratación a que el consumidor firme en blanco letras de cambio, pagarés, facturas o cualquier otro documento de obligación, u otro considerado como anexo del contrato; salvo que, tratándose de títulos valores, los requisitos omitidos los presuma expresamente la ley. Para los efectos de este literal, las letras de cambio y pagarés deberán contener como mínimo el nombre del deudor, el monto de la deuda, la fecha y lugar de emisión;
- c) Efectuar cobros indebidos, tales como cargos directos a cuenta de bienes o servicios que no hayan sido previamente autorizados o solicitados por el consumidor. En ningún caso el silencio podrá ser interpretado por el proveedor como señal de aceptación del cargo de parte del consumidor;
- d) Negar al consumidor servicios de mantenimiento o de repuestos de piezas de un bien, solamente por no haberlo adquirido en ese establecimiento;
- e) Discriminar al consumidor por motivos de discapacidad, sexo, raza, religión, edad, condición económica, social o política;
- f) Realizar gestiones de cobro difamatorias o injuriantes en perjuicio del deudor y su familia, así como la utilización de medidas de coacción físicas o morales para tales efectos;
- g) Compartir información personal y crediticia del consumidor, ya sea entre proveedores o a través de entidades especializadas en la prestación de servicios de información, sin la debida autorización del consumidor.
- h) La utilización de cualquier maniobra o artificio para la consecución de alza de precios o acaparamiento de alimentos o artículos de primera necesidad; e
- i) Negarse a detallar el destino de todo pago que efectúe el consumidor;
- Cuando se formalicen contratos en los cuales se utilicen letras de cambio, pagarés o cualquier otro documento de obligación, como una facilidad para reclamar el pago que deba efectuar el consumidor, deberá hacerse constar tal circunstancia en el instrumento respectivo. En estos casos, si el consumidor pagare no estando vencido el documento, el proveedor deberá deducir de su importe el descuento calculado al tipo de interés pactado en éste o al tipo de interés legal, en su caso. Ley de Protección al Consumidor, 2005.

### **Estatuto de la Publicidad.**

El Estatuto de la Publicidad surgió un año después de la promulgación de la Ley sobre represión de las prácticas restrictivas de la competencia, cuyo fin es el de proteger a los consumidores.

En la defensa que del proyecto se hizo en las Cortes Españolas, se pusieron de manifiesto dos principios básicos, el primero de ellos es el de veracidad, que protege no sólo la verdad en el contenido publicitario, sino que ampara sobre todo al consumidor que, como destinatario final de las declaraciones o manifestaciones publicitarias no puede ser inducido a error a través de una publicidad deformada.

El segundo principio que regula es el de autenticidad, el cual dispone que el público tiene el derecho a que toda actividad publicitaria se identifique fácilmente como tal actividad.

Se ha señalado con razón por la doctrina, que en especial los principios generales de la actividad publicitaria de veracidad y de competencia leal (que prohíbe la actividad publicitaria dirigida a producción, confusión, descrédito o que sea contraria a las normas de corrección y buenos usos mercantiles), enunciados en los Arts. 8 y 10 del Estatuto que tienen como finalidad evidente la de proteger a los consumidores.

En España la protección a los consumidores es evidente, ya que cuenta con leyes específicas para cada problemática, En nuestro país, no se cuenta con leyes que regulen de manera directa este problema; sin embargo el Código de Comercio en el Título IV del Capítulo II regula las limitantes para ejercer la Actividad Mercantil y evitar los abusos dentro de la misma.

Otro de los medios de protección con los que cuenta España es el Estatuto de la Publicidad que en esencia dispone que es preciso proteger no sólo la veracidad de la publicidad sino que a la vez amparar al consumidor en su calidad de destinatario final, de las manifestaciones publicitarias para no caer en error, producto de una mala publicidad. En El Salvador el medio legal que protege a los consumidores de la publicidad que se hace de los productos o servicios ofrecidos, lo encontramos regulado en el La Ley de Protección al Consumidor regula la publicidad engañosa en el art. 4 literal b) y Art. 31 inciso 4.<sup>156</sup>

Por otra parte el Art. 18 establece que cuando en el mercado hubieren promociones y ofertas especiales de productos o servicios, todo comerciante está en la obligación de informar al público consumidor por cualquier medio publicitario en lugares visibles del establecimiento, las condiciones y tiempo de duración de las mismas de igual forma la cantidad y estado de los productos. La doctrina Española con respecto a esta disposición legal tiene como última finalidad la de promover el incremento de las ventas de un bien o servicio, facilitar su colocación en el mercado, por ello, la publicidad debe contener suficiente información veraz, de manera que permita al público consumidor conocer las condiciones generales y particulares de los

---

<sup>156</sup> Art. 4.- “Sin perjuicio de los demás derechos que se deriven de la aplicación de otras leyes, los derechos básicos de los consumidores son los siguientes:

b) Ser protegido contra la publicidad engañosa o falsa, en los términos establecidos en el inciso cuarto del Art. 31 de esta ley;...”

Art. 31.- “... La responsabilidad por publicidad engañosa o falsa recaerá sobre el proveedor o anunciante que haya ordenado su difusión, no sobre la agencia o agente de publicidad que contrate la pauta, ni sobre el medio que la difunda. Para mejor proveer, la Defensoría del Consumidor solicitará opinión al Consejo Nacional de la Publicidad, la cual no tendrá carácter vinculante...” Ley de Protección al Consumidor, 2005.

productos o servicios que se ofrecen. En lo que a la Oferta se refiere la doctrina de España explica que no tiene que ser necesariamente una promoción, ni ser divulgada por un medio publicitario, pero ello no impide que la oferta cumpla una función promocional y que por ende se difunda en el mercado mediante actos publicitarios.

En El Salvador, la Ley de Protección al Consumidor busca la protección preventiva de los intereses de los consumidores ante un anuncio o comunicación que pueda inducir a engaño, error o confusión. Alguna práctica publicitaria que se realiza en nuestro país, se distingue por ser de expresión carente de contenido y de información objetiva, veraz y exacta. Cuyo objetivo es de incitar la compra o contratación de un producto o servicio, sin importar que se aumente la descripción de las cualidades que se ofrece.

En España, tomando en consideración la prioridad de proteger a los consumidores, se creó como ya se expuso anteriormente una secuencia de normas que protegieran de forma espontánea al consumidor como tal en diversos ámbitos de la actividad económica. En nuestro país no existen leyes especiales que regulen las múltiples relaciones de consumo que se dan entre comerciantes y consumidores; situación que pone a El Salvador en desventaja frente a la legislación Española, pues nuestra Ley de Protección al Consumidor no incluye todas las formas protectoras de los consumidores dentro de nuestro derecho.

Por otra parte, no se valora la necesidad de fortalecer o propiciar el apareamiento de otras normas que regulen cada una de las instituciones jurídicas que la ley no desarrolla. Como consecuencia de lo anterior, los consumidores salvadoreños están expuestos a todo tipo de falacia o

arbitrariedades que se cometan en los nexos que se originan entre proveedor y consumidor.

#### **4.11.3 MEXICO.**

Desde el año de 1976, la Ley Federal de Protección al consumidor ha sido el instrumento esencial de la política social del Estado para regular las relaciones de adquisición, uso y disfrute de bienes y la prestación de servicios entre proveedores y la población consumidora. A esta Ley se le han hecho una serie de reformas como lo son las facultades de acción y resolución que se le otorgan a la Procuraduría Federal del Consumidor, la inclusión de la conciliación y el arbitraje que permiten resolver en forma expedita las controversias entre consumidores y proveedores.

Las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor son de acuerdo a lo establecido en su art. 1 y establecen que la misma es, de carácter irrenunciable y prevalece sobre cualquier otra ley, prácticas, usos o estipulaciones contractuales.<sup>157</sup>

Esta ley a diferencia de la nuestra, establece la existencia de autoridades federales, estatales y municipales que velen por la protección del consumidor así como, la existencia de órganos auxiliares que apliquen la ley como la Procuraduría para la Defensa del Consumidor que es un organismo descentralizado de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio propio y con funciones de autoridad administrativa encargada de los

---

<sup>157</sup> Artículo 1: A presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la republica. sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario.

consumidores y usuarios, además protege los derechos de los arrendatarios con el Distrito Federal, cuando se trate de arrendamientos para habitación, esto según lo regulado en el art. 2º y al 57 bis<sup>158</sup> de la Ley Federal de Protección al Consumidor, esta Procuraduría tiene delegaciones en todos y cada uno de los Estados de la República Federal de México.

El Procedimiento Administrativo que establece esta ley es breve y consiste en lo siguiente:

- 1- Presentar la queja por parte del consumidor.
- 2- Pedir informe por escrito al proveedor que ha sido señalado de haber cometido la infracción, sobre los hechos, estableciendo un plazo de 5 días para hacerlo. Si del informe del proveedor se infiere que está dispuesto a satisfacer la reclamación; previa comprobación de la satisfacción del consumidor, se da por concluido el caso.

Sí no queda satisfecha la reclamación del consumidor, se cita a este y al proveedor a una audiencia de conciliación de la cual se levanta un acta, el proveedor queda obligado a alguna prestación. Lo cual no significa que el proveedor está obligado a hacer alguna propuesta de arreglo, si el consumidor no asiste a la audiencia se le tendrá por desistida su reclamación y se da el principio NON BIS IN IDEM o no otra vez sobre lo mismo, lo que significa que el consumidor no podrá presentar otra reclamación ante la misma procuraduría por el mismo hecho. Lo cual no quiere decir que el proveedor está obligado a hacer alguna propuesta de arreglo. Si no se logra

---

<sup>158</sup> artículo 57: “En todo establecimiento de prestación de servicios, deberá exhibirse a la vista del público la tarifa de los principales servicios ofrecidos, con caracteres claramente legibles. las tarifas de los demás, en todo caso, deberán estar disponibles al público.”

la conciliación, la Procuraduría Federal del Consumidor los invitará a que de común acuerdo designen árbitros de derecho, lo cual se hace constar en acta. La resolución o Laudo Arbitral solo admite el recurso de aclaración.

Si con la realización de los actos previos de la conciliación y el arbitraje no se lograre, ni se resolviere mediante éstos medios, se da inicio a un procedimiento administrativo donde hay un término de prueba, que no debe exceder de 10 días hábiles, luego se hacen los alegatos (15 días), posteriormente se dicta la resolución, la cual puede ser multa de hasta cien veces el salario mínimo general del distrito Federal.

Esta ley se desarrolla más ampliamente en 3 Reglamentos, estos son:

- 1- Reglamento del Art. 29 bis, que tiene como objeto establecer las reglas de operación del sistema de comercialización, así como los procedimientos para obtener la autorización a fin de operar dicho sistema.
- 2- Reglamento del capítulo octavo de la Ley Federal de Protección al Consumidor: que pretende definir la estructura orgánica de la Procuraduría Federal del Consumidor, mediante el establecimiento de las bases de la organización y funcionamiento de la misma.
- 3- El Reglamento Sobre Promociones y efectos: que sienta las normas y procedimientos para realizar, promociones de bienes, promociones de servicios y ofertas comerciales.

Para lo cual existe una Secretaría de Comercio y fomento Industrial que aplica las disposiciones de este Reglamento. Este Reglamento comprende a los bienes que tengan alguna deficiencia, sean usados o reconstruidos.

Nuestra Ley de Protección al Consumidor concuerda con la Ley Federal de Protección al Consumidor en cuanto a los sujetos a quienes se les aplican dichas normativas, ya que ambas en su Art. 2 establecen: Quedan sujetos a las disposiciones de esta Ley los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los organismos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución, comercialización de bienes o prestación de servicios públicos o privados a consumidores, con la diferencia que la Ley Federal de Protección al Consumidor en el Art. 2 inc. 2º incluye además como sujetos obligados al cumplimiento de esta Ley a los arrendadores y arrendatarios de bienes destinados para habitación en el Distrito Federal, en nuestro medio el contrato de arrendamiento se encuentra regulado en la Ley de Inquilinato, Art. 1 lit a) si fuere de carácter comercial o industrial cuyo activo exceda de quince mil colones, se aplicará lo dispuesto en el Título XXVI, Capítulo V del Código Civil.

En cuanto a los Actos Jurídicos regulados en ambas legislaciones, nuestra Ley de Protección al Consumidor es más amplia que la de México, al regular en el Art. 2 como actos jurídicos Cualquier clase de bienes y servicios, incluyendo servicios públicos, privados y profesionales, la Ley Federal exceptúa en el Art. 4 los Servicios Profesionales.<sup>159</sup>

Con respecto a la Garantía que debe acompañar a un bien o servicio, La Ley de Protección al Consumidor establece en el Art. 33 que las garantías ofrecidas por los proveedores sobre bienes y servicios deberán expresarse

---

<sup>159</sup> Artículo 4: Son auxiliares en la aplicación y vigilancia de esta ley las autoridades federales, estatales y municipales.

claramente en el documento contractual o en documento anexo<sup>160</sup>. En México la garantía debe ser clara y precisa, indicando su alcance, duración y condiciones, así como los establecimientos y la forma en que pueda hacerse efectiva, si la garantía no cumple con estos requisitos puede prohibirse su ofrecimiento Art. 11 Ley Federal de Protección al Consumidor, lo que pone en desventaja al Consumidor con respecto a la adquisición de un bien o a la prestación de un servicio.

En lo que a Publicidad respecta, tanto la Ley de Protección al Consumidor salvadoreña como la Ley Federal de Protección al Consumidor de México prohíben en los Art. 4 y 5 respectivamente cualquier circunstancia que pueda inducir al consumidor a engaño, error o confusión, previniendo las dos legislaciones el interés del consumidor de estar informado de la calidad del producto o servicio que va a recibir.

---

<sup>160</sup> El documento contractual o el documento anexo, debe contener: las condiciones, formas y plazo de la garantía de uso o funcionamiento con que se adquiere el bien , las responsabilidades del consumidor, la forma en que debe hacerse efectiva y la individualización de las personas naturales so jurídicas que las extienden y que las cumplirán.

## **CAPITULO V: ANÁLISIS DE SENTENCIA SOBRE DERECHOS AL CONSUMIDOR**

Este análisis se ha desarrollado de acuerdo a la Impugnación de la resolución número 051- DV5592-03, pronunciada por la Dirección General de Protección al Consumidor a las once horas del día quince de junio de dos mil cuatro, mediante la cual ordena a la sociedad Comercial Portillo Sociedad Anónima de Capital Variable, del domicilio de la ciudad de Apopa, por medio de su apoderada general judicial licenciada Rosa Elsa González Burgos de Moreno conocida por Rosa Elsa González de Moreno a reintegrar a la señora Milagro del Consuelo Valladares Mancilla la cantidad de seiscientos ocho dólares con cincuenta y siete centavos de dólar y además le impone multa por la cantidad de diez mil colones equivalentes a mil ciento cuarenta y dos dólares con ochenta y seis centavos de dólar.

Los antecedentes de hechos de dicha sentencia fueron: La demandante señora Milagro del Consuelo Valladares Mancilla interpuso denuncia en contra de la Comercial Portillo Sociedad Anónima de Capital Variable, ante la Dirección General de Protección al Consumidor, manifestando que había adquirido una refrigeradora en la mencionada comercial, y que ésta había resultado con desperfectos; lo cual le informó a la Comercial y se la cambiaron por otra refrigeradora de las mismas características, nueva, la cual recibió y uso por el término de siete meses aproximadamente, que no obstante ello siempre inconforme la señora VALLADARES MANCILLA, informa en la comercial que la refrigeradora no le gusta y que tiene desperfectos pero no dice cuales, por lo que el día veintisiete de abril del año de dos mil tres la recogieron para revisión la refrigeradora, pero los técnicos en Refrigeración no le encontraron ningún mal funcionamiento, una vez

revisada se la llevaron nuevamente a la consumidora pero ésta no la recibió y expresó que ella quería su dinero.

La resolución impugnada se le notificó a la sociedad el veinticinco de agosto de dos mil cuatro. Posteriormente la Sociedad Demandò a la Dirección de Protección al Consumidor; la cual pretendía que se declarara la ilegalidad de la resolución emitida por la Dirección General de Protección al Consumidor.

Los aspectos en los que la parte demandante hizo recaer la ilegalidad del acto fueron:

- I. El artículo 23 y 33 de la Ley de Protección al Consumidor.
2. El artículo 32 literal b) del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor.
3. Derecho a la Seguridad Jurídica, ya que se sanciona a la sociedad demandante por una causal no contemplada en la ley.
4. Falta de Motivación, siendo que esta cumple la función informativa de identificar inequívocamente y trasladar al interesado y potencial recurrente en fundamento jurídico y fáctico de la decisión.
  - Respecto a las pretensiones planteadas por la parte actora se determinó que el Artículo 22 de la Ley de Protección al Consumidor de 1996, establecía que si los productos o servicios se entregan al consumidor en calidad, cantidad, o en una forma diferente a la ofrecida, este tendrá las siguientes opciones: "d) La devolución de lo que hubiere pagado." y esto no liberaba de responsabilidad al comerciante, por las infracciones que cometía a las disposiciones de la referida Ley.

El artículo 23 señalaba que cuando se contrataba la adquisición de un bien o la prestación de un servicio y el consumidor entregaba prima, cuota o adelanto y el bien no fuera entregado o el servicio no fuere prestado por las siguientes razones;

- a) Causa de fuerza mayor o caso fortuito. En tales casos, el proveedor deberá entregar la totalidad de lo pagado;
- b) Causa imputable al proveedor, por la cual este deberá reintegrar la totalidad de lo pagado, más un recargo del cinco por ciento;
- c) Causas imputables al consumidor como el desistimiento. En estos casos, el proveedor debía reintegrar lo pagado, pudiendo retener en concepto de gastos administrativos un cinco por ciento de su valor.

Con base en la normativa citada, la parte demandante atacó en primer lugar la tipicidad de la conducta que la administración pública le atribuye. Manifestó que su actuación no encajaba en el supuesto establecido en la norma que prescribía que el "bien no fuera entregado o el servicio no fuere prestado", pues en su caso, aseguraba que la Comercial Portillo S.A. de C.V. si entregó el bien.

En la resolución se aclaró que la entrega del bien no era un concepto que se podía analizar de forma aislada como lo hace lo hacía la parte actora, sino más bien debe valorarse en concordancia con lo establecido en el citado artículo 22 de la Ley de Protección al Consumidor cuando éste señala que cuando el proveedor entrega los productos o servicios al consumidor "en una forma diferente a la ofrecida", se cuenta con la opción propuesta en el literal d) del mismo artículo, es decir "la devolución de lo que hubiere pagado".

La Comercial Portillo S.A. de C.V. sostenía que había cumplido con la entrega del bien, pero dicha "entrega" debía cumplir algunos requerimientos mínimos tales como: a) que debía ser el bien pactado, b) con las características pactadas u ofrecidas, y c) que cumpla correctamente las condiciones normales de funcionamiento ofrecidas por el proveedor respecto del producto entregado.

En este último literal es que encaja el incumplimiento por parte de la parte actora, pues aunque la refrigeradora fue efectivamente entregada, la misma no se encontraba en condiciones normales de funcionamiento, presentó fallas en dos ocasiones y de acuerdo a la normativa citada se entiende que si esto ocurre, es decir si no se cumple la condición, entonces procede cualquiera de las situaciones descritas en el artículo 22. Finalmente la prelación establecida en el artículo 22 de la Ley de Protección al Consumidor cuando señala que "las opciones contenidas en las letras anteriores, preferirán unas a otras según el orden de su numeración, de manera que solo si el oferente se ha negado a cumplir con la opción de la letra anterior, tendrá aplicación en la letra que le siga", esto fue resuelto por esta Sala con anterioridad con base en el artículo 7 literal e), al decir que es un derecho del consumidor elegir libremente las opciones que prescribe el artículo 22 de la misma Ley, criterio que también ha sido aplicado por la Dirección General de Protección al Consumidor, en la resolución impugnada (Sentencia de la Sala de lo Contencioso Administrativo, ocho horas del día once de junio de dos mil uno, Ref. 146-A-99).

En vista de las anteriores consideraciones la Sala desestimó los argumentos expuestos por la parte actora en cuanto no se configura la violación a la normativa citada.

- *Sobre la violación al artículo 32 del reglamento de la ley de protección al consumidor.*

El Artículo 32 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor, establecía claramente que para efectos del artículo 23 de la Ley se entenderá por causas imputables al proveedor negarse a entregar el bien o a devolverlo en las mismas condiciones en que lo recibió sin haber prestado el servicio requerido u otras situaciones similares. En estos casos el proveedor debería reintegrar la totalidad de lo pagado, más un recargo del cinco por ciento.

La sociedad demandante sostenía que los límites planteados en el referido artículo, no le eran aplicables. Sin embargo la Sala consideró que cuando el literal b) del referido artículo señalaba "otras situaciones similares", era precisamente en ese supuesto que encajaba el hecho de que el bien no solo debía ser entregado sino que lo debía ser en condiciones de normal funcionamiento. En el caso de autos como ha quedado establecido, la Comercial Portillo S.A. de C.V., si bien entregó la refrigeradora en dos ocasiones, ésta resultó defectuosa, presentando un mal funcionamiento. Por ello, y sobre este punto la Sala desestimó los argumentos expuestos por la parte actora en cuanto no se configura la violación a la normativa citada.

- *Sobre la violación a la seguridad jurídica*

Sobre este punto, y en base a lo establecido en las anteriores consideraciones la existencia de tipicidad en la infracción atribuida a la Comercial Portillo S.A. de C.V., este la Sala desestimó el argumento de la parte actora sobre la violación a la Seguridad Jurídica.

➤ Sobre la falta de motivación

La sociedad demandante sostenía que la resolución pronunciada por la Dirección General de Protección al Consumidor era ilegal porque la misma carecía de motivación.

La motivación como elemento objetivo del acto administrativo- exige que la Administración plasme en sus resoluciones las razones de hecho y de derecho que le determinaron, para adoptar su decisión. La motivación cumple la función informativa de identificar inequívocamente, y trasladar al interesado y potencial recurrente, el fundamento jurídico y fáctico de la decisión.<sup>161</sup>

En el presente caso el contenido del acto administrativo adversado expresó los elementos de hecho y de derecho que llevaron a la Administración demandada a imponer la sanción al ahora demandante, por lo que la Sala consideró que la carencia de tal elemento objetivo no se ha configurado, prueba de ello es que el demandante controvierte en su demanda las razones de hecho y de derecho que la autoridad demandada adoptó para dictar el acto administrativo. (Ver Anexo N° 3)

En base al estudio de las anteriores pretensiones la Sala concluyó que no existían las ilegalidades invocadas por la parte demandante, y en consecuencia el acto administrativo impugnado en esta sede debe ser declarado legal.

---

<sup>161</sup> Sentencia del 27/10/1998, Ref. 8-T-92

## **CAPITULO VI: PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN**

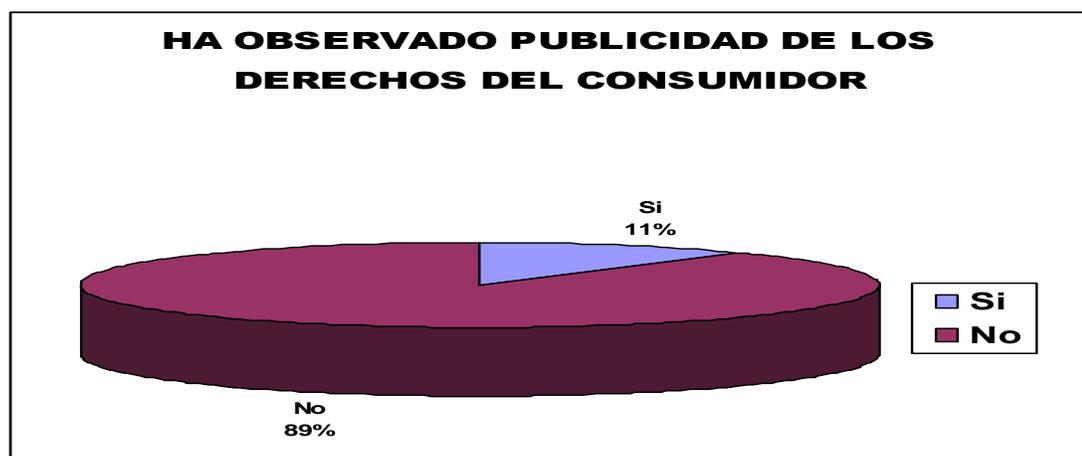
La guía de encuesta fue dirigida a una muestra de consumidores del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador. El diseño del instrumento de investigación se hizo por medio de la técnica de preguntas abiertas y cerradas, las cuales fueron determinadas en cuanto al fin a obtener de la pregunta; y así facilitar la comprensión del análisis de las respuestas.

Dado que el espíritu de la investigación llevaba como fin primordial evaluar el nivel de conocimiento de los derechos al consumidor en el Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador, se analizaran desde esa perspectiva, los resultados obtenidos. Al entrevistar al grupo de la muestra del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador, sobre “¿ Ha observado en algún establecimiento la publicación de los derechos al consumidor?”. Las respuestas obtenidas por parte de los Consumidores fueron las siguientes:

De los 90 encuestados, correspondientes al 100%, 18 equivalentes al 11% contestaron que sí han observado en algún establecimiento la publicación de los derechos del consumidor, y los 72 restantes que equivalen al 89% opinaron que no han observado en algún establecimiento la publicación de los derechos del consumidor.

2. Las transnacionales o los grandes comercios no están interesados en colocar visiblemente la información.
3. La falta de interés en divulgar esta información, lo cual no les es conveniente a las grandes empresas.
4. La poca divulgación de estos derechos por parte de la Institución encargada.

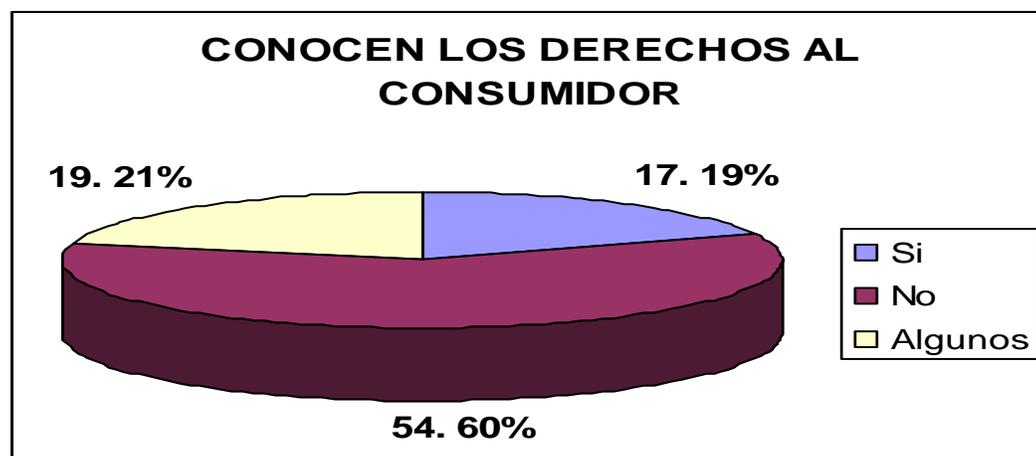
Respuestas	No. de personas	fx
Si	18	11
No	72	89
TOTAL	90	100



En cuanto al conocimiento de la población sobre los derechos al consumidor, los encuestados respondieron según el cuadro siguiente:

Respuestas	No. de personas	Fx
Si	17	17.19
No	54	19.21
Algunos	19	54.60
TOTAL	90	100

Tal como se observa en el cuadro, el conocimiento de la población sobre los derechos al consumidor, es el siguiente: el 17.19% si conocen los derechos al consumidor; el 19.21% no conocen los derechos al consumidor y el 54.60 sólo conocen algunos de los derechos del consumidor.



#### Conclusiones.

1. Se afirma el desconocimiento de mas de un 50 % de la población sobre los Derechos al Consumidor.
2. La población no ha despertado su interés por conocer sus derechos, pues siempre se ha acomodado a no decir nada o a no reclamar sus derechos por miedo probablemente a salir perdiendo ya que los grandes comercios siempre ganan, también creemos que la población ya se encuentra en la etapa de informarse sobre sus derechos.

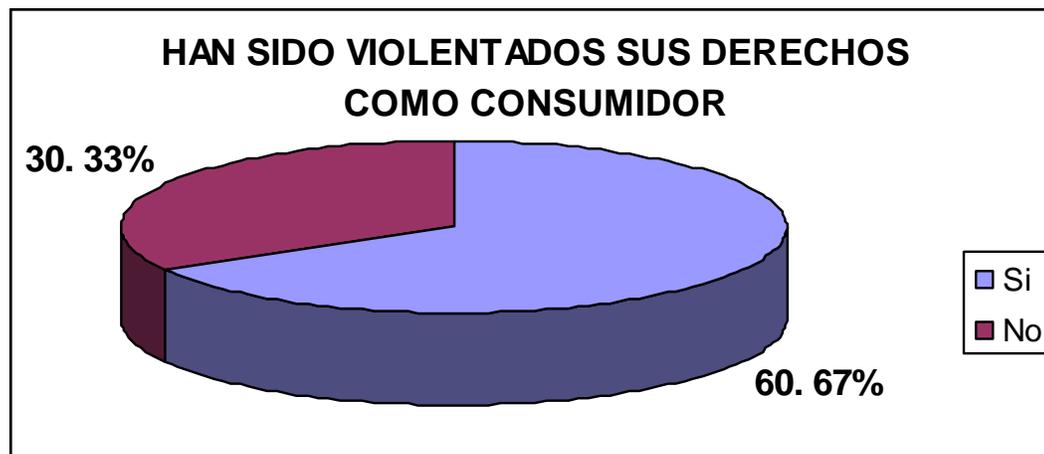
reclamar sus derechos por miedo probablemente a salir perdiendo ya que los grandes comercios siempre ganan, también creemos que la población ya se encuentra en la etapa de informarse de sus derechos.

3. El gobierno debería interesarse en que las empresas sean competitivas y que además estén interesadas en la sana competencia con responsabilidad social.
4. Establecer un estándar mínimo de normas éticas a fin de que se vele por la honestidad de las empresas para que no abusen de sus usuarios.

En cuanto al sentirse violentado como consumidor; aunque no se conozcan los derechos al consumidor, los encuestados respondieron según el cuadro siguiente:

Respuestas	No. De personas	Fx
Si	60	60.67
No	30	30.33
TOTAL	90	100

Tal como se observa en el cuadro, la población comenta acerca de si se ha sentido violentado en sus derechos como consumidor de la siguiente manera: el 60.67% si se ha sentido violentado y el 30.33% no se ha sentido violentado en sus derechos de consumidor.



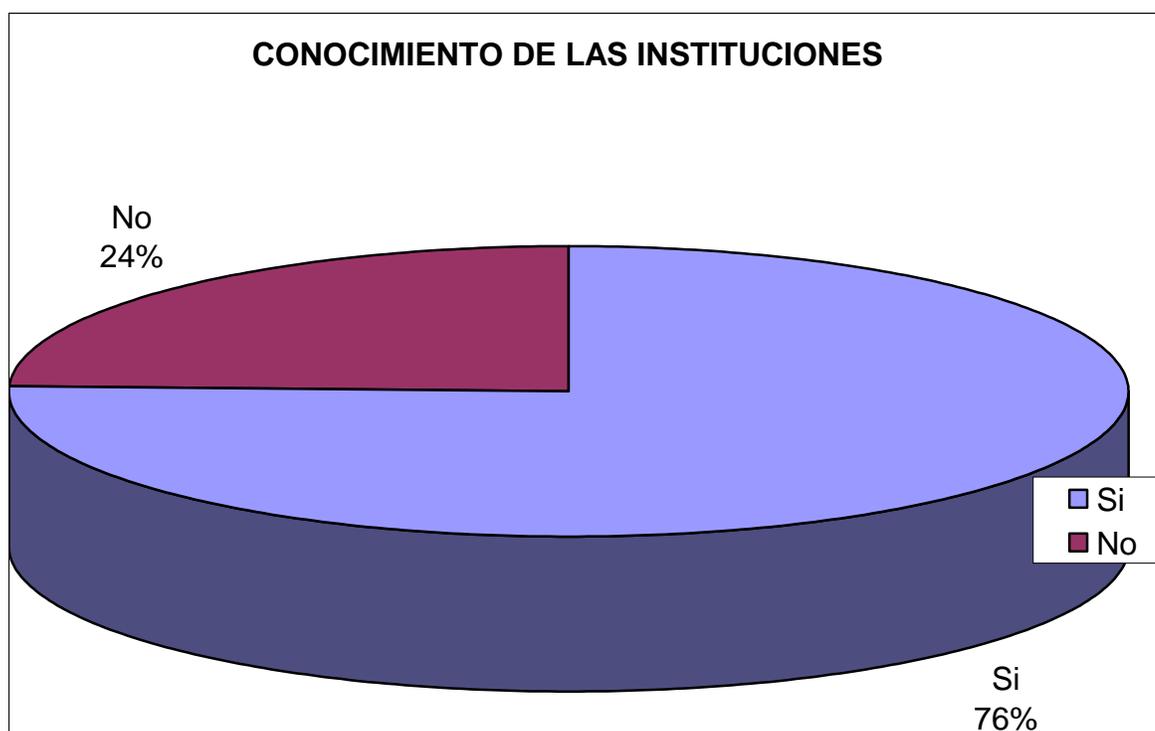
Conclusión:

1. No obstante, aunque la población desconoce los Derechos al Consumidor, si percibe que se le han violentado los derechos. Por qué? Porque se siente abusado con respecto a lo que se le ofrece, debido a que las grandes empresas están acostumbradas a violentar los derechos al consumidor.

A efecto de indagar, el conocimiento de la población sobre las instituciones encargadas de velar por la defensa de los derechos al consumidor los encuestados respondieron según el cuadro siguiente:

Respuestas	No. De personas	Fx
Si	68	76
No	22	24
TOTAL	90	100

Tal como se observa en el cuadro, el conocimiento de la población sobre los derechos al consumidor, es el siguiente: el 76% si conocen las instituciones encargadas de velar por la defensa de los derechos al consumidor y el 24% no conocen las instituciones encargadas de velar por la defensa de los derechos al consumidor.



Conclusión:

Se evidencia que una mayoría de la población sabe que existen instituciones encargadas de los derechos al consumidor aunque no sepan su nombre; pero si de que existen. Esta información nos fue reflejada en la pregunta Número 10 de la Encuesta en mención donde las respuestas así lo demuestran.

## **RECOMENDACIONES DE LOS ENCUESTADOS A LA DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR.**

- Mayores controles.
- Que no les tiemble el pulso a la hora de hacer cumplir los derechos de los consumidores cuando se trate de empresas grandes, como Supermercados, las empresas de telefonía, etc. Se ve la tendencia a favorecer a ciertas empresas influyentes no así a las pequeñas.
- Vigilar el cumplimiento de la ley.
- Buscar la estabilidad y homogeneidad de los precios.
- Actuar encubiertos para hacer las investigaciones correspondientes.
- Demostrar con hechos reales los casos que verdaderamente han sido resueltos y obligar a todos los negocios a informar sobre los derechos que tenemos como clientes o consumidores.
- Mayor agresividad a fin de publicar nuestros derechos y mayor presencia en las diferentes instituciones del país.
- Tener las herramientas, como leyes que castiguen a los infractores.
- Mayor información y comunicación sobre los Derechos al Consumidor.
- Que cumplan con las sanciones que correspondan a los establecimientos que infringen.
- Mas presión y vigilancia con los establecimientos que son conocidos como infractores frecuentes.
- Mas facilidades para interponer denuncias.
- Revisar constantemente los precios en los supermercados.
- Auditar a los establecimientos.
- Realizar inspecciones a diario.
- Verificar como se realizan las ventas y compras.
- Informar a los consumidores de los derechos que tiene.
- Que se apliquen las leyes.

- Que se trabaje apolíticamente.
- Solucionar con celeridad las denuncias.
- El gobierno protege a las grandes empresas.
- Concienciar a los consumidores a fin de que deban estar de bien informados.
- Que pongan oficinas en los municipios para tener acceso a la información y facilitar al consumidor las denuncias.
- Implementar programas de difusión sobre los procesos y los casos en los que interviene la Defensoría al Consumidor. (Ver Anexo N° 4)

## **CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. CONCLUSIONES**

- La Legislación de Protección al Consumidor en lo que a nuestro ordenamiento jurídico se refiere ha tenido un avance, en cuanto a determinar expresamente los derechos al consumidor mismos que son establecidos en la Directrices dictadas por las Naciones Unidas.
  
- Actualmente el Estado salvadoreño cuenta con una Institución autónoma encargada de aplicar la Ley y coordinar la acción conjunta de las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de esta.
  
- Nuestra Legislación de Protección al Consumidor surgió como una respuesta a la Normativa Internacional de Protección al Consumidor y como producto de los compromisos adquiridos por el Estado salvadoreño; es decir, como una necesidad de nuestro medio a fin de proteger a los Consumidores de las arbitrariedades de los proveedores como producto de las relaciones comerciales. Aunque la práctica ha demostrado que la implementación de la Ley de Protección al Consumidor, el Estado salvadoreño se encuentra en una seria desventaja frente a la Normativa de Protección al Consumidor a nivel internacional. Tal es el caso de la Legislación Española que cuenta con Ordenamientos Jurídicos específicos que regulan cada problemática relacionada con el consumo, por ejemplo a lo que a publicidad respecta existe el Estatuto de la Publicidad, que establece que se debe proteger no solo la veracidad de la publicidad sino que al consumidor final regulando un procedimiento previo a la imposición de sanciones. En virtud de lo anterior podemos afirmar

que estos países cuentan con políticas definidas en categorías básicas irrevocables que garantizan de manera expresa los derechos de los consumidores llegando a desnaturalizar al ser incorporadas a nuestra legislación, dichas disposiciones que en un derecho de protección al consumidor son principios dogmáticos.

- Por otra parte, la Ley de Protección al Consumidor se enfrenta a otra serie de problemas en cuanto a su aplicación, debido a su poca difusión, ya que la mayoría de la población desconoce su contenido y por ende los derechos que les asisten en su calidad de consumidor agraviado, así como también los mecanismos jurídicos a utilizar para hacerlos efectivos ante las instancias correspondientes.
- Consecuentemente, la aplicabilidad de la Ley de Protección al Consumidor es evidentemente ineficaz ya que posee diversas causas de entre las cuales caben destacar las siguientes:
  - a) La escasa inversión de que el Estado dispone de recursos, materiales, financieros y tecnológicos.
  - b) La falta de educación y por ende de una cultura de los consumidores en general y los agraviados en particular, respecto a la interposición de la denuncia al momento de que sus derechos le han sido violentados, debido a la poca difusión de la Ley de Protección al Consumidor por parte del ente encargado de su aplicación.
- La Defensoría de Protección al Consumidor como ente autónomo encargado de velar por la protección de los derechos del consumidor se ve limitado por la falta de asignación de recursos para cumplir con el rol asignado.

- El Procedimiento Administrativo que sigue la de Protección al Consumidor una vez interpuesta la denuncia, sea este a instancia de parte o de oficio, este se vuelve largo y tedioso, logrando de esta forma entorpecer la pronta y cumplida justicia que esperan obtener los consumidores que requieren de los servicios de dicha institución.
  
- Otra deficiencia de que adolece la Defensoría de Protección al Consumidor es la falta de personal calificado tanto en los ámbitos profesional, técnico y administrativo, imposibilitando así que la institución antes citada realice de manera satisfactoria las facultades que la Ley de Protección al Consumidor establece a fin de velar por el cumplimiento de la misma y defender los Derechos del Consumidor. Lo antes dicho conlleva a la retardación de las distintas etapas del Procedimiento que se inicia ante sus oficios.

## 7.2. RECOMENDACIONES

En relación a lo antes expuesto, consideramos:

- Que el aumento de recursos humanos, materiales y financieros de la Defensoría de Protección al Consumidor, debe asegurar un status adecuado de profesionalización de su personal tanto a nivel de la Dirección, como en los niveles técnicos y operativos. Este requisito implica entre otras cosas un proceso inmediato de definición del perfil profesional, político y ético.
- Por otra parte, recomendamos la urgente necesidad de otorgarle legalmente a la Defensoría del Consumidor la facultad de usar medidas coercitivas a fin de cumplir con las resoluciones que el Tribunal Sancionador emite, sin tener que remitirlas a otra Institución para exigir su cumplimiento, en caso de que éstas no fueren cumplidas en el término de ley por el infractor.
- La celeridad de los procesos se debería implementar debido a que la población actualmente no hace uso de estos por la retardación en las resoluciones y esto implica pérdida de tiempo e insatisfacción en el consumidor agraviado, que trae aparejado el abandono de la pretensión.
- Aperturar sucursales en todos los departamentos del país, para que los consumidores tengan acceso para denunciar las violaciones a sus derechos como consumidores.

- Mejorar los medios para hacer denuncias escritas ante la Defensoría, ya que en la actualidad encontramos un formulario bochornoso, poco serio ya que no hace ni siquiera referencia a la institución que lo presenta y mucho menos instruye al consumidor que desea interponer una denuncia. (Ver anexo 1).

## BIBLIOGRAFIA

### LIBROS

Arrighi, Jean Michel. Protección Jurídica del Consumidor, Aspectos Nacionales e Internacionales, Editorial Ediar, Argentina 1998.

Becerra Ramírez, Manuel: Derecho Internacional Público, Impresos Chávez, Editado por El Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1991.

Bercovitz, Alberto y Rodríguez Cano Manuel. Estudios Jurídicos sobre Protección a los Consumidores. Editorial, Tecnos, S.A. 1992.

Cabanellas de Torres, G. Diccionario Jurídico Elemental, 16ª Edición, Editorial Heliasta S.R.L., Buenos Aires, 2003.

Diez de Velasco, M: Curso de Derecho Internacional Público; Editorial Tecnos, Madrid, 1963.

García Maynes, Manuel. Filosofía del Derecho. Editorial Porrúa, México, D.F. 1997.

Papacchini, Ángelo. Filosofía y Derechos Humanos, Cali, Editorial Universidad del Valle. 2001.

Pérez Luño, Antonio E. La tercera generación de Derechos Humanos, Navarra, editorial Aranzadi. 2006.

Programa Venezolano de Educación Acción de Derechos Humanos (PROVEA), Conceptos y Características de los Derechos Humanos, segunda edición Caracas, 2005.

Rojas Amandi, Victor Manuel. Filosofía del Derecho. Universidad Autónoma de México, 1991.

Van Boven, T. Las Dimensiones Internacionales de los Derechos Humanos, Barcelona, AA. VV. Criterios Distintivos de los Derechos Humanos, " 2ª Edición, Ediciones Serbal, 1984.

## **REVISTAS**

Centro para la Defensa del Consumidor. Antecedentes de la Ley de Protección al Consumidor, 1996.

Centro para la Defensa del Consumidor. Consumo - Derecho Número 1, Octubre – Noviembre, 1993.

Dirección General de Protección al Consumidor. Educando al Consumidor, Marzo, 1998.

Estudios sobre Consumo en Argentina. Número 50, Año XIV, Argentina.

Consumidores y Desarrollo. Congreso Mundial de Consumidores, Propuestas Concretas para el Siglo XXI, Año XII, Número 6, Noviembre – Diciembre, 1997.

Ayuntamiento de Madrid. El Arbitraje de Consumo, 10 años de experiencia en el Ayuntamiento de Madrid, 1996.

International Organizations of Consumers Unión. Primer Seminario Subregional El Mejoramiento de la Protección al Consumidor”, Antigua Guatemala, Noviembre, 1992.

Estudios sobre Consumo en España. Revista número 1, Abril – Mayo 1984.

Estudios sobre Consumo en Argentina. Revista número 45, Agosto, 1998.

Bustamante Domas, J. Hacia la cuarta generación de Derechos Humanos: repensando la condición humana en la sociedad tecnológica , Revista Interamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación. No. 1 Septiembre/diciembre de 2001.

## **LEGISLACIÓN**

### **NACIONALES**

Constitución de la República de El Salvador. D.O. No 234, Tomo XI de fecha 16 de Diciembre de 1983.

Ley de Protección al Consumidor. Decreto Legislativo No 666 del 14 de Marzo de 1996, publicado en el D.O. No 58, Tomo No 330, del 22 de Marzo de 1996.

Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. Decreto Ejecutivo No 109, del 6 de Noviembre de 1996.

Código Procesal Civil de El Salvador 3ª Edición de 1904 que intercala las reformas de 1890 y 1903, Impresa en la Imprenta La República.

Código de Comercio. Decreto Legislativo Número 671 del 1º de Abril de 1971.

Código Penal. Decreto Legislativo Número 1030 del 26 de Abril de 1997.

Código Municipal. Decreto Legislativo No 274, de fecha 31 de Enero de 1986 publicado en el Diario Oficial número 23, Tomo 290, de fecha 5 de Febrero de 1986.

Reglamento Interno del Ministerio de Economía. Decreto Ejecutivo No 66 del 4 de Marzo de 1996, publicado en el D.O. No 57, Tomo 330 de fecha 21 de Marzo de 1996.

Ley de Protección al Consumidor. Decreto Legislativo No 776 del 18 de agosto de 2005, publicado en el D.O. No 166, Tomo No 368, del 08 de septiembre de 2005.

Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. Decreto Ejecutivo No

52, del 12 de mayo de 2006, publicado en el D.O. No 88, Tomo No 371, del 16 de Mayo de 2006.

## **INTERNACIONALES**

Declaración Universal de los Derechos Humanos, 10 de Diciembre de 1948.

Directrices para la Protección del Consumidor de la Organización de las Naciones Unidas. Resolución número 39-248 del 9 de Abril.

Código Latinoamericano para la Defensa del Consumidor y del Usuario.

Carta Europea de Protección al Consumidor.

Ley Modelo IOCUROLAC para la Protección de los Consumidores.

Ley Federal de Protección al Consumidor y su Reglamento.

# **ANEXOS**

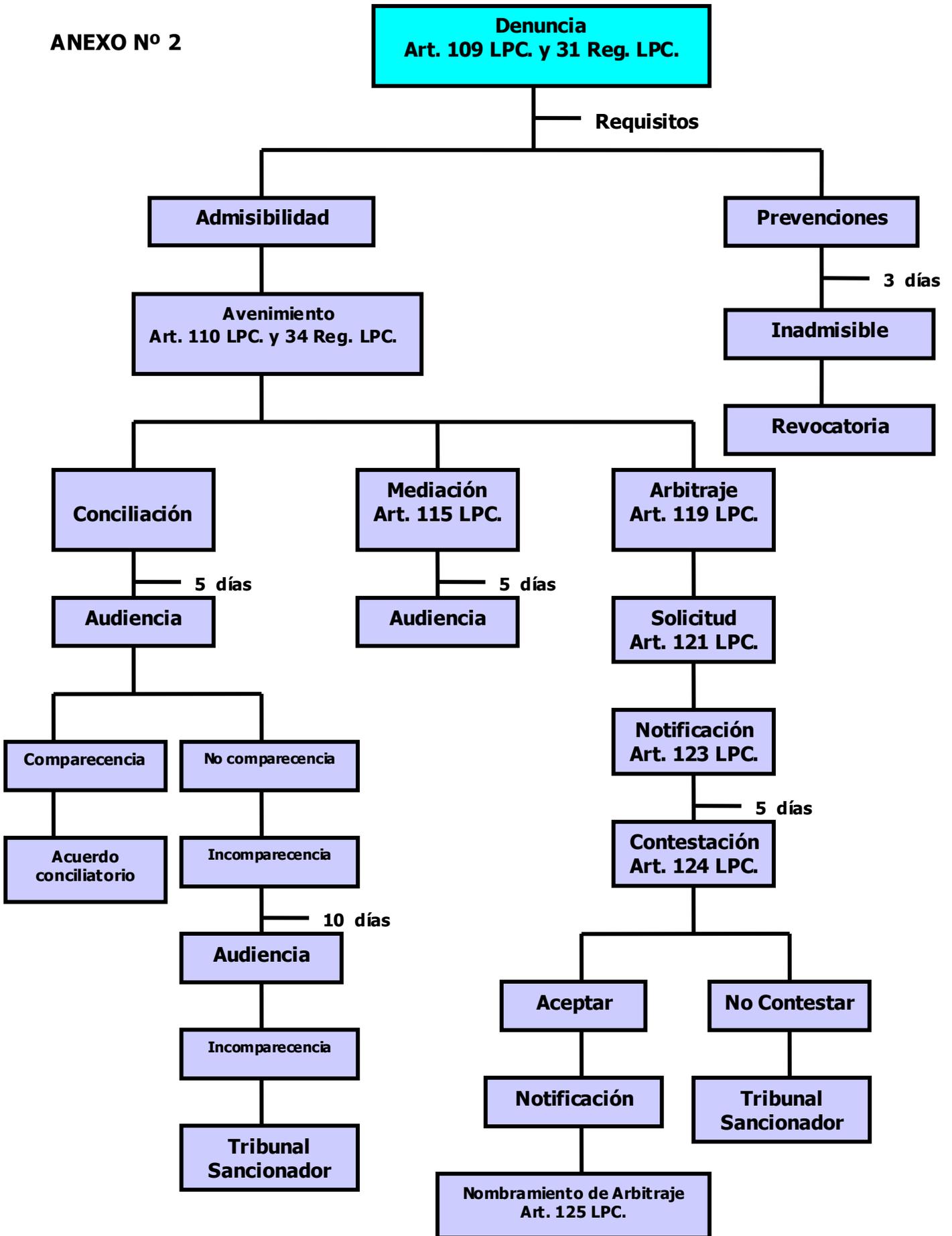
**ANEXO N 1****Datos Necesarios en Reclamos Escritos**

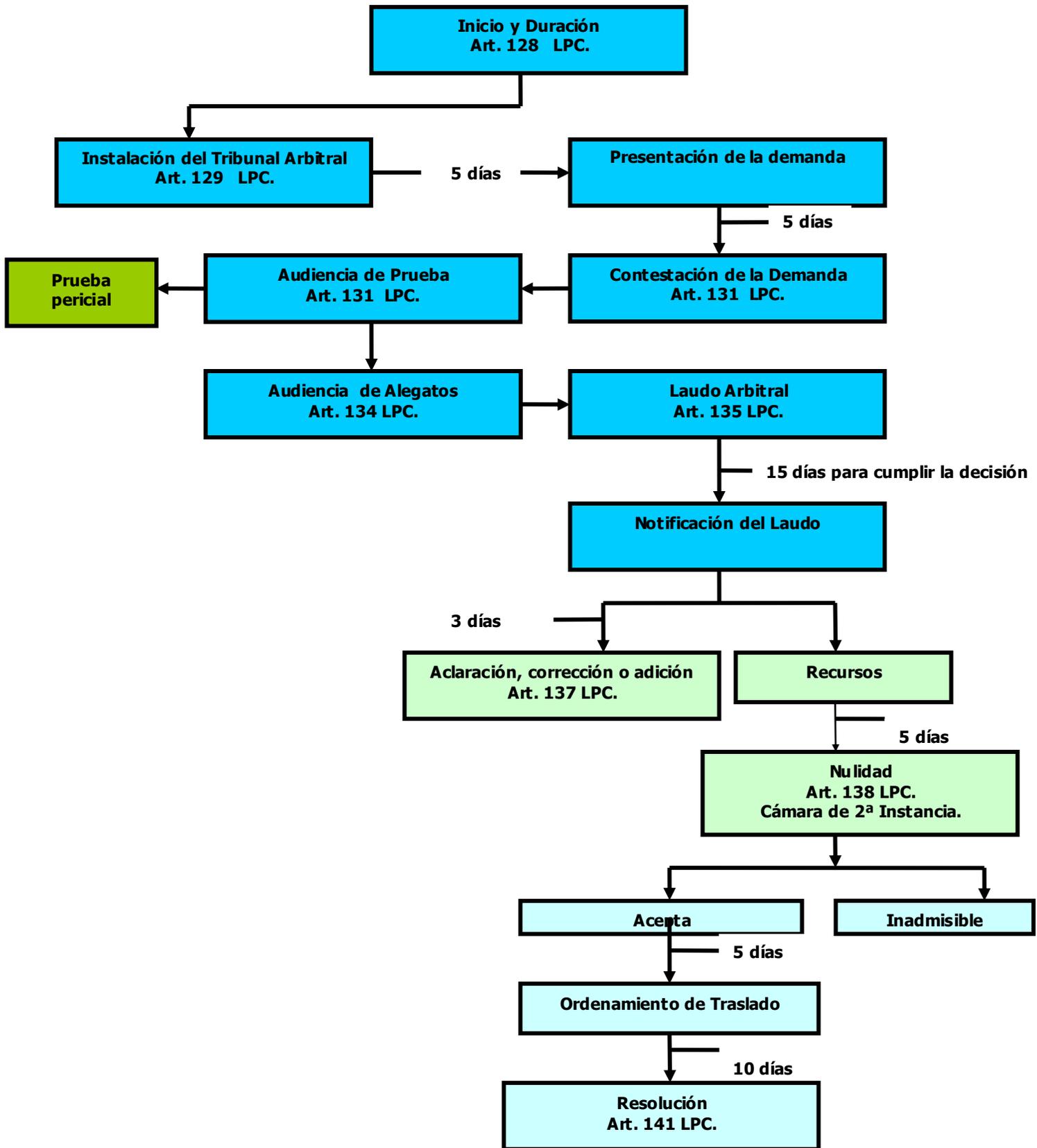
DEL CONSUMIDOR	
Nombre	
No. de DUI o NIT cuando es empresa	
Fecha de Nacimiento	
Profesión	
Dirección	
Teléfono de contacto	
Otros _____	
DEL PROVEEDOR	En caso de no ser conocido
Nombre	
No de NIT	
Dirección	
Teléfono	
Otros _____	
DEL RECLAMO	
Que reclama	
Donde ocurrió	
Cuando ocurrió	
Que le había ofrecido el proveedor (Opcional) (si aplica)	
Ya reclamo con proveedor y respuesta del proveedor	
Pretensión	
Monto reclamado	
Documentación que respalda el reclamo	

Firma

Fecha

ANEXO Nº 2





## ANEXO Nº 3

### 366-C-2004

SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA: San Salvador, a las quince horas y veinte minutos del doce de enero de dos mil siete.

El presente proceso contencioso administrativo ha sido promovido por la sociedad Comercial Portillo Sociedad Anónima de Capital Variable, del domicilio de la ciudad de Apopa, por medio de su apoderada general judicial licenciada Rosa Elsa González Burgos de Moreno conocida por Rosa Elsa González de Moreno.

Impugna la resolución número 051- DV5592-03, pronunciada por la Dirección General de Protección al Consumidor a las once horas del día quince de junio de dos mil cuatro, mediante la cual ordena a tal sociedad reintegrar a la señora Milagro del Consuelo Valladares Mancilla la cantidad de seiscientos ocho dólares con cincuenta y siete centavos de dólar y además impone multa por la cantidad de diez mil colones equivalentes a mil ciento cuarenta y dos dólares con ochenta y seis centavos de dólar.

Han intervenido: la parte actora en la forma indicada; el Director General de Protección al Consumidor y el Ministerio de Economía, como autoridades demandadas; la licenciada Eugenia Guadalupe Sosa Salazar, en calidad de delegada del Fiscal General de la República.

#### I. CONSIDERANDOS:

##### ANTECEDENTES DE HECHO.

##### ALEGATOS DE LAS PARTES.

##### 1. DEMANDA.

##### a) Autoridad demandada y acto impugnado.

La demandante dirige su pretensión contra la autoridad y el acto descrito en el preámbulo de este Sentencia.

##### b) Circunstancias.

Relata la demandante que la señora Milagro del Consuelo Valladares Mancilla interpuso denuncia en contra de Comercial Portillo S.A. de C.V., ante la Dirección General de Protección al Consumidor, manifestando que había adquirido una refrigeradora en la mencionada comercial, y que ésta había resultado con desperfectos "*...por lo que al presentarse a nuestro establecimiento se le cambio por otra refrigeradora de las mismas características, nueva, la cual recibió y uso por el término de siete meses aproximadamente, que no obstante ello siempre inconforme la señora VALLADARES MANCILLA, informa en la comercial que la refrigeradora no le gusta y que tiene*

*desperfectos pero no dice cuales, por lo que el día veintisiete de abril del año de dos mil tres se recoge para revisión la refrigeradora, en la cual no se encontró según los técnicos en refrigeración algún mal funcionamiento y al llevársela nuevamente a la consumidora no la recibió y lo (sic) expresó era que quería su dinero..." (folio 1).*

Agrega que se trató en sede administrativa de llegar a un acuerdo conciliatorio con la consumidora pero esta se negó, pese a que la División de Inspección y Verificación de Normas de la referida Dirección General, verificó la existencia de una orden de reparación de la refrigeradora, y constató el mal uso que la consumidora había dado a la misma.

Con fecha veinticinco de agosto de dos mil cuatro se le notificó la resolución que ordena reintegrar a la señora Valladares Mancilla el precio de la refrigeradora, "*...sin tomar en cuenta que siempre se ha estado en la disposición de satisfacer a la consumidora siendo imputable a ella el no solventar la situación....*"(folio 1 vuelto).

c) Argumento jurídico de la pretensión.

La demandante alega que se le violentó lo siguiente:

1. El artículo 23 y 33 de la Ley de Protección al Consumidor.
2. El artículo 32 literal b) del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor.
3. Derecho a la Seguridad Jurídica, ya que se sanciona a la sociedad demandante por una causal no contemplada en la ley.
4. Falta de Motivación, "*...siendo que esta cumple la función informativa de identificar inequívocamente y trasladar al interesado y potencial recurrente en fundamento jurídico y fáctico de la decisión.*" (folio 2 vuelto).

d) Petición.

Solicita que en sentencia definitiva se declare la ilegalidad de la resolución impugnada.

## 2. ADMISIÓN DE LA DEMANDA.

La demanda fue admitida. Se tuvo por parte a Comercial Portillo, Sociedad Anónima de Capital Variable, por medio de su apoderada general judicial, licenciada Rosa Elsa González Burgos de Moreno conocida por Rosa Elsa González de Moreno. Se requirió informe a la autoridad demandada sobre la existencia del acto administrativo que se le imputaba a efecto de garantizarle el derecho de audiencia se le notificó a la tercera beneficiada.

## 3. INFORMES DE LAS AUTORIDADES DEMANDADAS.

En el primer informe rendido por la autoridad demandada, manifestó que sí pronunció el acto objeto de impugnación.

Se solicitó el informe a que hace referencia el artículo 24 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso Administrativa. Se notificó al Fiscal General de la República la existencia de este proceso.

El Director General de Protección al Consumidor, al rendir el segundo informe requerido expresó que la resolución que se impugna es legal pues fue dictada de conformidad con lo establecido en los artículos 7 literal e) y 22 literal d) así como el 31 literal b) todos de la Ley de Protección al Consumidor, "*...ya que se entregó a la consumidora en calidad diferente a la ofrecida, ya que la refrigeradora resultó con fallas, y fue reparada en dos ocasiones.*" (folio 36)

Se dio intervención a la delegada del Fiscal General de la República licenciada Eugenia Guadalupe Sosa Salazar.

#### 4. TÉRMINO DE PRUEBA.

El juicio se abrió a prueba por el término de ley.

La parte actora presentó prueba documental la cual se encuentra agregada de folio 44 al 181.

#### 5. TRASLADOS.

Posteriormente se corrieron los traslados que ordena el artículo 28 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso Administrativa, con los siguientes resultados:

a) La parte actora reiteró lo expuesto en su demanda.

b) La presidenta de la Defensoría del Consumidor presentó escrito el treinta de noviembre de dos mil cinco. Sin embargo como consta en el auto de las diez horas cuarenta y cinco minutos del diez de enero de dos mil seis, el traslado se tuvo por no cumplido y se le corrió nuevamente al Ministerio de Economía, en virtud que "*...si la Dirección General de Protección al Consumidor ha desaparecido, quien tendrá la legitimación pasiva para conocer de las controversias suscitadas en contra de las actuaciones de la citada Dirección, será el superior jerárquico de la misma, es decir el Ministerio de Economía, quien en ejercicio de sus facultades legales deberá comparecer a este Tribunal como autoridad demandada, y no la citada Defensoría*" (folio 200 vuelto ).

El Ministerio de Economía al cumplir el traslado conferido, sostuvo que la Dirección General de Protección al Consumidor actuó conforme a las atribuciones y competencias que le confería la Ley y su reglamento, siendo la orden de devolución del dinero pagado, una consecuencia del ejercicio del derecho que la consumidora tenía, el cual debía ser tutelado por esa Dirección.

c) La representación fiscal, sostiene que "*...la base que ampara la resolución cuestionada es el art. 7 literal e y 22 Literal d, de la Ley de Protección al Consumidor, ya que el producto que se entregó a la consumidora en calidad diferente a la ofrecida, debido a que la primer Refrigeradora resultó con fallas, y fue sustituida por una nueva que también presentó fallas ...*" (folio 217), y concluye que la resolución impugnada se encuentra apegada a derecho.

d) la tercera beneficiada con el acto impugnado, señora Valladares Mancilla, no hizo uso del traslado conferido.

## B. FUNDAMENTOS DE DERECHO.

### 1. OBJETO Y LIMITES DE LA PRETENSIÓN.

La parte actora impugna el acto administrativo siguiente:

Resolución número 051- DV5592-03, pronunciada por la Dirección General de Protección al Consumidor a las once horas de día quince de junio de dos mil cuatro, mediante la cual ordena a la Sociedad demandante reintegrar a la señora Milagro del Consuelo Valladares Mancilla la cantidad de seiscientos ocho dólares con cincuenta y siete centavos de dólar y además le impone multa por la cantidad de diez mil colones, equivalentes a mil ciento cuarenta y dos dólares con ochenta y seis centavos de dólar.

La parte actora hace recaer la ilegalidad de dicho acto esencialmente en la violación de los siguientes aspectos:

1. El artículo 23 y 33 de la Ley de Protección al Consumidor.
2. El artículo 32 literal b) del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor.
3. Derecho a la Seguridad Jurídica, ya que se sanciona a la sociedad demandante por una causal no contemplada en la ley.
4. Falta de Motivación, "...siendo que esta cumple la función informativa de identificar inequívocamente y trasladar al interesado y potencial recurrente en fundamento jurídico y fáctico de la decisión." (folio 2 vuelto).

Este Tribunal no entrara a conocer de la supuesta violación al art. 33 de la Ley de Protección al Consumidor, ya que la parte actora no ha incorporado en su demanda, ni en el transcurso del presente proceso, argumentos o elementos de valoración que permitan establecer la transgresión a dicha normativa en su caso concreto.

### 2. DEFENSA SOBRE LA APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 23 DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Al revisar la normativa legal atinente al caso planteado tenemos que:

El Artículo 22 de la Ley de Protección al Consumidor, establece que si los productos o servicios se entregan al consumidor en calidad, cantidad, o en una forma diferente a la ofrecida, este tendrá las siguientes opciones: "d) La devolución de lo que hubiere pagado."

Lo anterior no libera de responsabilidad al comerciante, por las infracciones que cometa a las disposiciones de la referida Ley.

Además el artículo 23 señala que cuando se contrate la adquisición de un bien o la prestación de un servicio y el consumidor entregare prima, cuota o adelanto y el bien no fuera entregado o el servicio no fuere prestado por las siguientes razones;

- a) Causa de fuerza mayor o caso fortuito. En tales casos, el proveedor deberá entregar la totalidad de lo pagado;
- b) Causa imputable al proveedor, por la cual este deberá reintegrar la totalidad de lo pagado, más un recargo del cinco por ciento;
- c) Causas imputables al consumidor como el desistimiento. En estos casos, el proveedor deberá reintegrar lo pagado, pudiendo retener en concepto de gastos administrativos un cinco por ciento de su valor.

Las partes contratantes podrán pactar un porcentaje mayor al establecido en las letras b) y c) de este artículo.

Con base en la normativa citada, la parte demandante ataca en primer lugar la tipicidad de la conducta que la administración pública le atribuye. Manifiesta que su actuación no encaja en el supuesto establecido en la norma que prescribe que el "bien no fuera entregado o el servicio no fuere prestado", pues en su caso, asegura que Comercial Portillo S.A. de C.V. si entregó el bien.

Sin embargo es necesario aclarar que la entrega del bien no es un concepto que se pueda analizar de forma aislada como lo hace la actora, sino más bien debe valorarse en concordancia con lo establecido en el citado artículo 22 de la Ley de Protección al Consumidor cuando éste señala que cuando el proveedor entrega los productos o servicios al consumidor "en una forma diferente a la ofrecida", se cuenta con la opción propuesta en el literal d) del mismo artículo, es decir "la devolución de lo que hubiere pagado".

Comercial Portillo S.A. de C.V. sostiene que ha cumplido con la entrega del bien, no obstante dicha "entrega" debe cumplir algunos requerimientos mínimos tales como:

- a) que sea el bien pactado,
- b) con las características pactadas u ofrecidas, y
- c) que cumpla correctamente las condiciones normales de funcionamiento ofrecidas por el proveedor respecto del producto entregado.

En este último literal es que encaja el incumplimiento por parte de la actora, pues aunque la refrigeradora fue efectivamente entregada, la misma no se encontraba en condiciones normales de funcionamiento, presentó fallas en dos ocasiones y de acuerdo a la normativa citada se entiende que si esto ocurre, es decir si no se cumple la condición, entonces procede cualquiera de las situaciones descritas en el artículo 22. Finalmente la prelación establecida en el artículo 22 de

la Ley de Protección al Consumidor cuando señala que "las opciones contenidas en las letras anteriores, preferirán unas a otras según el orden de su numeración, de manera que solo si el oferente se ha negado a cumplir con la opción de la letra anterior, tendrá aplicación en la letra que le siga", esto fue resuelto por esta Sala con anterioridad con base en el artículo 7 literal e), al decir que es un derecho del consumidor elegir libremente las opciones que prescribe el artículo 22 de la misma Ley, criterio que también ha sido aplicado por la Dirección General de Protección al Consumidor, en la resolución impugnada (Sentencia de la Sala de lo Contencioso Administrativo, ocho horas del día once de junio de dos mil uno, Ref. 146-A-99).

En vista de las anteriores consideraciones esta Sala desestima los argumentos expuestos por la actora en cuanto no se configura la violación a la normativa citada.

### 3. SOBRE LA VIOLACION AL ARTICULO 32 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

El Artículo 32 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor, establece claramente que para efectos del artículo 23 de la Ley se entenderá por causas imputables al proveedor "negarse a entregar el bien o a devolverlo en las mismas condiciones en que lo recibió sin haber prestado el servicio requerido u otras situaciones similares. En estos casos el proveedor deberá reintegrar la totalidad de lo pagado, más un recargo del cinco por ciento".

La sociedad demandante sostiene que los límites planteados en el referido artículo, no le son aplicables. Sin embargo este Tribunal considera que cuando el literal b) del referido artículo señala "otras situaciones similares", es precisamente en ese supuesto que encaja el hecho de que el bien no solo sea entregado sino que lo sea en condiciones de normal funcionamiento. En el caso de autos como ha quedado establecido, Comercial Portillo S.A. de C.V., si bien entregó la refrigeradora en dos ocasiones, ésta resultó defectuosa, presentando un mal funcionamiento. Por ello, y sobre este punto esta Sala desestima los argumentos expuestos por la actora en cuanto no se configura la violación a la normativa citada.

### 4. SOBRE LA VIOLACIÓN A LA SEGURIDAD JURIDICA

Sobre este punto, y en cuanto ha quedado establecida en las anteriores consideraciones la existencia de tipicidad en la infracción atribuida a Comercial Portillo S.A. de C.V., este Tribunal desestima el argumento de la actora sobre la violación a la Seguridad Jurídica.

### 5. SOBRE LA FALTA DE MOTIVACIÓN

La sociedad demandante sostiene que la resolución pronunciada por la Dirección General de Protección al Consumidor es ilegal porque la misma carece de motivación.

La motivación - elemento objetivo del acto administrativo- exige que la Administración plasme en sus resoluciones las razones de hecho y de derecho que le determinaron, para adoptar su decisión. La motivación cumple la función informativa de identificar inequívocamente, y trasladar al interesado y potencial recurrente, el fundamento jurídico y fáctico de la decisión. (Sentencia del 27/10/1998, Ref. 8-T-92)

Tal como se indica en el párrafo anterior, el acto administrativo debe tener un contenido mínimo que explique y desarrolle los motivos que llevaron a la Administración a tomar la decisión, tal contenido tiene por finalidad que cualquier administrado conozca las razones y pueda controvertir las mismas ya sea ante otra autoridad administrativa -en vía de recurso- o ante el órgano jurisdiccional.

En el presente caso el contenido del acto administrativo adversado expresa los elementos de hecho y de derecho que llevaron a la Administración demandada a imponer la sanción al ahora demandante, por lo que - - - esta Sala considera que la carencia de tal elemento objetivo no se ha configurado, prueba de ello es que el demandante controvierte en su demanda las razones de hecho y de derecho que la autoridad demandada adoptó para dictar el acto administrativo.

## 6. CONCLUSIÓN

De acuerdo a las consideraciones realizadas en la presente sentencia esta Sala concluye que no existen las ilegalidades invocadas por la parte demandante, y en consecuencia el acto administrativo impugnado en esta sede debe ser declarado legal.

## II. FALLO.

POR TANTO, con fundamento en las razones expuestas, disposiciones citadas de la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento (ahora derogados); artículos. 31, 32 y 53 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso Administrativa; artículos. 421 y 427 del Código de Procedimientos Civiles, a nombre de la República esta Sala FALLA:

- a) Que es legal la resolución número 051- DV5592-03, pronunciada por la Dirección General de Protección al Consumidor a las once horas del día quince de junio de dos mil cuatro, mediante la cual ordena a Comercial Portillo Sociedad Anónima de Capital Variable, reintegrar a la señora Milagro del Consuelo Valladares Mancilla la cantidad de seiscientos ocho dólares con cincuenta y siete centavos de dólar y además impone multa por la cantidad de diez mil colones equivalentes a mil ciento cuarenta y dos dólares con ochenta seis centavos de dólar;
- b) Condénase en costas a la parte actora conforme al Derecho Común;
- c) En el acto de la notificación, entréguese certificación de esta sentencia a las autoridades demandadas y a la representación fiscal; y

d) Devuélvase el expediente administrativo a su respectiva oficina de origen.

NOTIFÍQUESE.

E. R. NUÑEZ-----L. C. DE AYALA G.-----M. POSADA-----PRONUNCIADA  
POR LOS SEÑORES MAGISTRADOS Y LAS SEÑORAS MAGISTRADAS QUE LA SUSCRIBEN--  
-----RUBRICADAS-----ILEGIBLE.

#### **ANEXO Nº 4**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

Tema: Derechos Económicos, Sociales y Culturales, con énfasis en la Reivindicación de los Derechos al Consumidor.

Objetivo: Evaluar el nivel de conocimiento de los derechos del consumidor en la Jurisdicción de San Salvador, Departamento de San Salvador.

Generales:

¿Cuántos años tiene?

15 a 20 Años

21 a 30 años

31 en adelante

¿Cuál es su profesión? \_\_\_\_\_

#### GUIA DE ENCUESTA

Indicaciones: Marque con una "X" su respuesta.

1- ¿Cuales de los siguientes establecimientos frecuenta periódicamente?

- \_\_\_ Centros Comerciales
- \_\_\_ Restaurantes
- \_\_\_ Instituciones Financieras
- \_\_\_ Supermercados
- \_\_\_ Todas las anteriores
- \_\_\_ Otros

2- En los anteriores establecimientos ha observado algún rótulo con los derechos que tiene usted como consumidor.

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
 ¿Conoce los derechos que tiene como consumidor?  
 Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Algunos \_\_\_\_\_

3- ¿En cuales de estos establecimientos lo ha observado? \_\_\_\_\_

4- ¿Cuál es el Medio por el que se le informa que tiene derechos del consumidor?

Televisión \_\_\_\_\_ Internet \_\_\_\_\_ Periódico \_\_\_\_\_ ONG'S \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

5- ¿Alguna vez le han violentado su derecho de consumidor?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

6- ¿Cómo le ha sido violentado su derecho? \_\_\_\_\_

¿De qué manera le ha sido violentado su derecho de consumidor?

7- Puso la denuncia? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8- ¿Por qué medio la interpuso?

Teléfono \_\_\_\_\_ Internet \_\_\_\_\_ Verbal \_\_\_\_\_

9- Conoce alguna institución o instituciones que velan por la defensa de los derechos al Consumidor?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

10- Si su respuesta es afirmativa a la pregunta anterior mencione cuales son: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

11- Conoce que papel juega la Defensoría al Consumidor cuando le ha sido violentado su derecho?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

12- Ha utilizado los medio de denuncia cuando le han violentado su derecho de Consumidor?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es afirmativa cree usted que deben llevarse hasta la vía judicial?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

13- Como consumidor que recomendación le daría a la Defensoría del Consumidor para prevenir que se den violaciones a los derechos del consumidor \_\_\_\_\_