

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS JURÍDICAS
SEMINARIO DE GRADUACIÓN EN CIENCIAS JURÍDICAS AÑO 2009
PLAN DE ESTUDIO 1993

**LA EVOLUCIÓN DE LA LEY DE PROTECCIÓN A LOS DERECHOS DE LOS
CONSUMIDORES.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS**

PRESENTA:

ROBERTO FACUNDO ARMIJO SERRANO

LICENCIADO. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA
DOCENTE DIRECTOR DE SEMINARIO
CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, AGOSTO DE 2010

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO RUFINO QUEZADA SÁNCHEZ
RECTOR

ARQUITECTO MIGUEL ÁNGEL PÉREZ RAMOS
VICERECTOR ACADÉMICO

MASTER OSCAR NOÉ NAVARRETE ROMERO
VICERECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO DOUGLAS VLADIMIR ALFARO CHAVEZ
SECRETARIO GENERAL

DOCTOR RENÉ MADECADEL PERLA JIMENEZ
FISCAL GENERAL

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

DOCTOR JOSÉ HUMBERTO MORALES
DECANO

LICENCIADO OSCAR MAURICIO DUARTE GRANADOS

VICEDECANO

LICENCIADO FRANCISCO ALBERTO GRANADOS

SECRETARIO

DOCTOR JULIO ALFREDO OLIVO GRANADINO

DIRECTOR DE ESCUELA DE CIENCIAS JURIDICAS

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR

DOCENTE DIRECTOR DE SEMINARIO

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser mi guía y ayudarme a lo largo de toda mi vida y de la carrera académica, y a darme fortaleza cuando he flaqueado, para seguir adelante.

A la memoria de mi querido padre, el poeta Roberto Armijo, por todos los consejos y sabiduría que me brindó; a mi amada madre, Teresa Serrano, por todo el apoyo incondicional que me ha brindado, siempre ha estado ahí cuando la he necesitado, gracias por escucharme y aconsejarme.

A mis queridos hijos Manlio y Stephanny, quienes han sido mi inspiración para salir adelante con esta carrera, gracias por colaborar cuando lo he necesitado.

A Evelin mi amiga y mi señora, gracias por todo su amor, comprensión y paciencia; para ella todo mi cariño y mi amor.

A mi asesor de tesis Lic. Pedro Rosalío Escobar Castaneda, quién ha sido muy amable y comprensible cuando lo he necesitado, gracias por sus consejos y su comprensión, como también al Lic. Salvador Iglesias Mejía, por todo su apoyo y disponibilidad en la parte metodológica.

A las instituciones que colaboraron con esta investigación, principalmente al Centro para la Defensa del Consumidor (CDC). Y a mis compañeros de la Librería Universitaria de la Universidad de El Salvador por todo su apoyo.

El Autor.

ÍNDICE

	PÁGINA
INTRODUCCIÓN.....	i
CAPÍTULO 1	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MANEJO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	
1. Planteamiento, enunciado y delimitación del problema.....	3
2. Justificación de la investigación.....	7
3. Objetivos de la investigación.....	9
1. Objetivo General.....	9
2. Objetivo Especifico.....	9
1.4 Sistema de hipótesis.....	9
1.5 Base metodológica.....	11
1.5.1 Tipo de Investigación.....	11
1.5.2 Niveles de Investigación.....	11
1.5.3 Métodos de Investigación.....	12
1.5.3.1 Métodos Generales.....	12
1.5.3.2 Métodos Específicos.....	12
1.5.4 Técnicas e Instrumento de Investigación.....	12

1.6 Procedimiento de ejecución.....	13
-------------------------------------	----

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL CONSUMO Y DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR

2.1 El consumo como medio de satisfacción de necesidades humanas.	14
2.2 Antecedentes y evolución histórica del movimiento de consumidores.	17
2.2.1 1960. Nueva etapa para los movimientos de consumidores en el mundo.....	20
2.2.2 Asociación de consumidores en el tercer mundo.....	22
2.3 Antecedentes históricos y surgimiento del Derecho del Consumidor bajo las Directrices de Naciones Unidas.....	25
2.3.1 Directrices de Naciones Unidas sobre protección al consumidor.....	29
2.3.2 Objetivos.....	33
2.3.3 Mención de su contenido general.....	34
2.4 Antecedentes y evolución histórica del Derecho del Consumidor en El Salvador.....	39
2.4.1 Asociación de consumidores en El Salvador.....	43
2.4.1.1 Historia de El Centro para la Defensa del Consumidor (CDC).....	43
2.4.1.2 Otras expresiones Organizativas.....	49

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DOCTRINARIO DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR

3.1 Diferentes teorías sobre el Derecho de los Consumidores.....	54
3.2 Consumo y consumidores.....	58
3.3 El papel de los consumidores.....	60
3.3.1 Deberes de los consumidores.....	61
3.4 Principios del Derecho del Consumidor y Directrices de Naciones Unidas sobre protección al consumidor.....	64
3.4.1 Principios generales.....	64
3.4.2 Directrices de Naciones Unidas sobre protección al consumidor.....	65
3.5 Relación del Derecho del Consumidor con los Derechos Humanos.	84
3.6 Aporte de las Directrices de las Naciones Unidas en el desarrollo del Derecho del Consumidor.....	88

CAPÍTULO 4

ORDENAMIENTO JURÍDICO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

4.1 Análisis constitucional.....	92
4.1.1 Constitución de 1962.....	92
4.1.2 Constitución de 1983.....	94
4.1.3 Los Acuerdos de Paz.....	97
4.2 Primera Ley de Protección al Consumidor de 1992.....	99

4.3	Segunda Ley de Protección al Consumidor de 1996.....	103
4.4	Tercera Ley de Protección al Consumidor de 2005.....	108
4.4.1	Aspectos a superarse por una nueva Ley de Protección al Consumidor.....	109
4.4.2	Participación de la sociedad en la formulación del nuevo marco legal.....	110
4.4.3	Aspectos novedosos que incorporó la ley vigente.....	113
4.5	Derecho Comparado.....	119
4.5.1	México.....	119
4.5.2	Chile.....	124
4.5.3	Brasil.....	128
4.5.4	Diferencias y Semejanzas con la Ley nacional.....	133

CAPÍTULO 5

Incidencia de la Legislación del Consumidor en la Vida de los Consumidores

5.1	La Ley de protección al Consumidor ocupa un lugar en la Conciencia Colectiva.....	136
5.2	La Institucionalidad de protección al Consumidor en Proceso de Desarrollo.....	138
5.3	Atribuciones y Competencias de las Instituciones de Protección al Consumidor.....	140
5.4	Efectividad del Régimen Sancionatorio de la Ley de Protección al Consumidor.....	144
5.5	Nivel de Cumplimiento de la Legislación por parte de los Proveedores de Bienes y Servicios.....	146
5.6	Expectativas de la Población sobre la Vigilancia de los Derechos del Consumidor por parte del Estado.....	149
5.7	Análisis sobre la comprobación o no de la hipótesis del trabajo.	153

CAPÍTULO 6

6.1	Conclusiones.....	157
6.2	Recomendaciones.....	165

BIBLIOGRAFÍA.....	167
--------------------------	------------

ANEXOS.....	170
- Modelo de Encuesta.	

INTRODUCCIÓN

En El Salvador, antes de la firma de los acuerdos de paz, los salvadoreños no contábamos con leyes serias que realmente nos protegieran, principalmente en el área de protección al consumidor. Nuestro país fue gobernado por distintos regímenes militares, quienes estaban al servicio de la oligarquía salvadoreña. Es decir, la clase más rica de nuestro país; nuestros derechos eran pisoteados y violados por los gobiernos de turno y cualquier reclamo de la población era reprimido salvajemente por los mal llamados “cuerpos de seguridad”.

Todo esto nos llevó a una amarga guerra civil en donde los salvadoreños nos matamos unos con otros, entre parientes y hermanos; la voluntad del pueblo no era respetada en las urnas y las circunstancias nos fueron empujando a una cruenta guerra civil que duró doce años y en donde hubo más de 50,000 muertos, una gran cantidad de personas desaparecidas y otra gran cantidad de personas lisiadas, miles de salvadoreños emigraron hacia el exterior sobre todo a los Estados Unidos, y miles de familias fueron desintegradas.

Pero no todo fue en vano, ya que a raíz del sacrificio de miles de compatriotas, el gobierno arenero de turno, presidido por el Lic. Alfredo Cristiani, tuvo que sentarse a negociar con el FMLN, y así ponerle fin al derramamiento de sangre del pueblo salvadoreño. Al gobierno del Lic. Cristiani, no le quedaba de otra, pues la presión internacional y esencialmente de los Estados Unidos, era que el conflicto armado terminara y se negociara seriamente.

Entonces se firman los Acuerdos de Paz, entre el gobierno arenero y El Frente Farabundo Martí Para La Liberación Nacional (FMLN), y con ello surgen y nacen muchas leyes e instituciones con el fin de beneficiar a este sufrido pueblo. Leyes e instituciones que ya no van a ser manipuladas tan fácilmente por los gobiernos de derecha. Entre estas leyes es creada La Ley de Protección al Consumidor, la cual fue aprobada por Decreto legislativo N° 267 el día 22 de junio de 1992 y publicada en el Diario Oficial el 1° de septiembre de ese mismo año, posteriormente fue creado su respectivo Reglamento, por Decreto ejecutivo N°99 el día 27 de noviembre de 1992. Esta ley nace con la finalidad de proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores.

La promulgación de esta ley marcó un hito en la historia de nuestro país, por primera vez una normativa jurídica reconocía al consumidor como sujeto de derechos y deberes y establecía algunas regulaciones tendientes a evitar los fraudes y abusos en el mercado, tal como lo señalaba el texto legal. Con el transcurso del tiempo se constató que algunas prácticas comerciales seguían irrespetando al consumidor, dejando al descubierto vacíos de la novedosa Legislación.

Esta investigación contempla cual ha sido la evolución de esta Ley de Protección al Consumidor en beneficio de los consumidores, como ha sido su comportamiento, el conocimiento de parte de la población acerca de esta ley, es decir, si ha hecho uso de

ella. Y lo más importante si ha servido para controlar los abusos cometidos de parte de los proveedores en perjuicio de los consumidores, es decir, averiguar si no es una ley que en el papel es muy buena pero en la práctica es todo lo contrario.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MANEJO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Planteamiento, enunciado y delimitación del problema.

Los problemas de los consumidores no son nuevos, pero en los últimos años se aprecia una creciente preocupación por el tema de la protección y promoción de los derechos de los consumidores. El mismo ha ido interesando a los gobiernos, al sector privado y académico, a los medios de comunicación, y al conjunto de la sociedad civil.[1]

Vivimos en una época de cambios acelerados. La internacionalización de la economía y la globalización de las comunicaciones, han transformado al consumo, tanto en su dimensión material como en sus aspectos simbólicos, en un elemento definitorio de la modernidad. El consumo, como realidad o como aspiración, se ha constituido en uno de los rasgos más universales del mundo de hoy.[2]

El trabajo de investigación se realizó en el área del Derecho Constitucional porque es de la Constitución de donde emanan las demás leyes y es la ley suprema que rige nuestro sistema normativo, además la constitución, aún imponente para impedir la desigualdad entre los hombres, trata de nivelarlos jurídicamente, sea declarándolos iguales ante la ley, sea estableciendo diferencias legales que tratan de compensar la vida real o lo que es más importante, estableciendo mecanismos para que todas las personas tengan oportunidades iguales para participar en el proceso de creación del derecho y del ejercicio del poder.

Como reza el artículo 1 del inciso primero de nuestra constitución, “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.”.[3] De esta manera La Constitución establece los diferentes papeles que el hombre puede asumir dentro de la organización estatal, porque no debemos olvidar que el “Derecho Constitucional es el conjunto de normas y principios jurídicos que organizan al Estado, determina sus órganos, las relaciones de estos entre sí y sus funciones; así como los derechos fundamentales de los gobernados y de los grupos sociales frente al poder del Estado y de quienes lo ejercen.”[4]

Dentro del área constitucional llamó poderosamente la atención realizar el trabajo de investigación en lo referente a un área del derecho que aunque novedosa se encuentra elevada a nivel normativo en las constituciones, y el caso salvadoreño no es la excepción. Me refiero al ya denominado Derecho del Consumidor y que encuentra su base legal en nuestra constitución en el artículo 101. Este principio constitucional fue retomado posteriormente por los acuerdos de paz y finalmente encuentra desarrollo normativo en la Ley de Protección al Consumidor, de la cual han estado vigentes más de una versión, Razón por la que se considera pertinente abordar como tema de investigación.” **La Evolución de la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores**”. Porque es obligación de los gobiernos formular y mantener una

política de protección al consumidor, tomando en cuenta el derecho de los consumidores de tener acceso a productos seguros, así como la importancia de promover un desarrollo económico y social justo.

Nuestro país estaba muy atrasado con respecto a otros países en cuanto a legislar protegiendo a la población de los abusos que cometían y cometen los empresarios, los cuales prácticamente hacían lo que querían vulnerando los derechos de los consumidores sin ningún tipo de regulación. Por lo tanto era menester e indispensable crear una Ley de Protección al Consumidor, para que mantenga la vigencia plena de los principios rectores del modelo de economía de mercado, fomentando el comportamiento ético de los proveedores y promoviendo la igualdad de oportunidades entre los mismos.

Es debido a todas estas circunstancias y a la presión de las organizaciones representantes del pueblo salvadoreño y a organizaciones sin fines de lucro como El Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), y otras; que el Ministerio de Economía se ve obligado a someter a consideración de la Asamblea Legislativa un proyecto de Ley de Protección al Consumidor, la cual fue aprobada mediante Decreto Legislativo No. 267 de fecha 22 de junio de 1992, publicado en el Diario Oficial el día primero de septiembre de 1992, y entró en vigencia el día 8 de septiembre de ese mismo año; posteriormente fue aprobado el Reglamento de esta primera Ley de Protección al Consumidor, por Decreto Ejecutivo No. 99 de fecha 27 de noviembre de 1992.

Lamentablemente nuestra población, es bastante apática cuando se trata de conocer leyes, de luchar por sus derechos y aunque contemos actualmente con una buena Ley de Protección al Consumidor, considerada como una de las mejores a nivel de América Latina, de nada sirve si la población no hace buen uso de ella. Todavía podemos observar que existen algunos problemas con respecto a esta ley y son las siguientes:

- Desconocimiento por parte de la población de la existencia de la Ley de Protección al Consumidor.
- Desconocimiento por parte de la población de la existencia de la Defensoría del Consumidor.
- Poco trabajo de publicidad y proyección de parte de la Defensoría del Consumidor.
- Poca labor efectiva de supervisión de la Defensoría del Consumidor.
- Pocas atribuciones legales de parte de la Defensoría del Consumidor.
- Los consumidores confunden El Centro para la Defensa del Consumidor con la Defensoría del Consumidor.

En base a lo expuesto en el planteamiento del problema, es importante hacernos el **Enunciado principal del problema** de esta investigación y es la pregunta siguiente: “**¿En que medida la evolución de la Ley de Protección al Consumidor protege los Derechos de los Consumidores?**”.

En cuanto a la **Delimitación del problema**, los sujetos que estudiamos en esta investigación son los consumidores y los proveedores, que se encuentran dispersos en todo el territorio nacional; por tanto la delimitación espacial fue todo el país, además

porque la mencionada ley en tanto ley secundaria, es aplicable a nivel nacional. La delimitación temporal o período que abarcó es desde la creación de la primera Ley de Protección al Consumidor; la cual fue aprobada mediante Decreto Legislativo No. 267 de fecha 22 de junio de 1992, publicado en el Diario Oficial el día primero de septiembre de 1992, y entró en vigencia el 08 de septiembre de ese mismo año; hasta la actual ley, la cual fue aprobada el día 18 de agosto de 2005, lo cual incluye el período en el cual está vigente,

En cuanto a la delimitación teórico-conceptual, se aplicaron conceptos y teorías del Derecho Constitucional y Derecho Administrativo, así como categorías propias del Derecho del Consumidor.

1.2 Justificación de la investigación.

La importancia de investigar el tema “**La Evolución de la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores**”, radicó en la necesidad de establecer si esta ley ha contribuido a proteger los derechos de los consumidores, pues no basta, solamente con tener un marco regulatorio adecuado para determinada situación, sino que es importante comprobar si esta ha sido implementada por las instancias responsables para ello, y si además, como en este caso, la ley que ha sustituido a la anterior ley, también ha evolucionado en cuanto a la protección de los derechos que regula. Nuestro país se ha caracterizado por tener muy buenas leyes en casi todas las áreas, aunque la mayoría de estas leyes, por no decir casi todas, son tomadas de otros países sobretodo de Chile y de España; lamentablemente vemos con mucha tristeza e indignación, que muchas de estas leyes no son implementadas por nuestras autoridades como debería ser, a pesar que después de la firma de los acuerdos de paz nacieron muchas instituciones que en teoría servirían para proteger a los consumidores de los abusos de comerciantes y proveedores.

Esta investigación estableció que papel ha jugado la Ley de Protección al Consumidor en nuestro país, sino es nada mas otra ley muy bien elaborada pero sin obtener los resultados para lo cual fue creada. Toda ley cuando es creada se hace dentro de determinado contexto, pero nuestro país al igual que el resto de los países del mundo ha evolucionado y tiene que irse adaptando a las nuevas circunstancias; además con esta investigación se proporcionaron algunos aportes que nos pueden ayudar a comprender cuales han sido las falencias de esta ley.

La Ley de Protección al Consumidor vigente, es una buena ley, en cuanto a su sistemática y su contenido, es una de las más avanzadas a nivel de América Latina, pero seguramente tiene algunos vacíos; y la Defensoría del Consumidor, que antes estuvo en manos del partido de derecha ARENA, al ser la institución encargada de proteger los intereses de los consumidores dejaba mucho que desear, ya que desde su nacimiento fue una institución timorata y frágil, la cual dejó siempre la impresión en la retina de los consumidores que mas bien estaba protegiendo los intereses de los comerciantes y proveedores.

Además con esta investigación se estudió como ha evolucionado esta ley, si esta evolución se ha ido adaptando a las nuevas circunstancias y contexto, o si esta ley ha tenido un estancamiento que en nada ha contribuido a los consumidores y en vez de ser una evolución ha sido una involución en perjuicio de los consumidores.

Finalmente al realizar esta investigación se contribuyó con los estudiantes de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y con la Universidad de El Salvador, en demostrar como esta ley al ser utilizada y aplicada adecuadamente puede ayudar a los consumidores a mejorar su nivel de vida; y así se estará haciendo aportes para lograr un beneficio considerable para la población de El Salvador que tanto lo merece.

2. Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo General.

Presentar un estudio socio-jurídico referente a la evolución de la Ley de Protección al Consumidor, y su eficacia en cuanto a su contenido normativo y la institucionalidad creada para su aplicación.

3. Objetivos Específicos.

1. Identificar el marco histórico del surgimiento y desarrollo de la Ley de Protección al Consumidor.
2. Establecer la naturaleza jurídica de la Ley de Protección al Consumidor.
3. Determinar si el marco jurídico nacional es el adecuado para darle cumplimiento a la protección de los derechos de los consumidores.
4. Establecer la congruencia que existe entre la normativa nacional y los instrumentos internacionales en materia de protección al consumidor, así como con el derecho comparado.
5. Analizar si la institución creada para darle cumplimiento a esta ley, cumple con el rol que le ha sido encomendada.
6. Verificar si las políticas gubernamentales garantizan la tutela de protección al consumidor.

1.4 Sistema de hipótesis.

Las hipótesis constituyen el principal instrumento intelectual de la investigación, sirviendo de guía para la obtención de datos en función de las interrogantes presentadas en el problema y también indican la forma en que deben ser organizados los datos de acuerdo al tipo de estudio a realizar.

La hipótesis es el eslabón necesario entre la teoría y la investigación, que nos lleva al descubrimiento de nuevos hechos científicos. Por tal razón aporta explicación a ciertos hechos y orienta la investigación a otros. [5]

Por lo tanto, se propuso como hipótesis en la presente investigación, la siguiente:

La Evolución de la Ley de protección al Consumidor, no garantiza una efectiva protección a los Consumidores.

Hipótesis que se desglosa en los siguientes elementos.

- Variable Dependiente: La Evolución de la Ley de Protección al Consumidor.
- Variable Independiente: Efectiva protección a los consumidores.
- Vínculo Lógico: No garantiza.

1.5 Base metodológica.

1.5.1 Tipo de investigación

Esta se trata de una investigación mixta, porque se utilizó como primer tipo: **La investigación bibliográfica-documental**; la cual es de carácter exploratorio o descriptivo, basado en información secundaria de segunda mano o ya procesada de antemano. Puede ser una monografía sin contemplar hipótesis, ni instrumentos para recopilar información de campo. Más bien el énfasis está en la recopilación y sistematización de información documental.

Como segundo tipo se utilizó **La investigación empírica o de campo**; referida al abordaje de problemas que han implicado el manejo de hipótesis y el uso de instrumentos para recolectar información primaria (guía de observación, encuesta, etc.).[6]

2. Niveles de investigación.

En esta investigación se han cubierto:

1. El Descriptivo. Consistente en narrar las características externas del fenómeno;
2. EL Explicativo. Por que se trata de identificar las causas que originan el fenómeno;
3. El Predictivo. Por que se presentan recomendaciones para la solución de la problemática estudiada.

3. Métodos de investigación.

1. Métodos generales.

Para conocer la realidad se dispone de métodos generales, los cuales le sirven de base a los métodos específicos. Aquí se encuentran:

1. El Análisis. Consiste en descomponer un todo en sus partes;
2. La Síntesis. Consiste en reunir las partes en el todo;
3. La Inducción. Es la que parte de lo particular para llegar a lo general;
4. La Deducción. Es la que parte de lo general para llegar a lo particular;
5. La Dialéctica. Explica las leyes del cambio.[7]

2. Métodos específicos.

Entre estos métodos encontramos:

1. La Entrevista. Para recopilar la opinión de los sujetos de investigación;
2. La Observación. Para observar algunas manifestaciones del fenómeno directamente en los proveedores.

4. Técnicas e instrumentos de investigación.

Para esta investigación se utilizaran las siguientes técnicas e instrumentos:

1. Fichas. "3x5 y 5x8". Para recopilar información bibliográfica;
2. Formularios. Para vaciar la información;
3. Cedula de entrevista. Para obtener la opinión de los sujetos;
4. Cuadros y Gráficas. Para interpretar los datos resultantes.

5. Procedimiento de Ejecución.

Una vez seleccionado el tema se procedió a elaborar la matriz de congruencia, para precisar de mejor manera el tema y tener una visión amplia y resumida del problema a estudiar, Luego se procedió a elaborar los objetivos, las hipótesis y su operacionalización. En seguida se estableció la metodología y el índice tentativo de la tesis a elaborar. Luego partiendo de las hipótesis se procedió a elaborar los instrumentos de recolección de datos para la investigación empírica a realizar, para lo cual se elaboraron cuadros y gráficas para facilitar el análisis.

Posteriormente se sistematizó toda la información según el índice adoptado hasta llegar a las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL CONSUMO Y DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR.

2.1 El consumo como medio de satisfacción de necesidades humanas.

Los actos de consumo se realizan en todas partes: en la casa, en la escuela, en el trabajo, en el almacén, en la ciudad y en el campo.

¿Qué consumen las personas para satisfacer sus necesidades?.

En primer lugar, consumen alimentos para nutrirse, vestidos para cubrirse, casa para protegerse; pero también consumen relojes, bebidas, lápices, libros y una impresionante cantidad de otros objetos.

Los objetos utilizados por las personas para satisfacer sus necesidades son **los bienes**. Por otro lado, cuando accionan el interruptor para prender la luz, o abren la llave del agua potable, se suben al autobús que los transportará, cuando mandan a reparar los zapatos o el televisor, consultan al médico o al curandero, cuando van a la escuela o al estadio, están consumiendo **servicios**. [8]

Los servicios son trabajos o acciones que realizan personas distintas de los beneficiarios para satisfacer necesidades personales o sociales de estos.

No en todas las épocas históricas o en todas las sociedades han existido los mismos bienes y servicios en calidad y en cantidad a disposición de los consumidores.[9]

Pensemos, por ejemplo, en cómo se resuelve en distintos lugares de un mismo país, o incluso ciudad, el problema de lavado de la ropa de la familia, o el abastecimiento de pan. Y cómo se hacía eso mismo en otros tiempos.

A medida que se van imponiendo las relaciones de mercado en nuestros países, van apareciendo nuevos bienes y nuevos servicios en oferta. Muchos objetos que antes se producían en el seno de la familia y trabajos que se ejecutaban en el hogar, han pasado a ser objeto de producción industrial o a estar a cargo de empresas especializadas,

El progreso se identifica actualmente, en gran medida, con la magnitud de bienes y servicios disponibles en el mercado.

El problema está en que, con frecuencia, por más que aumente la cantidad y mejore la calidad de bienes y servicios, éstos no están al alcance de todos los miembros de la sociedad.[10]

La calidad de vida depende, en forma importante, de la cantidad y diversidad de bienes y servicios al alcance de los grupos humanos para la satisfacción de sus necesidades.

Para producir los bienes destinados a satisfacer sus necesidades, los hombres emplean recursos naturales. La producción se origina con la utilización de algún elemento de la naturaleza.

Algunos de estos recursos son renovables, como la vegetación, otros se agotarán algún día, como el petróleo. La utilización tanto de los unos como de los otros debe ser cuidadosa y racional. En el primer caso es necesario respetar los ciclos de renovación, para no provocar su agotamiento; en el segundo es preciso evitar el despilfarro y desarrollar recursos alternativos.

Los recursos de la tierra son progresivamente transformados hasta llegar a convertirse en un bien apto para el consumo final. Para poder producir es necesario consumir recursos materiales y consagrar tiempo a esa actividad.

Para producir un libro, primero hay que utilizar árboles que serán transformados en papel; luego, el papel se transforma en libro, y, finalmente, el libro se utiliza para distraerse o documentarse. En las dos primeras etapas se ha hecho una transformación, se ha hecho un consumo intermedio, se ha consumido para producir. En la última etapa se ha utilizado el libro para satisfacer una necesidad, se ha hecho un consumo final.[11]

El consumo intermedio es el que se hace para producir. El consumo destinado a satisfacer necesidades es el consumo final o, simplemente consumo. No es lo mismo consumir una fruta o un yogurt que una prenda de vestir o una lavadora. La fruta y el yogurt desaparecen en el acto mismo de consumo. Son bienes de consumo corriente. La prenda de vestir y la lavadora, en cambio, no están destinadas a una sola utilización. Son bienes durables que deben prestar servicio un largo tiempo.

En función del uso que se hace de ellos, todos los productos pueden clasificarse en dos categorías: Bienes de consumo corriente y Bienes durables.

Tradicionalmente el consumo ha sido una actividad aislada, es decir, a cada consumidor siempre le ha preocupado satisfacer su propio consumo; esta conducta también ha vuelto vulnerable a los consumidores frente a los abusos de los proveedores de bienes y servicios. Aunque no como lo concebimos en la actualidad.

2.2 Antecedentes y evolución histórica del movimiento de consumidores.

El movimiento a favor de los derechos de los consumidores no es un fenómeno de la actualidad, desde tiempos remotos existen regulaciones y leyes relacionadas con la protección del consumidor; aproximadamente 2000 años antes de cristo el código de Hammurabi, que regía en Asiría, reino de los sumerios “trataba sobre temas como el crédito, el arrendamiento, la calidad de los alimentos entre otros”. [12] En el medioevo y posteriormente líderes religiosos, como Martín Lutero y Juan Calvino, atacaron las prácticas engañosas de los negociantes y propusieron el uso de precios justos en el mercado.

A fines del siglo XVIII en los Estados Unidos, comienza, de manera muy incipiente, a generarse algunos acontecimientos relacionados con la protección del consumidor. Para el siglo XIX hay un giro en los movimientos a favor de los ,derechos de los consumidores

al fundarse en los Estados Unidos y algunos países de Europa, movimientos cooperativos por los derechos laborales de los trabajadores, encabezado por los sindicatos y comienza a tratarse el tema de la educación en la economía doméstica. “ya en 1899, aparece en los Estados Unidos, la Liga Nacional de Consumidores, como una organización que luchaba contra las malas condiciones de trabajo y para perfeccionar las normas bajo las cuales eran elaborados los productos por muchas empresas”.[13]

En Inglaterra la primera cooperativa de consumidores se formó en 1844 en la ciudad de Rochdal. Con posterioridad se suceden varias organizaciones que dirigen su esfuerzo a la educación del consumidor destacándose la American Home Economics Association (Asociación Americana de Economía Doméstica), quién fomentó la enseñanza de la economía doméstica en las escuelas y universidades, con el objetivo de educar el manejo del presupuesto familiar y orientar hacia un consumo de mayor calidad. Al inicio, las primeras acciones y preocupaciones de las organizaciones de consumidores era precisamente defender el valor del dinero en el momento de pago del mercado, procurando obtener la mejor calidad al más bajo precio.

Aquellas primeras organizaciones que respondían a intereses reivindicativos se organizaron fundamentalmente mediante Ligas, los movimientos de consumidores en estos primeros momentos se organizaron para boicots de compradores a establecimientos o productos; en aquella primera etapa trabajaron por evitar que se comercializaran productos y medicamentos alterados o con marcas equivocadas.

Posteriormente fueron surgiendo movimientos en varias partes del mundo en defensa de los consumidores, utilizando diferentes métodos, vías y formas, pero todas con el objetivo de proteger los intereses de los consumidores, ya no solo en el acto de intercambio o el consumo, sino desde la elaboración de los productos o la promoción comercial de estos, resultando necesario ahora profundizar en el asunto, ya no para reflejar lo que aisladamente pasó en uno u otro lugar, sino profundizar en el tema como movimiento en sí, y su responsabilidad y papel.[14]

Para principios del siglo XX se aprueban en los Estados Unidos, una serie de leyes, la ley contra los fraudes en los correos; la ley de inspección de carnes de 1904, y la ley de pureza de los alimentos y medicamentos de 1906 que contenían de manera muy pálida algunos artículos en aras de los derechos de los consumidores, con esta última se creó una agencia para regular la publicidad naciente.

En esta misma etapa, en el año 1909, se fundó la Asociación Americana de Economía Doméstica. Las principales actividades desarrolladas por esta organización estaban encaminadas a la educación de los consumidores con respecto a la planificación de los presupuestos domésticos.

Esta organización, desde 1920, fue precursora en la posibilidad de utilizar los test comparativos en los artículos de consumo para elevar la información y orientar a los consumidores en el ámbito de la economía doméstica, pero esta intención no pudo sostenerse por mucho tiempo debido a la posición conservadora de la propia asociación.

Muchos analistas consideran que la culminación de la primera guerra mundial le dio una nueva visión al movimiento de consumidores y a la protección del consumidor en sí. Es conveniente detenerse en un aspecto interesante, durante esta contienda bélica la relación que se estableció con los productos europeos fueron inevitables. La guerra trajo también como consecuencia la irrupción en el mercado por empresas norteamericanas que incluían productos con características europeas, ofrecieron en el mercado nuevos productos y campañas publicitarias, surgiendo nuevas instituciones encargadas de proteger al consumidor. La Federal Trade Commission, institución que ya existía, adquirió más facultades para ejercer acción penal contra prácticas comerciales ilegales, apareciendo libros y artículos que atacaron la manipulación publicitaria, en los años 30 surgen Consumers Union (Unión de Consumidores) y Consumers Research (Investigación de Consumo), organizaciones con similares propósitos, además de muchas otras que surgieron y posteriormente desaparecieron.[15]

2.2.1 1960: Nueva etapa para los movimientos de consumidores en el mundo.

Sin embargo no es hasta la segunda mitad del siglo XX que los movimientos de consumidores alcanzan su esplendor, consideramos que el desarrollo de los movimientos de liberación nacional en Asia, África y América Latina, propiciaron un replanteamiento de conceptos, consumo, las relaciones de consumo, los derechos de los consumidores. En los propios Estados Unidos, todos los movimientos sociales progresistas de la época, la lucha contra la desigualdad racial, los discursos pronunciados por Martin Luther King, los derechos del negro y las clases más humildes creó las condiciones propicias para un pronunciamiento, consideramos a partir de un discurso sin mayores compromisos que los permitidos para asegurar una opinión pública favorable; el presidente en aquel entonces J F Kennedy pronunció un discurso que marcó un nuevo período en el quehacer de los movimientos de consumidores.[16]

El 15 de marzo de 1962, el presidente norteamericano Jonh F. Kennedy se dirige al congreso de los Estados Unidos y expresa: “Todos somos consumidores y siendo el grupo económico más importante del mundo, se nos olvida continuamente”, y en el mismo discurso proclamó los cuatro derechos fundamentales para los consumidores: la seguridad, la información, a elegir y ser escuchado; estos derechos fueron reconocidos oficialmente en octubre de 1963.

La propia declaración de los derechos fundamentales del consumidor conllevó a la fundación de Consumer Advisory Council (consejo de Asesores de Consumidores), integrado por académicos y activistas de los derechos civiles y de los derechos del consumidor, con la responsabilidad de asesorar al presidente en las reformas de las legislaciones relacionadas con la protección del consumidor, existiendo hasta nuestros días un consejero especial en asuntos del consumidor.

En este mismo período se creó una red de organizaciones privadas que defienden los derechos de los consumidores, siendo The Network una de ellas y de mayor fuerza, Ralf Nader, uno de sus líderes principales ha publicado varios libros relacionados con el tema, así como aborda temas tales como: impuestos, cuidados médicos, uso de la

energía nuclear entre otros.

En los años anteriormente analizados a nivel internacional se generaron los movimientos de consumidores, movimientos de organizaciones no gubernamentales, de carácter social, cuyo objetivo básico es defender los derechos de los consumidores en el intercambio con los proveedores.

Movimientos que luchan contra el consumismo, a favor de relaciones justas y equitativas.

El propio proceso evolutivo de los movimientos de consumidores, han llegado a alcanzar la aprobación, por parte de diversos países, de normas, regulaciones y leyes para la protección al consumidor, han servido para que los propios consumidores cambien su actitud hacia el mercado, de una relación pasiva se conviertan en consumidores, críticos, responsables, concientes y solidarios frente a las complejidades del entorno mercantil.[17]

2.2.2 Asociación de Consumidores en el tercer mundo.

Es importante apuntar la participación de Cuba en este aspecto y el aporte que realiza en estos años, no solo como factor externo, pues el propio triunfo de la revolución provocó un giro político y de necesidad de correlación de fuerzas en el panorama mundial. La voluntad del gobierno revolucionario cubano garantizó que dentro de la temprana fecha de 22 de enero de 1960, se promulgara la “Ley 697 de Protección al Consumidor”, considerada una de las primeras leyes en América y el mundo cuyo contenido esencial era evitar el encarecimiento injustificado de la vida, impidiendo toda forma de especulación mercantil, Años más tarde producto de la socialización de la nación esta ley se tornó obsoleta.

Los movimientos de protección al consumidor en los países del tercer mundo, surgieron en 1965, la primera organización de este tipo en Malasia, así aparecieron entonces organizaciones similares en países de Asia, África y América Latina, siendo la dirección fundamental a la que dirigieron sus esfuerzos la de tratar de satisfacer las necesidades básicas de los consumidores, lógico si se tiene en cuenta la economía de mercado en que se movían las mismas, viviendo las grandes masas populares en condiciones muy difíciles de miseria y hambruna y de extrema pobreza.

En el caso de nuestro continente fue en México donde surgió la primera organización de consumidores en 1970 con el nombre de Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor, surgiendo posteriormente similares organizaciones en Jamaica, Curazao y Brasil, hasta llegar en la actualidad a existir en la mayoría de los países del continente incluyendo el caribe. En 1975 México establece su legislación sobre protección al consumidor, así como también una buena parte del resto de los países del continente crean sus leyes de protección al consumidor y otras normas jurídicas relacionadas con el asunto, las que han estado dirigidas a dar solución a los

principales problemas sobre todo de las satisfacciones elementales de las necesidades de los consumidores.

A partir de las luchas de las organizaciones de consumidores se ha logrado mayor información para estos en temas de educación y por ende de protección lográndose conocer del costo de mercancías y servicios, que se incluyan informaciones y dentro de ellas los ingredientes en los etiquetados de los productos o informaciones nutricionales, fecha de elaboración y caducidad, y sobre todo la veracidad en la información que se brinda por cualquier vía a los consumidores, en aras de evitar el engaño premeditado o no a los mismos.

Dichas organizaciones exigen que se revise la seguridad de los productos tóxicos o peligrosos, alcanzando que entidades sean sancionadas por el incumplimiento de lo establecido, así como en algunos países el movimiento ha logrado que sean incluidos a nombre de ellos, representantes en Juntas de Dirección de Empresas lo que evidentemente sirve para que sus criterios sean tenidos mucho más en cuenta por los empresarios.[18]

A nivel internacional, en 1960 se generó un evento importantísimo. El cual fue el surgimiento de la Organización Internacional de la Asociación de Consumidores o International Organizations of Consumers Union (por sus siglas en inglés: IOCU), que a partir de 1993 pasó a denominarse Consumer International, cuyo aporte en materia de Defensa del Consumidor fue vital, pues consideró agregar la existencia de dos derechos del consumidor: El Derecho a la Educación y el Derecho a un Ambiente Sano.

El IOCU se formó bajo el impulso de seis organizaciones de consumidores de los Estados Unidos, Australia, Bélgica, Holanda e Inglaterra; posteriormente se fueron agregando como asociados, instituciones de Nueva Zelanda, Francia, Alemania y Austria en 1960; Japón en 1962, Malasia Israel y Noruega en 1966; Jamaica en 1967; Corea en 1970; México en 1971; India en 1973; Hong Kong en 1976; y muchos países más.[19]

2.3 Antecedentes históricos y surgimiento del Derecho del Consumidor bajo las Directrices de Naciones Unidas.

El Derecho del Consumidor nace, se desarrolla y se justifica en la sociedad de consumo. Regula la producción y la comercialización de productos y servicios a través del prisma de consumo. Y éste como señala Jean Baudrillard, tiene un lugar cierto: es la vida cotidiana. Es decir, sino existiera el consumo, no existiría el Derecho del Consumidor.

Ahora bien, nada puede ser más actual que algo que se propone proteger la vida cotidiana de los individuos. El Derecho del Consumidor es, por tanto, la disciplina jurídica de la vida cotidiana del habitante de la sociedad de consumo. Su surgimiento

con alteraciones profundas en el derecho tradicional, discurre directamente de la **Revolución Industrial** (con producción, comercialización, consumo, crédito y comunicación en masa), ya que ésta cambió por entero el día a día de los hombres, ahora llamados consumidores. La afirmación de la actualidad del Derecho del Consumidor no implica decir que antes de su formulación no existieran consumidores o que éstos estaban absolutamente desamparados.

Los consumidores han existido siempre. Sólo que el derecho o, mejor, dicho el legislador; no tenía una percepción clara de su marco, como sujeto diferenciado de categorías tradicionales (como el comprador y el arrendatario, por ejemplo). Pero inclusive sin darle certificado de bautismo, el ordenamiento jurídico clásico contaba con ciertos mecanismos de tutela del consumidor. Se ha convertido en lugar común afirmar que tales instrumentos resultaban inadecuados para este fin.

La adaptación de soluciones del liberalismo clásico, producidas en una realidad económica enteramente diversa de la actual, dejó de tener en cuenta que los fenómenos de masa no permiten remedios individualistas, basados en ideas sin ningún tipo de conexión con la sociedad de consumo. Principios como los de la libertad contractual, libertad de consumo, no intervención del Estado en la gestión del mercado, responsabilidad del proveedor en casos de culpa, así como las normas rígidas de legitimidad ad causam y de prueba, fueron formulados para regular relaciones sociales diversas de la relación de consumo.[20] Aplicados en la sociedad de consumo, crean mitos de derechos. Mas ¿por qué ese despertar legislativo?, primero porque el surgimiento de la sociedad de consumo propició la aparición de relaciones jurídicas antes desconocidas. O, si se prefiere, permitió la aparición de formas de manifestación singulares para las relaciones jurídicas clásicas (compraventa, arrendamiento, préstamo). En segundo lugar, la propia sociedad de consumo, por la manifestación de sus relaciones y por el fortalecimiento de la empresa, creó una situación de vulnerabilidad para el consumidor.

No se piense, sin embargo, que la mera vulnerabilidad del consumidor conseguiría per se sensibilizar al legislador o al aplicador. La universalidad de esta vulnerabilidad es la que explica la intervención legislativa. Cuanto mayor es el número de los vulnerables, tanto mayor será la sensibilidad estatal, porque en una sociedad democrática, comprensiblemente, la ecuación numérica tiene enorme peso.

Ésta es la razón por la que el derecho, muchas veces, queda al lado de la mayoría, aun cuando con la minoría se encuentre el poder y la riqueza. De ahí que el Derecho del Consumidor no se justifique sólo como producto de la sensibilidad del legislador con la vulnerabilidad del consumidor. Igualmente importante en su desarrollo ha sido el hecho de que los consumidores son inmensamente mayoritarios en el mercado.

Era necesario que el legislador, tomara conciencia de la necesidad de que los consumidores estuvieran protegidos por el derecho; no solamente que se supusiera que el consumidor tenía derechos, sino que era menester regularlo, y poner los intereses de los consumidores por encima de los proveedores. En otras palabras velar por los

intereses de las mayorías en contra de los intereses de las minorías.

El gran desarrollo económico que caracterizó el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, con la masificación de la producción y del comercio, propició, además de la mejoría del nivel de vida del ciudadano, la aparición del Derecho del Consumidor. Su formulación, pues, dimanaba directamente de necesidades sociales recientes, provocadas “por tecnologías sofisticadas y mercados ampliados, surgidos como resultado del desarrollo posterior a la Segunda Guerra Mundial”.[21] En torno a esa carencia de tutela específica se organizó todo un movimiento social: **El consumerismo**.

Es cierto que, inclusive antes de la masificación del mercado, el consumidor no se encontraba totalmente indefenso, ya que teorías y garantías tradicionales, como la de los vicios ocultos, conferían una cierta protección al consumidor. En la fase anterior a la guerra, por tanto encontramos derechos del consumidor más o menos protegidos. No identificamos, con todo, un sistema de normas, funcionalmente orientadas, en el sentido de proteger al consumidor como tal.

Como no podría dejar de ser, la evolución del Derecho del Consumidor, como todo parto jurídico, no ha sido un fenómeno propiamente rectilíneo y uniforme. En los Estados Unidos, principios como el de *caveat emptor* (en la formación e interpretación de los contratos), y el de la necesidad de *privity* entre la víctima de los daños y el causante de los mismos (en el terreno de la responsabilidad civil contractual del proveedor, por los accidentes de consumo), sirvieron, durante mucho tiempo, como verdaderas barreras para el desarrollo de la nueva disciplina.

La evolución en Europa parece que tiene lugar con menos dificultades, principalmente debido a la existencia de ciertas teorías tradicionales, como la de los vicios ocultos, que ya permitían una cierta protección al consumidor.

Mientras que en los Estados Unidos la aparición del Derecho del Consumidor se desarrolla a partir de una perspectiva individualista y reparadora (protección del individuo-consumidor hasta llegar a cubrir al público-consumidor), en Europa la evolución se produce como un esfuerzo mucho más por tutelar al público de una manera general, que propiamente por reparar los daños sufridos por consumidores individuales.

De cualquier modo, sea en el *common law*, sea en el *civil law*, el derecho del Consumidor comenzó como un cuerpo legal de carácter eminentemente represivo (penal y administrativo). Gradualmente, sin embargo, el legislador fue comprendiendo que el Derecho del Consumidor tenía que ser fundamentalmente preventivo, a la vista de ciertas características del mercado: la velocidad de sus transformaciones ; la aparición diaria de nuevas y más complejas modalidades de negocios y tecnologías; la vulnerabilidad del consumidor, bien para evitar, per se, el daño, bien para buscar su reparación; la naturaleza y dimensión de los accidentes de consumo, muchas veces de difícil reparación (cuando no imposible).

Esta característica preventiva del Derecho del Consumidor, hoy preponderante en la nueva disciplina, tiene dos vertientes. Una es la de impedir que la fragmentación de la

relación de consumo cause perjuicios al consumidor. Otra es la de prevenir que el conflicto de consumo venga a debilitar el propio mercado, y con ello, el orden capitalista. Y ello porque el Derecho del Consumidor, así como el derecho económico, es “una acción tendiente a la preservación del mercado, en cuanto mecanismo de coordinación del proceso económico , teniendo en cuenta el interés social”. [22]

2.3.1 Directrices de Naciones Unidas sobre protección al Consumidor.

En el derecho occidental moderno se arraigaron ciertos principios que datan de la Revolución Francesa.

Efectivamente, si a todos los hombres se les consideraba libres e iguales, era lógico que la contratación este regida por el principio de autonomía de la voluntad y que entonces el contrato fuera ley para las partes. Por otra parte en los tiempos previos a la sociedad de consumo el contrato era un acto casi excepcional, y que por ese motivo resultaba previamente negociado, discutido y acordado casi en detalle. El derecho, entonces, sólo debía intervenir para velar que la voluntad manifestada fuera realmente libre y en definitiva rodear de garantías a los negocios jurídicos de los particulares.

Individualismo y principio de no intervención del Estado aplicados a la relación de consumo dio origen a la teoría de libre mercado y el consumidor individual, en la que hipotéticamente empresario y consumidor se encontraban en igualdad de condiciones en el contexto de un mercado libre regido por las reglas de la oferta y la demanda. La realidad se encargó de demostrar esta falacia, ya que el consumidor era frecuentemente víctima de abusos como consecuencia de detentar una situación de inferioridad en el mercado.

A pesar de ello el consumidor no se encontraba totalmente indefenso, ya que teorías y garantías tradicionales, como la de los vicios ocultos, conferían cierta protección al consumidor-comprador. Además a partir de este siglo se empieza a regular al mercado, a través de leyes que reprimían los monopolios, que alentaban la lealtad comercial, y que exigían a los productos ciertas condiciones mínimas para ser comercializados, todo lo cual indirectamente beneficiaba al consumidor.

En los Estados Unidos desde la creación de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Comisión) en 1914 se empezó a proteger al consumidor, esta protección era más bien incidental como consecuencia de reglar la actividad comercial e impedir la aplicación de practicas comerciales desleales. No obstante la idea de identificar al consumidor como un grupo social diferenciado y brindarle protección especial empezó a ganar fuerzas. Esta actividad de control y protección tuvo como corolario la actitud del presidente Kennedy, quién decisivamente reconoció a los consumidores como grupo económico y asumió la defensa de sus derechos propiciando la primera ley de defensa del consumidor en el mundo.

Sin embargo algunos autores afirman que el derecho del consumidor, como tal, empezó a surgir en 1957 en el Tratado de Roma, que creó la Comunidad Europea. En este tratado (arts. 85 y 86) se hace referencia a los consumidores, pero recién en 1972 la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa editó la Carta Europea de Protección al Consumidor, para tres años después plasmar esta base programática en medidas concretas a través del Programa Preliminar para una política de protección e información de consumidores. [23]

Independientemente de donde se le haya expedido por primera vez certificado de

nacimiento a esta disciplina jurídica, el derecho del consumidor nace en el mundo con contornos eminentemente represivos (penal y administrativo) para ir gradualmente tornándose preventivo, a la vista de ciertas características de los mercados modernos, a saber, mutabilidad, velocidad en los intercambios, alta complejidad, dificultad en la reparación de los daños al consumidor, nuevas modalidades de contratación, etc.

A mediados de la década de los años setenta (1977) era tal la disparidad en la protección que dispensaban los países desarrollados a sus consumidores y la situación en que se encontraban los consumidores de los países en desarrollo, que el Consejo Económico y Social de la ONU solicitó al Secretario General que preparara un estudio sobre el tema, especialmente referido a las leyes vigentes en los distintos países, y que realizara consulta con los países asociados, con el objeto de elaborar una serie de orientaciones generales para armonizar dicha protección a nivel global. En el año 1983 el Secretario General presenta el proyecto de Directrices ante el Consejo y luego de largas negociaciones es aprobado el documento definitivo por la Asamblea General de la ONU el día 9 de abril de 1985, (Resolución N° 39/248).

Las Directrices para la Protección del Consumidor son un conjunto internacionalmente reconocido de objetivos básicos, preparados especialmente para que los gobiernos de los países en desarrollo y los países de reciente independencia las utilizaran para la estructuración y fortalecimiento de políticas y leyes de protección del consumidor.

Estas Directrices centran su atención en los intereses y necesidades de los consumidores, reconociendo que estos afrontan a menudo, con relación a los empresarios, desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación.

En la lejana fecha de 1962, el presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy, en un discurso pronunciado ante el congreso de su país, y por la presión de los consumidores estadounidenses, enunció que los consumidores tenían derecho a:

- A la seguridad, a la protección contra la comercialización de bienes y servicios peligrosos para la salud y la vida.
- A ser informado, a la protección contra la información, publicidad u otras prácticas fraudulentas o engañosas.
- A elegir, tener acceso a varios productos y servicios a precios competitivos y justos.
- A ser escuchado, tener la seguridad de que se considerará el interés del consumidor y se tendrá en cuenta al formular las políticas gubernamentales.

Posteriormente se agregaron nuevos derechos a los anteriores, debido al trabajo del movimiento de consumidores a través de Consumers International, y son los siguientes:

- Derecho a la satisfacción de necesidades básicas.
- Derecho a ser compensado/a.
- Derecho a la educación,
- Derecho a un medio ambiente saludable.

Después de una década de difícil lobby de organizaciones de consumidores y de

Consumers Internacional, entidad entonces conocida como IOCU; el día 9 de abril de 1985, La Asamblea General de Naciones Unidas adoptó las Directrices de la ONU, para la Protección de los Consumidores.

2.3.2 Objetivos.

Teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los países, y particularmente de los países en desarrollo; 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, y la protección del medio ambiente, las presentes directrices para la protección del consumidor persiguen los siguientes objetivos:

- a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;
- b) Facilitar las modalidades de productos y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;
- c) 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;
- d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudican a los consumidores;
- e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;
- f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor;
- g) Promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos;
- h) Promover un consumo sostenible. [24]

2.3.3 Mención de su contenido general.

Las directrices de las Naciones Unidas, sobre protección al consumidor serán aplicables a los bienes y servicios producidos en el país como a los importados.

A grandes rasgos son las siguientes:

A. Seguridad física.

Esta directriz habla, de que los gobiernos 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; es decir, que no sean artículos peligrosos para los consumidores. Esta directriz ordena a los responsables de introducir los artículos en el mercado, en particular a los proveedores, exportadores, importadores, minoristas y similares, velar por que, mientras están a su cuidado, esos artículos no pierdan su inocuidad debido a manipulación o almacenamiento inadecuados.

Además ordena, a los fabricantes o distribuidores a que adopten medidas para que 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.

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

Entre otras cosas esta directriz, le da sugerencias a los gobiernos para que elaboren, refuercen o mantengan 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 efectiva esas medidas.

Sugiere a los gobiernos que deben guiarse por su adhesión al conjunto de principios y normas equitativos convenidos multilateralmente para el control de las prácticas comerciales restrictivas, aprobadas por la Asamblea General en su resolución 35/63, de 5 de diciembre de 1980.

Los gobiernos poniendo en práctica esta directriz, en 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.

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

Esta directriz, sugiere a los gobiernos que deben formular o promover según proceda, la formulación y aplicación en los planes nacional e internacional, normas voluntarias de seguridad y calidad de los bienes y servicios y dar a dichas normas la publicidad apropiada.

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.

La ONU a través de esta directriz, sugiere a los gobiernos examinar la posibilidad de adoptar o mantener políticas para asegurar la distribución eficiente de bienes y servicios a los consumidores.

Asimismo recomienda a los gobiernos la creación de cooperativas de consumidores en las actividades comerciales afines y la información al respecto, especialmente en las zonas rurales.

E. Medidas que permitan a los consumidores obtener compensación.

Esta directriz es de las más importantes para los consumidores, porque durante mucho tiempo, estos, estuvieron desprotegidos por los gobiernos. Sugiere a los gobiernos que 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.

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.

El consumidor en todos los países debe ser un consumidor educado e informado, esta directriz, sugiere a los gobiernos formular o estimular la formulación de programas generales de educación e información del consumidor. Esta información debe incluir 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. También se sugiere, si procede, que la educación del consumidor sea integrante del programa básico del sistema educativo, de preferencia como componente de asignaturas ya existentes.

G. Promoción de modalidades sostenibles de consumo.

Esta directriz habla de que los gobiernos en asociación con el comercio y las organizaciones pertinentes de la sociedad civil, deben formular y ejecutar políticas que contribuyan a promover modalidades sostenibles de consumo. Es decir, que las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes y futuras se satisfacen de modo tal que puedan sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental.

Los gobiernos mediante una combinación de políticas que podrían abarcar reglamentos, instrumentos económicos y sociales, políticas sectoriales como las que rigen el uso de la tierra, el transporte, la energía y la vivienda; estarían contribuyendo a modalidades sostenibles de consumo.

H. Medidas relativas a esferas concretas.

Esta directriz es muy importante, porque tiene que ver con la salud de los consumidores.

La ONU a través de esta directriz, sugiere que al promover los intereses del consumidor, particularmente en los países en desarrollo, los gobiernos deberán cuando proceda, dar prioridad a las esferas de interés esencial para la salud del consumidor, como los alimentos, el agua y los productos farmacéuticos.

Deberán adoptarse o mantenerse políticas para lograr el control de calidad de los productos, medios de distribución adecuados y seguros, sistemas internacionales normalizados de rotulado e información, así programas de educación e investigación en estas esferas.

2.4 Antecedentes y evolución histórica del Derecho del Consumidor en El Salvador.

El Derecho del Consumidor es relativamente nuevo en El Salvador, sin embargo, ya desde los años 50, con las intervenciones estatales en el orden económico y social, se trató de conciliar la estabilidad de precios con el mantenimiento de condiciones de rentabilidad para los productores y de justicia social para los consumidores.

Hacia mediados de 1980, este manejo de política económica, mantenía bajo control el precio de 250 productos. Sin embargo, fue necesario que transcurriera el tiempo para que los derechos del consumidor fuesen respetados; influyó en gran medida el reconocimiento internacional de los Derechos del Consumidor, con la aprobación de las “Directrices de Naciones Unidas para la protección al consumidor”, en abril del año 1985, ya que se logró implementar políticas de defensa a los derechos del consumidor en los países miembros, principalmente en los más desarrollados como los Estados Unidos y los países europeos.

Teniendo como punto de referencia lo anterior, y tomando como modelo los antecedentes legislativos en esta materia, es que por los años noventa se empieza a tener auge en Latinoamérica y en especial en nuestro país en materia de defensa de los derechos de los consumidores, específicamente después de los acuerdos de paz.[25]

Desde la constitución de 1983, aparece regulada “la defensa del interés del consumidor”, pero es hasta 1992 con la aprobación de la primera ley de protección al consumidor, que se toma en serio la defensa y promoción de este derecho.

Una de las principales preocupaciones del Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), desde el momento de su fundación, fue trabajar en la búsqueda de soluciones a la situación de inseguridad jurídica en que se encontraban las personas consumidoras a principios de los años noventa; esto debido a la ausencia de normas que reconocieran sus derechos y establecieran mecanismos de protección.

La iniciativa constante del CDC Ha sido uno de los elementos que allanó el camino para la obtención de algún nivel de reconocimiento a los derechos de la persona consumidora, En efecto, de manera versátil, el CDC logró cierta incidencia en los suscriptores de los Acuerdos de Paz.

En virtud de tal pacto, el Gobierno de la República se comprometió a presentar en el año de 1992 a la Asamblea Legislativa un Anteproyecto de Ley de Protección al Consumidor, mismo que, junto a una propuesta hecha oportunamente por el CDC, contribuyeron para la formulación y aprobación de esta importante normativa.[26]

A partir de esa fecha El Salvador ha contado con tres Leyes de Protección al Consumidor, las cuales han ido evolucionando y adaptándose a las circunstancias y necesidades del momento. Las fechas de creación de estas leyes con sus respectivos reglamentos son las siguientes:

- Primera Ley de Protección al Consumidor. Esta ley fue aprobada mediante Decreto Legislativo número 267 de fecha 22 de junio de 1992, publicado en el Diario Oficial el día primero de septiembre de 1992, el cual entró en vigencia el 08 de septiembre del mismo año. Posteriormente fue aprobado su respectivo Reglamento, por medio del Decreto Ejecutivo número 99 de fecha 27 de noviembre de 1992. Este fue el primer cuerpo normativo que vino a proteger de manera directa y particular los derechos de los consumidores, dando el ordenamiento jurídico salvadoreño un gran paso en el surgimiento del Derecho de protección al Consumidor; y marcó un hito en la historia, por primera vez una normativa jurídica reconocía al consumidor como sujeto de derechos y deberes y establecía algunas regulaciones tendientes a evitar los fraudes y abusos en el mercado.

Debido al descontento de la población y a los grandes vacíos que tenía esta primera ley, en el mes de noviembre de 1994, el CDC presentó ante la Asamblea Legislativa una propuesta de reforma a la ley.

- Segunda Ley de Protección al Consumidor. Esta segunda ley fue aprobada el día 14 de marzo de 1996 mediante Decreto Legislativo número 666, y fue publicado en el Diario Oficial el día 22 de marzo del mismo año.

Posteriormente fue aprobado el Reglamento respectivo, el día 04 de junio de 1996 por el Decreto Ejecutivo número 109. Esta ley establecía entre otras cosas que el consumidor debía de ser protegido de los abusos y engaños que efectuaran los proveedores y al mismo tiempo implementar mecanismos para incentivar a los competidores leales que si cumplen con respetar los derechos de los consumidores.

Esta segunda ley otorgaba al Estado prioritariamente la protección al consumidor al igual que la primera ley, pero lamentablemente al igual que esta daba muy poca participación a la sociedad civil y con escasos mecanismos privados de protección al consumidor.

Esta segunda ley no superó los vacíos que motivaron la reforma de su primera versión, entre ellas podemos mencionar:

- Los consumidores de productos usados o reconstruidos estaban desprotegidos;
- La regulación de la publicidad engañosa era inoperante;
- Frágil protección contractual;
- Esta ley regateaba los derechos de los consumidores;
- La entidad gubernamental no tenía dientes ni autonomía, etc.

- Tercera ley de Protección al Consumidor. Esta fue presentada ante la Asamblea Legislativa y después de ser revisada y enmendada, fue aprobada el día 18 de agosto de 2005, mediante Decreto Legislativo número 776, y fue publicado en el Diario Oficial número 166 del mismo año y entró en vigencia 30 días después de su publicación. Esta nueva ley entre sus aspectos más importantes creó la Defensoría del Consumidor, una entidad descentralizada y autónoma que vino a sustituir a la tristemente célebre Dirección General de protección al Consumidor. Esta nueva entidad nace con la novedad que posee personalidad jurídica propia y autonomía en los administrativo y presupuestario.

Desarrolla un mejor reconocimiento de los derechos de las personas consumidoras a la luz de las Directrices de las Naciones Unidas y se incorpora un importante avance como es la creación de la carga de la prueba, cuando se ejerza el derecho de defensa por violaciones en servicios públicos.

1. Asociación de Consumidores en El Salvador.

2.4.1.1 Historia de El Centro para la Defensa del Consumidor (CDC).

En El Salvador, el año 1989 marca el inicio de la implementación de las llamadas políticas neoliberales; la liberación de precios fue una de estas medidas, cuyos efectos rápidamente se hicieron sentir en el encarecimiento de los productos y servicios básicos. Teniendo en cuenta esta problemática, 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. [27]

A esta coordinación inicialmente se le denominó **Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor**, que desde su aparición pública el 25 de enero de 1991, dejó claro que 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.

Entretanto, el CDC debía estructurarse mejor, ya que en esos momentos aún funcionaba como una organización de hecho; así fue como el 09 de diciembre de 1992, el comité se transformó en la **Fundación Centro para la Defensa del Consumidor**, una entidad profesional, independiente de todo interés político partidario, económico o comercial;

este proceso de legalización que permitió ampliar la relación con activistas sociales y profesionales que pasaron a formar parte de las instancias de conducción estratégica de la institución; constituyéndose legalmente en 1992. Los estatutos del CDC fueron publicados en el Diario Oficial y obtiene la personería jurídica el 07 de julio de 1995. Las primeras acciones incluyeron 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; pero ocupa un lugar muy especial en estas acciones iniciales, la elaboración y posterior presentación ante la Asamblea Legislativa del “Anteproyecto de ley de estabilización de precios de productos de consumo básico”, interpuesta el 26 de junio de 1991.

La presentación de esta propuesta de ley ante el llamado primer Órgano del Estado (la Asamblea Legislativa) fue una iniciativa novedosa en esta época; lo que 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.

Como podemos observar la creación del CDC, fue un esfuerzo entre varios sectores organizados de nuestra población, es decir, sector femenino, sector de comunidades marginales, sector cooperativo, sector campesino, etc. Por esta razón es que el CDC, desde su nacimiento fue un organismo fuerte, porque tomó en cuenta a los sectores más pobres y desprotegidos de nuestro país. pero lo más admirable es que todavía El Salvador, se encontraba en guerra, y era un peligro enorme que la población se organizara para luchar por sus intereses más sentidos, porque se corría el peligro que este tipo de lucha fuera tildado de subversivo por el gobierno de ARENA; a pesar que el proceso de diálogo se encontraba bien avanzado.

Teniendo en cuenta que en el año 1991 se celebraban las rondas de diálogo y negociación que, con la mediación de la Organización de Naciones Unidas (ONU), buscaban poner fin a una década de guerra civil protagonizada entre el Gobierno de El Salvador (GOES) y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), el CDC se propuso colocar el tema de la defensa del consumidor y la consumidora en este proceso; y para ello envió formalmente al GOES, al FMLN y a la ONU el referido “Anteproyecto de ley de estabilización de precios de productos de consumo básico”, acción que logró destacada difusión pública y sirvió como recordatorio que desde 1983 la constitución establecía la responsabilidad del Estado en la defensa de los derechos de las personas consumidoras.[28]

La propuesta del CDC tuvo eco en los equipos negociadores del GOES y del FMLN, al punto que el Acuerdo de Paz, al que se arribó el 31 de diciembre de 1991 en Naciones Unidas y suscrito en 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.

A principios de los años noventa, la problemática de las personas consumidoras, en general, no era percibida como tal por la ciudadanía. Los años de guerra habían polarizado el país y no obstante haberse firmado el fin del conflicto armado, el reclamo de derechos por parte de las y los ciudadanos mostraba un considerable grado de temor por parte de la población.

Aunque en esta etapa el trabajo del CDC estaba influenciado por una visión de corto plazo, ya se empezaba a identificar y desarrollar estrategias claves que en el futuro ocuparían un lugar cardinal en el trabajo institucional; algunas de las estrategias que se empezaron a poner en práctica en este período fueron las siguientes: información y sensibilización de la ciudadanía, asesoría y asistencia para la defensa legal de derechos, desarrollo de espacios educativos y de debate, el impulso de la investigación sobre temas de consumo, formulación y cabildeo de propuestas técnico políticas y concertación social y la generación de opinión pública.

Desde su fundación, el CDC activó e área de educación a las personas consumidoras con la convicción de que esta estrategia es fundamental para un mejor conocimiento y ejercicios de derechos, se buscaba colocar en el imaginario de la población su reconocimiento como ciudadano y ciudadana con derechos en materia de consumo, promoviendo una actitud de participación.

Las charlas educativas principalmente iban dirigidas a estudiantes, pobladores y activistas comunitarios, así como a promotores de algunas organizaciones sociales; algunos de los contenidos desarrollados fueron: a) El consumo; b) Derechos del consumidor; c) Servicios básicos; d) Calidad, pesas, medidas y etiquetado; e) Economía familiar; f) Consumo y medio ambiente.

Desde 1993, principalmente a partir del relacionamiento con personas beneficiarias de los servicios jurídicos y capacitación, el CDC intentó la primera experiencia de organización llamada "Juntas de consumidores", complementariamente se desarrolló el primer encuentro de los consumidores denominado "Para la protección de la economía familiar", evento que también se repitió en 1994 con el lema: 2º Encuentro nacional "Los consumidores tenemos derechos", en estos eventos se socializaban experiencias exitosas de defensa de derechos y se capacitaba a los asistentes sobre como cuidar sus ingresos.

Estos primeros intentos de impulsar la organización de las personas consumidoras no tuvieron mucha continuidad, entre otras razones por la poca capacidad instalada en la institución; además, en este período los esfuerzos principales del CDC estaban focalizados a la investigación y la incidencia y a colocar la defensa de las personas consumidoras en la agenda pública del país.[29]

El CDC en todo este período a pesar de lo novel de su trabajo, orientó el proceso investigativo a demostrar la violación a los derechos de las personas consumidoras por parte de los proveedores, así como a evidenciar las debilidades de la regulación estatal. Este esfuerzo incluyó la investigación de precios, calidad, pesas y medidas de productos básicos y el servicio de agua potable.

Algunas de las acciones investigativas realizadas en este período fueron las siguientes:

- A mediados de 1993 se formuló una herramienta para el monitoreo de precios de 33 productos y servicios básicos y más adelante fue ampliada con una canasta mínima de medicamentos.
- Investigación sobre el mercado de antidiarreicos (realizada en agosto de 1993), la que permitió identificar a 60 marcas que contenían sustancias prohibidas en otros países.
- Análisis de la calidad del agua potable distribuida en San Salvador (julio 1993-marzo 1994); un esfuerzo realizado en conjunto con la Facultad de Química y Farmacia de la Universidad de El Salvador; esfuerzo que propició el debate y presionó por una mejor calidad del agua que suministra la empresa estatal de agua.
- Investigación de pesas y medidas en el azúcar, pasta dental y papel higiénico, que fue realizada entre agosto de 1993 y mayo de 1994, que constató principalmente el incumplimiento en el peso del azúcar y del papel higiénico, lo que generó una importante cobertura de los medios de comunicación e impacto en la ciudadanía.
- Evaluación microbiológica de los desinfectantes/segundo semestre de 1994), que determinó los problemas de calidad de algunas marcas.

La mayor parte de estos temas eran inéditos en el país, lo que contribuyó a que se generaran hechos políticos con su difusión y también aportó al posicionamiento del Cacem la sociedad.

Este esfuerzo investigativo también permitió que a partir de 1994 el CDC fuera invitado a formar parte de la Comisión Nacional del Codex Alimentarius, y luego a los comités y subcomités de normalización del Consejo Nacional de Ciencia Y Tecnología (CONACYT), instancias en la que también están representados distintos ministerios del gobierno central, cámaras empresariales y universidades.

2. Otras expresiones organizativas.

Siguiendo con el perfil propositivo con el que nació el CDC, entre 1992 y 1994 se impulsaron varias propuestas técnico-políticas, algunas de las cuales fueron trabajadas en coordinación con otros actores de la sociedad civil.

Se trabajó conjuntamente con la Fundación Maquilishuatl (FUMA), para analizar la problemática de calidad y altos precios de los medicamentos, que condujo a que el 08 de febrero de 1993 se presentara ante la Asamblea Legislativa una “Propuesta de reformas al Código de Salud”, y otra leyes relacionadas, cuyos objetivos eran mejorar el sistema de registro y control de calidad de los medicamentos, promover el uso de los medicamentos genéricos, estimular la sana competencia en el mercado de los fármacos e impulsar criterios éticos para promoción de los medicamentos.

Este proceso también estimuló la participación de otras organizaciones en el área de

salud; así fue como en 1993 se conformó la red Acción para la Salud en El Salvador (APSAL). Integrada inicialmente por la Fundación Maquilishuatl (FUMA), la Asociación de Promotores Comunales Salvadoreños (APROCSAL), la Asociación para la Atención y Promoción del Desarrollo Comunal Centroamericano (APDCA); y el Centro para la Defensa del Consumidor (CDC).[30]

Esta coordinación mantuvo la suficiente presión pública hasta lograr el 01 de diciembre de 1993, que la Asamblea Legislativa aprobara 17 reformas al Código de Salud, muchas de las cuales habían sido propuestas por CDC-FUMA.

Con la llegada al poder del Lic. Francisco Flores, quién era el tercer presidente que en forma consecutiva el partido ARENA, lograba ubicar en la presidencia; se comenzó hablar fuertemente de las intenciones de privatizar el sector salud, entiéndase El Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS), y el Ministerio de Salud. Anteriormente los expresidentes areneros el Lic. Alfredo Cristiani y el Lic. Armando Calderón, ya habían llevado adelante la privatización de grandes empresas nacionales de comunicaciones y energía eléctrica, así como la privatización de las pensiones, sin recibir mayor objeción y lucha de parte del pueblo salvadoreño, quizás debido a que estaban muy recientes los acuerdos de paz y las organizaciones ciudadanas y políticas estaban muy debilitadas debido al recién pasado conflicto armado.

Creando entonces el presidente Francisco Flores, que la privatización de el agua y la salud iban hacer muy sencillas y sin ninguna oposición de parte de las organizaciones ciudadanas y populares, le dio marcha a su tenebroso plan. Pero no contaba con que el pueblo salvadoreño ya se había cansado de tanta arbitrariedad y falta de escrúpulos de parte del partido ARENA de vender todos los bienes que pertenecen a todo el pueblo; esta vez el pueblo salvadoreño estaba dispuesto a llevar grandes luchas para defender el derecho al servicio de la salud y al agua potable.

Con todo este contexto en El Salvador en el mes de octubre del año 2002, se realizaron dos grandes movilizaciones de personas conducidas por los sindicatos del seguro social, el STISS (integrado por trabajadores de servicios y administrativos), y el SIMETRIS (integrado por los médicos). Estas dos grandes movilizaciones fueron conocidas como las **marchas blancas**, y tuvieron un gran respaldo de parte de la población y del colegio médico.

El pueblo salvadoreño salió a las calles a expresar su oposición ante la privatización que el presidente Francisco Flores pretendía realizar en el seguro social. Francisco Flores, poco a poco, estaba vendiendo todo el país, y lo estaba dejando en manos de pocas familias salvadoreñas que mantienen el poder político y económico y al capital extranjero.

Estas intenciones del Presidente Francisco Flores de privatizar el seguro social, fue la gota que derramó el vaso de la ciudadanía salvadoreña; que veía cada vez cómo poco a poco las posibilidades de acceder a la educación, la salud, etc, se le hacían más difíciles.

A partir del año 2001, y como una respuesta al modelo neoliberal del partido ARENA de privatizar todos los servicios básicos, el pueblo salvadoreño se fue concientizando de la necesidad de organizarse y luchar unidos para defender el derecho a la salud, al acceso al agua potable, etc. Por esta fecha fue creada la **Red de Acción Ciudadana frente al Comercio e Inversión “Sinti Techan”**, Quién junto al CDC, tenían como plataforma de lucha pronunciarse en contra de los Tratados de Libre Comercio, el Área de Libre Comercio para las Américas, el Plan Puebla Panamá, entre otros.

En el año 2002, como parte del esfuerzo de coordinación y concertación surgió la **Alianza Ciudadana contra la Privatización de la Salud**, y su objetivo principal era luchar contra la privatización de los servicios de salud.

En el mes de agosto del año 2003, surge la **Red Vigilancia Interamericana por la Defensa y el Derecho al Agua (Red Vida)**, esta red agrupó a unas 50 organizaciones y movimientos sociales de 17 países del continente americano. En el mes de noviembre de 2003 se lanzó públicamente la **Red Vida** El Salvador, inicialmente integrada por unas veinte organizaciones nacionales y locales interesadas en la defensa del derecho al agua.

Por esta época el pueblo salvadoreño, se encontraba bastante organizado y se creó la **“Contraloría Ciudadana”**, se realizaron varias acciones ciudadanas en defensa de los derechos de los consumidores en contra de algunos proveedores abusivos; como por ejemplo: denuncia de las irregularidades en la prestación y facturación del servicios de agua potable; restitución del subsidio a la energía eléctrica; se realizó la campaña “Rechazamos la privatización de los servicios públicos de salud; campañas en contra de firma de un TLC, con los Estados Unidos; cobros abusivos en los recibos de agua potable, etc.

Por todas estas movilizaciones que se suscitaron por esta época, encabezadas por los sindicatos del seguro social y sobretodo en contra de las intenciones del expresidente Francisco Flores, de privatizar los servicios de salud, estableciendo cuotas por servicios a una población con uno de los mayores índices de desempleo, una población en su mayoría campesina o que subsiste con salarios muy por debajo del salario mínimo establecido y que debería empezar a pagar para ser atendida, es que finalmente Francisco Flores, en cadena nacional de televisión a las 20:30 horas del día 31 de octubre del año 2002, anunciaba al pueblo salvadoreño que pediría a la Asamblea Legislativa que retirara la reforma del ISSS, y que no vetaría el decreto legislativo que prohibía la concesión o privatización del ISSS.

Con esto se cerraba una de las grandes jornadas de lucha del naciente pueblo salvadoreño, quién ya no estaba dispuesto a permitir que siguieran jugando con su dignidad y su salud.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DOCTRINARIO DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR.

3.1 Diferentes teorías sobre el Derecho de los Consumidores.

Como lo sostiene el jurista costarricense Rolando Soto Castro, siempre es difícil encontrar una definición adecuada para cualquier rama, tema, institución o fenómeno jurídico, máxime sí de trata de un derecho de relativa corta edad como es el caso del Derecho del Consumidor.

Sin embargo, la génesis del Derecho del Consumidor, para dicho autor, está principalmente en la libertad de comercio que supra protegía y protege, el libre accionar de los comerciantes en su anhelo por el ánimo de lucro promoviendo la libre y leal competencia entre éstos.

Cabe mencionar, que el contenido de dicha garantía se ha ampliado hasta la protección de los consumidores, tal y como lo plantea Broseta Pont, cuando dice: “las normas de la competencia mercantil ya no están exclusivamente orientadas a proteger o tutelar a los empresarios, sino que tienden a defender los intereses de los consumidores, así como sus derechos económicos y sociales; la defensa de los consumidores, adquiere relevancia en cuanto poder compensador en una economía de mercado que debe equilibrarse con el principio de libertad de empresa”. [31]

Soto Castro, advierte, que antes de dar una definición de Derecho del Consumidor, se deben precisar los conceptos de “Derecho del Consumidor” y “Derechos del Consumidor”, el primero se refiere al objeto de estudio: un conjunto de normas determinado por región o rama, en cuanto sea un conjunto que tiene organicidad y autonomía; y el segundo: constituyendo las atribuciones y potestades que el primero le confiere en una situación concreta.

Por tal razón Soto Castro dice: “que el Derecho del Consumidor, es un sistema global de normas, principios e instrumentos de implantación a favor del consumidor. Los derechos del consumidor, al contrario, son modernamente la proyección individual del Derecho del Consumidor. Los derechos del consumidor dimanar del Derecho del Consumidor”.

Desde una perspectiva mixta (objetiva y subjetiva) o ecléctica, Soto Castro, nos da una definición: “El Derecho del Consumidor es el conjunto de principios y normas jurídicas que protegen al consumidor, en la relación jurídica de consumo”. [32] Con su definición, Soto Castro, pretende englobar el fenómeno de la relación de consumo, también se puede afirmar que dicha definición comprende la referencia al objeto—conjunto de principios y normas Jurídicas y lo subjetivo—protección del consumidor.

Talvez por ser una disciplina de origen reciente, los autores todavía no se han puesto de acuerdo sobre una definición del Derecho del Consumidor. Pero el problema se agrava cuando la doctrina tampoco consigue armonizarse en cuanto al contenido del Derecho del Consumidor. Cualquier definición amplia o restringida toma en consideración un

determinado contenido; al variar este, necesariamente se modifica aquélla.

No se deben confundir las expresiones Derecho del Consumidor y derechos del Consumidor. El Derecho del Consumidor, es un sistema global de normas, principios e instrumentos de implantación en favor del consumidor. Los derechos del consumidor, al contrario, son modernamente la proyección individual del Derecho del Consumidor. [33]Es la cara más visible del Derecho del Consumidor, pero no es la única, como veremos.

La noción de Derechos transmite la idea de fragmentación desordenada. En cambio, Derecho del Consumidor, simboliza una organicidad sistemática. Los derechos del consumidor dimanan del Derecho del Consumidor. Lo inverso no es verdadero, ya que éste comporta, además de derechos, obligaciones para los consumidores. Además, el Derecho del Consumidor incluye asimismo los mecanismos específicos para la implantación de los derechos creados (crímenes y actos ilícitos administrativos de consumo, convenciones colectivas de consumo, class action de consumo). Hablar, pura y simplemente, de los derechos de los consumidores, es permanecer en el estadio anterior a la aparición del Derecho del Consumidor.

Tanto el Derecho del Consumidor como los derechos del consumidor dependen de la vida en sociedad, en la medida en que “todo derecho, por definición, implica una relación entre dos sujetos”. El hombre aislado no tiene y no puede poseer derechos. Pero los derechos del consumidor existen desde hace mucho tiempo, desde el momento en que el derecho pasó a preocuparse del comprador, del pasajero, del asegurado, del arrendatario, etc. El Derecho del Consumidor, fenómeno más bien reciente, además de formarse y justificarse en las interrelaciones sociales entre los hombres, como acontece con todas las disciplinas jurídicas, exige para su plenitud la **interrelación humana en la sociedad de consumo**. Como bien se puede ver, los derechos del consumidor anteceden, temporalmente, al Derecho del Consumidor y están diseminados por todo el universo jurídico.[34]

No existe una definición a priori del Derecho del Consumidor. Tampoco se puede llegar a una definición válida para todos los tiempos. Definirlo, al contrario, presupone el perfecto entendimiento de la función de consumo (con sus variaciones históricas) y de la declaración jurídica de consumo.

Existen tres fórmulas para definir el Derecho del Consumidor. Una definición objetiva, una definición teleológico – subjetiva y una definición mixta. En la primera se resalta la idea de relación jurídica de consumo. En la segunda, al contrario, se destacan los sujetos de la relación, concediéndoles un status iuris permanente, resaltando la tutela de uno de ellos, o sea, la protección del consumidor. La definición objetiva se preocupa fundamentalmente del objeto, la materia disciplinada por el Derecho del Consumidor. La subjetiva trata del ámbito personal del Derecho del Consumidor. Finalmente, en la tercera modalidad de definición se conjuga el criterio objetivo con el teleológico – subjetivo.

Adoptamos una definición mixta de Derecho del Consumidor. Esto no quiere decir que clasifiquemos a las otras como erróneas; simplemente las entendemos como insuficientes.

La aceptación de una definición objetiva pura excluye de la órbita del Derecho del Consumidor la preocupación finalístico – subjetiva que debe orientarlo. De hecho, el Derecho del Consumidor no se limita a regular la relación jurídica del consumo, per se. Esta sólo recibe tratamiento especial, que la distingue de las comerciales y civiles, porque uno de sus sujetos es considerado “parte vulnerable”. [35]

3.2 Consumo y consumidores.

Cuando sale el sol en nuestro continente, todos sus habitantes se preparan para iniciar sus actividades. En la ciudad y en el campo, en la montaña o junto al mar, con frío y con calor los hombres y las mujeres de todas las edades empiezan su jornada tomando el mejor desayuno que sus condiciones les permiten. Si así no lo hicieran no tendrían fuerzas para realizar sus actividades cotidianas.

Es que, al igual que los animales y las plantas que absorben sustancias para vivir y desarrollarse, los seres humanos necesitan nutrir y cuidar su cuerpo para conservar la vida y disfrutar de ella.

Para tales efectos utilizan objetos existentes en la naturaleza o fabricados por ellos mismos o por otros hombres, y se benefician del trabajo que otras personas realizan para ellos. En suma, para satisfacer sus necesidades, los seres humanos utilizan bienes y servicios; vale decir, consumen.[36]

El consumo es un acto esencial e inevitable de la vida humana. Pero el consumo presenta características particulares que sobrepasan las necesidades de la vida biológica o material.

Los actos de consumo comprometen, al mismo tiempo, todas las esferas de la vida humana; la material, la social y la psicológica. La satisfacción de las necesidades humanas, el consumo, tiene por lo tanto, tres componentes: utilitario, de comunicación y psicológico.

Así por ejemplo: busco un pantalón para protegerme del frío, este es un componente utilitario. Elijo uno que éste a la moda para que los otros piensen que soy moderno, este es un componente de comunicación. Me siento cómodo y contento conmigo mismo, este es un componente psicológico.

El componente utilitario, el valor útil del objeto, no es siempre el que determina la elección. A veces, el acto de consumo está motivado por el propósito de comunicarse con los otros, de mostrarles que se respetan las convenciones sociales, que se está a la

moda o que se es completamente diferente.

El componente psicológico es el que impulsa a consumir para probarse algo a si mismo y para asemejarse a la imagen que uno tiene de sí. El desarrollo de la vida humana, la calidad de vida, exige la satisfacción adecuada de las necesidades que emanan de la vida material, de la social y de la psicológica.

Los bienes y servicios necesarios para el desenvolvimiento satisfactorio de la vida son el resultado de un proceso de producción. Vale decir, ha sido necesario aplicar trabajo humano para ponerlos a disposición de las personas.

El fruto que el campesino coge de su árbol para comer y el computador de última generación tienen eso en común: son productos de trabajo humano y sirven para satisfacer necesidades de las personas. Pero, al mismo tiempo, tienen una gran diferencia: el primero ha sido tomado del árbol para satisfacer directamente una necesidad del campesino, mientras que el segundo está destinado a ser vendido a un consumidor desconocido.

La producción doméstica ha ido perdiendo cada vez más importancia en la vida de las familias. Aquellos bienes y servicios que otrora eran fruto del trabajo de sus miembros, han pasado a ser producto de la actividad industrial. En el caso del pan, por ejemplo, de la producción doméstica para la familia se pasó a la fabricación artesanal para un pueblo o barrio, hasta llegar a la producción industrial destinada a regiones y países enteros. Aquel pan que era amasado con cariño, tomando en cuenta los gustos y preferencias de todos los miembros de la familia, se ha transformado en un objeto indiferenciado de producción y venta masiva.

Para poder consumir es necesario que existan bienes disponibles y personas capaces de suministrar servicios. Todo proceso de producción se justifica y se sustenta por el consumo. [37]

3.3 El papel de los consumidores.

El simple enunciado de los derechos de los consumidores, su reconocimiento mundial y la consagración en las leyes de los países, no bastan para hacer que ellos sean respetados en la práctica cotidiana de las relaciones de mercado.

Si los consumidores no mantienen una actitud responsable y decidida, haciendo valer sus derechos en todos los actos de consumo, siempre cabrá la posibilidad de que sean atropellados.

Esa actitud del consumidor consciente, racional, responsable se expresa, en principio, en el cumplimiento de seis deberes definidos por el movimiento mundial de los consumidores.[38]

3.3.1 Deberes de los Consumidores.

1) Conciencia crítica.

Mantener siempre una actitud alerta en sus relaciones de mercado, examinando con atención los precios y las calidades de los bienes y servicios que consumen todos.

2) Acción.

El consumidor debe ser el primero en defender sus intereses, asegurándose de hacer transacciones justas en el mercado de bienes y servicios. Una actitud pasiva abre las puertas al engaño y abuso en perjuicio de los consumidores.

3) Preocupación social.

Es un deber estar consciente de las repercusiones que nuestros actos de consumo tienen sobre los otros ciudadanos, especialmente en aquellos grupos más desfavorecidos. Esas repercusiones pueden expresarse tanto a nivel local, como nacional e internacional.

4) Conciencia ambiental.

Hay que comprender las consecuencias ambientales del consumo. Es necesario reconocer la responsabilidad individual y social en la conservación de los recursos naturales y en la protección de sus intereses como consumidores.

5) Solidaridad.

Es deber de los ciudadanos actuar organizadamente y en conjunto, desarrollando aquellas capacidades que permiten ejercer influencia en la promoción y protección de sus intereses como consumidores.

6) Responsabilidad.

Los consumidores deben mantener una actitud responsable como actores económicos, cumpliendo puntualmente sus compromisos, y aplicando el poder que les confiere su posición mayoritaria en beneficio de la calidad de vida del conjunto de la población.

Al relacionar los derechos con las responsabilidades estamos ampliando la visión y el alcance de las políticas de protección de los consumidores. Ya no se trata solamente de lograr que estos adopten, mediante una información adecuada, una postura racional dentro del mercado, sino que además profundicen en los problemas socio – económicos que influyen sobre sus situación. De esta forma se constituyen en participantes activos en la elaboración de propuestas destinadas a mejorar su calidad de vida, asumiendo un rol de ciudadanos responsables y comprometidos con el destino democrático de sus países.

No basta con que las leyes y las instituciones reconozcan los derechos de los

consumidores para que las relaciones de mercado sean equilibradas y transparentes. Sin la acción constante y alerta de los consumidores esas disposiciones legales se transforman pronto en letra muerta.

Por otra parte, las condiciones de los mercados, igual que la realidad misma, están siempre cambiando: se crean nuevos productos, surgen nuevas formas de comercialización, de contratación, de pago. En tales circunstancias, las disposiciones legales e institucionales pueden ser sobrepasadas y quedar obsoletas, si los consumidores organizados no hacen presente a las autoridades la necesidad de producir los ajustes que las nuevas situaciones exigen.

Las leyes y las instituciones siempre van a la zaga de la realidad. Depende de los consumidores que ese retardo que los perjudica no sea demasiado grande.[39]

La vida de las personas no está dividida en departamentos separados, según el tipo de actividad que están realizando. En ella se concentra todos los aspectos de su quehacer. Por eso, las personas son, al mismo tiempo, consumidores, ciudadanos, trabajadores, padres, esposos, hijos. La eficiencia o el fracaso en alguna de las esferas de la vida produce repercusiones negativas o positivas en el conjunto.

Es por eso que la construcción de condiciones democráticas de convivencia en las relaciones de consumo – equilibrio y transparencia, contribuye a la creación, o a la búsqueda, de tales condiciones en el conjunto del quehacer social.

El ejercicio de los derechos propios y el respeto de los demás es la condición para que la democracia florezca en las relaciones sociales.

3.4 Principios del Derecho del Consumidor y Directrices de Naciones Unidas sobre protección al consumidor.

Corresponde a los gobiernos formular, o mantener una política energética de protección del consumidor, teniendo en cuenta las directrices que figura más adelante y los acuerdos internacionales pertinentes. Al hacerlo, cada gobierno debe establecer sus propias prioridades para la protección de los consumidores, según las circunstancias económicas, sociales y ecológicas del país y las necesidades de su población y teniendo presentes los costos y los beneficios que entrañan las medidas que se propongan.

3.4.1 Principios generales.

Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes:

- a) La protección de los consumidores frente a los riesgos para la salud y su seguridad;
- b) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;
- c) El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;

- d) La educación del consumidor, incluida la educación sobre la repercusión ambiental, social y económica que tiene las elecciones del consumidor;
- e) La posibilidad de compensación efectiva al consumidor;
- f) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afectan;
- g) La promoción de modalidades sostenibles de consumo.[40]

3.4.2 Directrices de Naciones Unidas sobre protección al consumidor.

Las Directrices de Naciones Unidas sobre protección al consumidor son un importante instrumento jurídico, que contribuye al surgimiento del Derecho del Consumidor como disciplina jurídica.

Elas enuncian los principios que informan a esta rama del derecho y definen las categorías esenciales que deberá regularse en los ordenamientos jurídicos nacionales. 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. [41]

A. Seguridad Física.

- Los gobiernos deben adoptar o fomentar la adopción de medidas apropiadas, incluidos sistemas jurídicos, reglamentaciones de seguridad, normas nacionales e 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.[42]

- 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 aún cuando se utilice en forma adecuada, los fabricante, 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.[43]

- 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. [44]

- 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 de fabricantes 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.[45]
- 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.[46]

- Los gobiernos deben, dentro de sus propios países promover la formulación y aplicación por parte de las empresas, en colaboración de 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 planes 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 para cerciorarse de que, en lo posible, se ajusten a normas internacionales de aceptación general.[47]

- Cuando debido a las condiciones económicas locales se apliquen 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 autoabastecimiento 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 en las actividades comerciales afines y la información al respecto,

c) especialmente en las zonas rurales.[48]

E. Medidas que permitan 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. [49]

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 protección del consumidor tan importantes como las siguientes: [50]

- a) Sanidad, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y adulteración de los alimentos;
- b) Peligros de producción;
- c) Rotulado de productos;
- d) Legislación pertinente, forma de obtener compensación 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.[51]

- El comercio, cuando proceda, debe emprender programas, objetivos 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. [52]

i. Promoción de modalidades sostenibles de consumo.

- Consumo sostenible significa que las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes y futuras se satisfacen de modo tal que puedan sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental.

- Puesto que la responsabilidad del consumo sostenible la comparten todos los miembros y organizaciones de la sociedad, los consumidores informados, los gobiernos, las empresas, los sindicatos y las organizaciones ecologistas y de

consumidores desempeñan funciones particularmente importantes. Corresponde a los consumidores informados una función esencial en la promoción de modalidades de consumo que puedan sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental, incluso influyendo en los productores con sus decisiones. Los gobiernos deben promover la formulación y aplicación de políticas de consumo sostenible y la integración de esas políticas con otras políticas públicas. Las políticas públicas deberán formularse en consulta con el comercio, las organizaciones ecologistas y de consumidores y otros grupos interesados. Al comercio incumbe la responsabilidad de promover el consumo sostenible mediante el diseño, producción y distribución de bienes y servicios. Las organizaciones ecologistas y de consumidores tienen la responsabilidad de promover la participación y el debate públicos en lo que respecta al consumo sostenible, informar a los consumidores y trabajar con los gobiernos y las empresas con miras a promover modalidades sostenibles de consumo.

- Los gobiernos, en asociación con el comercio y las organizaciones pertinentes de la sociedad civil, deben formular y ejecutar políticas que contribuyan a promover modalidades sostenibles de consumo mediante una combinación de políticas que podrían abarcar reglamentos; instrumentos económicos y sociales; políticas sectoriales como las que rigen el uso de la tierra, el transporte, la energía y la vivienda; programas de información para sensibilizar al público sobre las repercusiones de las modalidades de consumo; la eliminación de subvenciones que contribuyan a fomentar modalidades no sostenibles de consumo y producción; y la promoción de prácticas mejores de ordenación del medio en sectores concretos. [53]

- Los gobiernos deben promover el diseño, la elaboración y utilización de productos y servicios que ahorren energía y no sean tóxicos teniendo en cuenta las repercusiones que puedan tener durante todo el ciclo vital. Los gobiernos deben promover programas de reciclaje que alienten a los consumidores a reciclar los desechos y comprar productos reciclados.

- Los gobiernos deben promover la formulación y aplicación de normas ecológicas nacionales e internacionales de salud y publicidad para productos y servicios; tales normas no deben dar lugar a restricciones comerciales injustificadas.

- Los gobiernos deben alentar el ensayo independiente de los efectos de los productos en el medio ambiente.

- Los gobiernos deben controlar, en condiciones de seguridad, el uso de sustancias perjudiciales para el medio ambiente y alentar el desarrollo de sucedáneos ecológicamente racionales de esas sustancias. Las nuevas sustancias potencialmente peligrosas deben someterse a ensayo antes de ser distribuidas, con objeto de determinar sus efectos a largo plazo en el medio ambiente.[54]

- Los gobiernos deben sensibilizar al público acerca de los beneficios para la salud de

las modalidades sostenibles de consumo y producción, teniendo en cuenta los efectos directos en la salud de cada persona y los efectos colectivos de la protección del medio ambiente.

- Los gobiernos en asociación con el sector privado y otras organizaciones pertinentes, deben alentar la modificación de las modalidades no sostenibles de consumo mediante el desarrollo y la utilización de nuevos productos y servicios ecológicamente racionales y nuevas tecnologías, incluidas la tecnología de la información y las comunicaciones, que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores y contribuir a la vez a reducir la contaminación y el agotamiento de los recursos naturales.

- Se alienta a los gobiernos a que creen mecanismos reguladores eficaces para proteger a los consumidores, que abarquen diversos aspectos del consumo sostenible, o a que fortalezcan los mecanismos existentes.

- Los gobiernos deben considerar la posibilidad de usar diversos instrumentos económicos, como algunos instrumentos fiscales y la internalización de los costos ambientales, para promover el consumo sostenible, teniendo en cuenta las necesidades sociales y la necesidad de desalentar el empleo de prácticas no sostenibles y alentar el de prácticas más sostenibles, evitando al mismo tiempo que perjudiquen el acceso a los mercados, en particular el de los países en desarrollo.

- Los gobiernos, en cooperación con las empresas y otros grupos pertinentes, deben elaborar indicadores, métodos y bases de datos para medir los progresos realizados en pro del consumo sostenible en todos los planos. Deberá procurarse que esa información sea de dominio público.

- Los gobiernos y los organismos internacionales deben tomar la iniciativa introduciendo prácticas sostenibles en su propio funcionamiento, en particular mediante sus políticas de compras, cuando proceda, en las compras del sector público se deben alentar la elaboración y el uso de productos y servicios ecológicamente racionales.

- Los gobiernos y otra organizaciones pertinentes deben promover las investigaciones relativas al comportamiento del consumidor y los daños ambientales conexos a fin de determinar la forma de lograr modalidades de consumo más sostenibles.[55]

H. Medidas relativas a esferas concretas.

- Al promover los intereses del consumidor, particularmente en los países en desarrollo, los gobiernos deberán cuando proceda, dar prioridad a las esferas de interés esencial para la salud del consumidor, como los alimentos, el agua y los productos farmacéuticos. Deberán adoptarse o mantenerse políticas para lograr el control de calidad de los productos, medios de distribución adecuados y seguros, sistemas internacionales normalizados de rotulado e información, así como programas de educación e investigación en estas esferas. Deberán formularse directrices estatales respecto de esferas concretas en el contexto de las disposiciones del presente documento.

Alimentos.

- Al formular políticas y planes nacionales relativos a los alimentos, los gobiernos deben tener en cuenta la necesidad de seguridad alimentaria que tienen todos los consumidores y apoyar y, en la medida de lo posible, adoptar las normas del Codex Alimentos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación y la Organización Mundial de la Salud o, en su defecto, otras normas alimentarias internacionales de aceptación general. Los gobiernos deben mantener, formular o mejorar las medidas de seguridad alimentaria, incluidos, entre otras cosas, los criterios de seguridad, las normas alimentarias y los requisitos nutricionales y los mecanismos de vigilancia, inspección y evaluación.

- Los gobiernos deben promover políticas y prácticas agrícolas sostenibles, la conservación de la diversidad biológica y la protección del suelo y el agua, teniendo en cuenta los conocimientos tradicionales.[56]

Agua.

- En el marco de los objetivos y propósitos enunciados para el Derecho Internacional del Agua Potable y del Saneamiento Ambiental. Los gobiernos deben formular, mantener, o fortalecer políticas nacionales para mejorar el abastecimiento, la distribución y la calidad del agua potable. Debe prestarse la debida atención a la elección de los niveles apropiados de servicios, calidad y tecnología, la necesidad de contar con programas de educación y la importancia de la participación de la comunidad.

- Los gobiernos deben atribuir un alto grado de prioridad a la formulación y aplicación de políticas y programas relacionados con los usos múltiples del agua, teniendo en cuenta que el agua es muy importante para el desarrollo sostenible en general y que es un recurso finito.

Productos farmacéuticos.

- Los gobiernos deben elaborar o mantener normas y disposiciones adecuadas y sistemas de reglamentación apropiados para asegurar la calidad y el uso adecuado de los productos farmacéuticos mediante políticas nacionales integradas en materia de medicamentos, que pueden abarcar, entre otras cosas, la adquisición, la distribución, la producción, los mecanismos de concesión de licencias, los sistemas de registro y la disponibilidad de información fidedigna sobre los productos farmacéuticos. Al hacerlo, los gobiernos deben tener especialmente en cuenta la labor y las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud en materia de productos farmacéuticos. Para determinados productos, debe alentarse el uso del sistema de certificación de la calidad de los productos farmacéuticos objeto de comercio internacional, de esa organización, y de otros sistemas internacionales de información sobre productos farmacéuticos. Se deben adoptar también según proceda, medidas para fomentar el uso de los medicamentos con sus denominaciones comunes internacionales, aprovechando la labor realizada por la Organización Mundial de la Salud. [57]

- Además de las esferas prioritarias indicadas, los gobiernos deben adoptar medidas que proceda en otras esferas, como la de los plaguicidas y las sustancias químicas, con respecto, cuando proceda, a su uso, producción y almacenamiento, habida cuenta de la información pertinente en materia de salud y medio ambiente que los fabricantes deben proporcionar e incluir en el rotulado de los productos.[58]

Cooperación internacional.

- Los gobiernos deben ocuparse, especialmente en un contexto regional o subregional, de :
- a) 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;
 - b) 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;
 - c) 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 u otro de manera que pueda tener efectos perjudiciales para los consumidores.[59]

- 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 por que 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.

5. Relación del Derecho de los Consumidores con los Derechos Humanos.

Existen tres generaciones de derechos humanos, las cuales son conocidas como:

Primera generación; Segunda generación y Tercera generación.

Esta propuesta de las tres generaciones fue efectuada por el jurista checo Karen Vasak en el año 1979, para clasificar los derechos humanos. Su división sigue las nociones centrales de las tres frases que fueron la divisa de la revolución francesa: Libertad, igualdad y fraternidad.[60]

Los derechos humanos de primera generación, surgieron por la revolución francesa en el año 1789, y dentro de esta clasificación se encuentran los derechos que son conocidos como **Derechos fundamentales**, entre ellos podemos encontrar: El derecho a la vida, el derecho a la libertad, el derecho a la nacionalidad, el derecho a la libertad de expresión, el derecho a la participación, etc.

Estos derechos son conocidos también como **Derechos constitucionales**, porque son retomados por las constituciones de todos los países del mundo, y sirvieron de base para el desarrollo de los derechos humanos de las otras generaciones.

Los derechos humanos de segunda generación, se desarrollaron a finales del siglo XIX y a comienzos del siglo XX. Aquí se encuentran los derechos económicos, sociales y culturales, y fueron incorporados en la Declaración de las Naciones Unidas de 1948, debido a los cuales, el Estado de Derecho pasa a una etapa superior, es decir, a un Estado Social de Derecho.

De ahí el surgimiento del constitucionalismo social que enfrenta la exigencia de que los derechos sociales y económicos, descritos en las normas constitucionales, sean realmente accesibles y disfrutables. A partir de aquí se demanda un Estado de Bienestar que implemente acciones, programas y estrategias, a fin de lograr que las personas los gocen de manera efectiva.

Algunos de estos derechos son los siguientes:

- Toda persona tiene derecho a la seguridad social y a obtener la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales.
- Toda persona tiene derecho al trabajo en condiciones equitativas y satisfactorias.
- Toda persona tiene derecho a la educación en sus diversas modalidades.
- Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure a ella y a su familia la salud, alimentación, vestido, vivienda, asistencia médica y los servicios sociales necesarios,
- Toda persona tiene derecho a formar sindicatos para la defensa de sus intereses (libertad sindical), etc.

Los derechos humanos de tercera generación, surgieron en los años ochentas. Estos derechos tienen una característica muy importante, y es que estos derechos son heterogéneos, y además son derechos colectivos no individuales. Estos derechos los unifica su incidencia en la vida de todos, a escala universal, por lo que precisan para su realización de una serie de esfuerzos y cooperaciones en un nivel planetario.

Este grupo de derechos humanos, fue promovido a partir de los años ochentas para incentivar el progreso social y elevar el nivel de vida de todos los pueblos del mundo.

Dentro de estos derechos podemos encontrar:

- El derecho a un medio ambiente sano.
- El derecho a la paz.
- El derecho al uso de avances de las ciencias y la tecnología.
- La solución de los problemas alimenticios, demográficos, educativos y ecológicos.
- Los derechos del consumidor, etc.

Como podemos observar, los derechos del consumidor, por ser derechos colectivos, son ubicados por algunos autores dentro de los derechos humanos de tercera generación. Efectivamente los derechos fundamentales del consumidor, podemos considerarlos como los nuevos derechos sociales, porque se pueden ver desde la óptica del desarrollo humano, el cual es catalogado como derecho constitucional ligado a la calidad de vida y, en este sentido, vinculado también al resto de los nuevos derechos sociales.

En los últimos años se aprecia una creciente preocupación por el tema de la protección y promoción de los derechos de los consumidores. El mismo ha ido interesando a los gobiernos, al sector privado y académico. A los medios de comunicación, y al conjunto de la sociedad civil. Los derechos del consumidor están ligados a toda clases de bienes y servicios; servicios públicos, competencia, lealtad comercial, alimentos, medicamentos y a toda actividad que afecte intereses de los habitantes en materia de consumo.

Los derechos del consumidor han ido evolucionando de tal manera, que ya no solo se limita al ámbito de la normativa constitucional nacional, sino que al campo del derecho internacional en general y, en particular a las directrices de las Naciones Unidas que fijan las pautas de identificación de los derechos fundamentales del consumidor, entre los cuales cabe incluir a los de acceso al consumo, seguridad, gozar de un ambiente sano, información. Libre elección, educación para el consumo, representación (a través de asociaciones de consumidores) y resarcimiento.[61]

En resumen los derechos del consumidor tienen una relación directa con los derechos humanos, porque los derechos del consumidor tienen que ver con todos los ámbitos del consumo. Por ejemplo al vender un alimento o un medicamento en mal estado o descompuesto, se está atentando contra la salud del consumidor, el cual es un derecho social, es decir, se está violando un derecho muy importante del ser humano; y así podemos encontrar una relación inseparable entre los derechos del consumidor y los derechos humanos.

En nuestro país al igual que el resto de países, los derechos del consumidor cada día van adquiriendo más importancia y vemos como se van creando normativas para la protección de los consumidores. Las leyes de protección al consumidor de todos los países se van adaptando a nuevas exigencias y se crean organismos estatales más

vinculantes que vigilan más celosamente los intereses de los consumidores. Al hacer todo esto los gobiernos protegen el bolsillo y la salud de los consumidores, que al final viene a redundar en bienestar para la población y a contribuir con la protección de los derechos humanos.

6. Aporte de las Directrices de la ONU en el desarrollo del Derecho del Consumidor.

El derecho del consumidor ha surgido como una suerte de estatuto personal del consumidor, se ha planteado que el objeto y razón de ser de esta nueva disciplina jurídica es la protección a aquel sujeto que denominamos consumidor, y más recientemente “la persona consumidora”.

En un principio el concepto del consumidor estaba ligado al comprador de productos alimenticios y farmacéuticos, llegándose con el tiempo a una concepción más amplia del sujeto como sujeto del tráfico económico frente a la empresa organizada, con la cual se perfila la idea del consumidor final de bienes y servicios para uso privado. En este sentido hoy se podría definir al consumidor, básicamente, como toda persona física o jurídica que adquiere bienes (cosas o servicios), como destinatario final de los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado. En otra palabras es el último eslabón en la cadena de producción-distribución-comercialización.[62]

La problemática jurídica de la protección del consumidor se centra en la noción de la libertad contractual que data del código de Napoleón, porque en este ámbito el Estado interviene en el juego de la contratación no con el objeto de resguardar un interés público sino privado. Esta problemática empieza a evidenciarse hace no más de tres décadas, De hecho como ya se mencionó en el capítulo 2 el derecho del consumidor empieza a desarrollarse en el mundo jurídico en los años sesenta, a partir del reconocimiento del status de consumidor y de las especiales aristas que empiezan a perfilarse en la relación de consumo y que hacen posible diferenciarla de las tradicionales relaciones jurídicas civiles o comerciales.

Desarrollo que dio paso a la aprobación de las Directrices de la ONU, que ya fueron presentadas ampliamente.

El aporte de las Directrices de la ONU en el desarrollo del Derecho del Consumidor; ha sido de mucha importancia a nivel mundial, sobretodo en los países llamados subdesarrollados, porque es en estos, en donde más se vulneraban los derechos de los consumidores. Los distintos gobiernos de turno de estos países, hacían muy poco o casi nada en beneficio de los consumidores; En los países más pobres antes de que se adoptaran las Directrices de la ONU, existía una gran corrupción e impunidad tanto de proveedores como de funcionarios, y al final de cuentas, el costo de la corrupción se trasladaba a los consumidores y no existían leyes fuertes que los protegieran.

Los países al adoptar estas Directrices, están comprometidos a proteger y a velar por los derechos de los consumidores y se han visto obligados a unirse en bloques para

responder a estas nuevas exigencias de la ONU. Por ejemplo en el área de Centroamérica existe el **Concejo Centroamericano de Protección al Consumidor (CONCADECO)**, el cual consiste en un proceso de integración en el tema de protección al consumidor, con el fin de aunar esfuerzos en la tutela de los derechos de los consumidores, compartir experiencias que contribuyan a fortalecer las capacidades nacionales de cada una de las agencias gubernamentales responsables del tema. En Europa, existe el **Centro Europeo del Consumidor**, el cual tiene su sede en España, y cuenta con un procedimiento para la recepción de quejas y denuncias por consumos transfronterizos, etc.

También en el campo privado las Directrices de la ONU han servido para informar y educar a los consumidores, por ejemplo existe la **Organización Mundial del Consumidor (OMCO)**, la cual es: un movimiento internacional privado autónomo, sin fines de lucro, especializado, que desde 1996 se constituye como representante de la población civil mundial organizada en sus países en Asociaciones de Consumidores y en distintas organizaciones que promueven el desarrollo en armonía con el medio ambiente y defensa de los derechos del consumidor y la participación activa de la sociedad civil en temas de mayor interés de las mayorías.

La OMCO, es una organización internacional presente en 142 países mediante una red virtual; y sus objetivos son los siguientes:

- Promover la participación ciudadana en la gobernabilidad a través de Asociaciones de Consumidores.
- Aglutinar las Asociaciones de Consumidores alrededor del mundo para trabajar activamente en el fortalecimiento de la Democracia participativa.
- Promover iniciativas de asociaciones en la Macro Red Mundial del Consumidor para fortalecer el sistema mundial de redes que trabajan a favor del consumidor, del ambiente, el desarrollo limpio y la lucha contra la pobreza.
- Promover en el mundo la Resolución 39/248 aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 16 de abril de 1985 sobre directrices para la protección al consumidor.

La OMCO brinda los siguientes servicios:

- Capacitación.
- Asesoramiento y consultoría.
- Servicio de información.
- Publicidad y ediciones.
- Apoyo de imagen institucional.

La OMCO por acuerdo de sus estatutos, apoya en forma voluntaria y permanente a las Naciones Unidas a través del Consejo Económico y Social (ECOSOC), y una forma de apoyarla es comunicando e informando las Directrices de la ONU sobre protección al consumidor, para sensibilizar a los proveedores y gobiernos en beneficio de los consumidores de todo el mundo.

La OMCO ha fijado sus sede principal en Sudamérica en Lima-Perú.

CAPÍTULO 4

ORDENAMIENTO JURÍDICO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

4.1 Análisis constitucional.

En este capítulo, estudiaremos las constituciones de 1962 y 1983, para descubrir en que momento se empezó a hablar de la protección al Consumidor y como fue evolucionando hasta llegar a la firma de los Acuerdos de Paz. Estudiaremos las tres leyes de protección al consumidor, como cada una de estas ha tenido que irse adaptando a las circunstancias y al contexto actual, las luchas que se han impulsando para ir mejorándolas, hasta convertirla en una de las mejores leyes de protección al consumidor en nuestro continente.

Finalmente en este capítulo realizaremos un estudio comparado con las leyes de protección al consumidor de México, Chile y Brasil.

4.1.1 Constitución de 1962.

En el año 1962, nuestro país vivía un período de gobiernos militares y golpes de estado que se repetían constantemente. Era una época de inestabilidad social y política y no existía una verdadera democracia. Recordemos que a partir del año 1932 se instalan en El Salvador dictaduras militares, a un costo social de más de 30,000 campesinos asesinados por orden del tristemente celebre General Maximiliano Hernández Martínez; a partir de ahí las elecciones fueron fraudulentas y no se respetaba el mandato y la voluntad de los salvadoreños.

Bajo este contexto era ilusorio pensar que los gobiernos militares de turno se iban a preocupar por la protección de los consumidores y de otros sectores, cuando ya existían grandes violaciones a los derechos humanos, como requisas violentas, fuertes golpizas, arrestos injustificados, exilios forzosos, etc.

Pero como la historia nos ha demostrado, en la política podemos esperar cualquier cosa sorprendente; esta constitución de 1962 fue redactada por una Asamblea Constituyente bajo el régimen de un Directorio Cívico Militar, vale mencionar que la constitución de 1962, reprodujo casi en su totalidad el texto de la de 1950, reconocida por su elevado contenido social.

En el artículo 2 ya se decía muy claramente que 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. Como podemos observar no se hacía referencia expresamente a los consumidores, pero tácitamente se podía comprender que si lo hacía; por ejemplo, el derecho a la salud, es un derecho fundamental para las personas reconocido nacional e internacionalmente como uno de los derechos básicos del consumidor, y se señala la obligación del Estado para brindarlo. Asimismo que la población goce de un bienestar económico es fundamental para los consumidores.

En el título IX REGIMEN ECONOMICO, se hacía hincapié en el interés social de los habitantes de El Salvador y el reconocimiento de la propiedad privada en función social. El artículo 135 reza lo siguiente:” El régimen económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano”. Esto significa, que se debe fomentar la igualdad real de todos los salvadoreños y especialmente se debe proteger a las personas económicamente más débiles frente a los más fuertes.

El artículo 136 dice lo siguiente: “Se garantiza la libertad económica en lo que no se oponga al interés social.

El Estado fomentará y protegerá la iniciativa privada, dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país”.

Esto quiere decir, que la libertad económica es un derecho humano tan válido como la libertad personal o el derecho a la vida, pero no en detrimento de la población más necesitada, el Estado tiene que velar porque esta libertad económica no dañe el interés social de los habitantes.

Finalmente el inciso primero del artículo 137 reza lo siguiente: “Se reconoce y garantiza la propiedad privada en función social”.

Esto significa que la propiedad de las personas sobre sus bienes no es absoluta; el Estado puede intervenir los bienes de los particulares cuando crea que hay obligación de satisfacer necesidades de las mayorías, o puede regular su uso, en función del interés de la sociedad.

4.1.2 Constitución de 1983.

La constitución vigente respecto a la de 1962, tiene una diferencia de orden en sus artículos iniciales, pero no en su contenido. Lo que reza en el artículo 2 de la constitución de 1962, está contemplado en el inciso tercero del artículo 1 de la constitución de 1983; es decir, que la constitución vigente toma antecedentes de la de 1962.

Es importante recordar que cuando fue redactada esta nueva constitución, existía una Asamblea Constituyente, y nuestro país se debatía en una cruenta guerra civil en donde nos estábamos matando entre hermanos. Ya sea por demagogia o por humanidad se conservó este artículo, solamente se trasladó de orden pero lo importante fue que se preservó, y hoy en día sirve como fundamento para interpretar el resto de los artículos de la constitución.

Lo valioso de este inciso tercero del artículo 1, es el compromiso que tiene el Estado de asegurar el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social de todos los salvadoreños.

De igual manera en el inciso primero del artículo 2 se hace hincapié en que toda

persona tiene derecho a la propiedad y a la posesión. En cuanto a la propiedad, esto significa usar, gozar y disponer de las cosas que son nuestras, pero con las limitaciones que establece la misma Constitución y las leyes secundarias. Y en cuanto a la posesión, significa, tener cosas, disfrutarlas y el Estado tiene la obligación de protegerlas y conservarlas, de hecho, la legislación secundaria regula a los derechos de propiedad y posesión, como derechos reales.

Esta constitución en el artículo 101, por primera vez en la historia del país sobretodo en el inciso segundo hace referencia a la protección del consumidor, este artículo reza lo siguiente: “El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del 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”.

Este inciso segundo del artículo 101 que se encuentra en el TITULO V ORDEN ECONOMICO, es muy novedoso y trascendental para los consumidores, ninguna Constitución anterior hacía referencia expresa a la protección de los consumidores. Pero por raro que parezca, a pesar de existir el fundamento constitucional nadie en nuestro país retomó este tema durante los siguientes años.

Este artículo también es muy esencial, porque habla del orden y desarrollo económico. El orden económico salvadoreño se basa en el sistema de libre mercado, sin embargo debe responder a principios de justicia social. 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 vida de la población, es decir, garantizarle a los salvadoreños la alimentación, vestuario, educación, vivienda y salud.

En cuanto al artículo 102 y el inciso primero del artículo 103, reproducen el mismo contenido de los artículos 136 e inciso primero del 137 de la Constitución de 1962. En el artículo 102 dice claramente que el Estado garantiza la libertad económica y fomentará y protegerá la iniciativa privada; esto significa, dar apoyo y facilidades a todo aquel que desee dedicarse a una actividad económica determinada. El inciso primero del artículo 103 dice que se reconoce y garantiza el derecho a la propiedad privada en función social. Aquí tiene que tenerse presente que la propiedad de las personas sobre sus bienes como ya se mencionó no es absoluto, si es necesario el Estado puede, incluso intervenir los bienes de los particulares con el objetivo de que éstos sirvan para la utilidad pública o para satisfacer intereses sociales, es decir, privar a los particulares del derecho de dominio por medio de la institución jurídica de la expropiación.

4.1.3 Los Acuerdos de Paz.

Los Acuerdos de Paz, como es conocido, no son un Instrumento Legal, pero por su trascendencia y contenido han representado una importante fuente material del derecho constitucional salvadoreño y de la legislación secundaria en diversas ramas del derecho nacional. En los Acuerdos de paz, en el CAPITULO V TEMA ECONOMICO Y SOCIAL en el punto número 1 reza lo siguiente:” La reunificación de la sociedad salvadoreña, en democracia, tiene como uno de sus requisitos el desarrollo económico y social sostenido del país. Al mismo tiempo, la reunificación de la sociedad salvadoreña y un creciente grado de cohesión social son elementos indispensables para acceder al desarrollo. Por eso, entre el conjunto de acuerdos requeridos para terminar definitivamente el conflicto armado en El Salvador, se incluye una plataforma mínima de compromisos tendientes a facilitar el desarrollo en beneficio de todos los estratos de la población”.[63]

De conformidad con el Acuerdo de Nueva York, los temas objeto de este instrumento son: “El problema agrario, crédito para el sector agropecuario, medidas que son necesarias para aliviar el costo social de los programas de ajuste estructural, formas convenientes para la cooperación externa directa destinada a impulsar proyectos de asistencia y desarrollo de las comunidades, la creación de un Foro para la concertación económica y el Plan de Reconstrucción Nacional. Además se planteó si bien la filosofía u orientación general de la política económica del Gobierno, que el Frente no necesariamente comparte, no son objeto de este Acuerdo, ambas partes coinciden en la necesidad de ofrecer algunas orientaciones básicas que permitan generar la estabilidad social necesaria en el período de transición, consolidar la paz y avanzar hacia la reunificación de la sociedad salvadoreña”.

En los Acuerdos de Paz firmados en Chapultepec en 1992, entre el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) y el Gobierno de El Salvador; el tema Medidas para Aliviar el Costo Social de los Programas de Ajuste Estructural, fue de una gran importancia y trascendencia para los consumidores, porque el primer punto de este tema fue la Protección al Consumidor, el cual reza lo siguiente: “El Gobierno de El Salvador se compromete a adoptar políticas y a crear mecanismos efectivos tendientes a defender a los consumidores, de acuerdo con el mandato de la parte final del inciso 2 del artículo 101 de la Constitución. Para el cumplimiento de este precepto constitucional el Gobierno se compromete a presentar a la Asamblea Legislativa, dentro de los 60 días de la firma del presente Acuerdo, un proyecto de 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 una Procuraduría General de Defensa del Consumidor”.[64]

Para velar que estas medidas de mitigación de los efectos del ajuste estructural se cumplieran se creó un Foro para la Concertación Económico y Social, que entre sus atribuciones tenía como prioridad servir como mecanismo para acordar disposiciones que aliviaran el costo social del programa de ajuste estructural. Recordemos que había arribado al poder el partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA) y dentro de su plan de gobierno tenía contemplado una política de privatización que como todos ya sabemos y estamos viviendo vino a golpear más el bolsillo de los consumidores.

Lamentablemente con el tiempo se fue viendo que este Foro para la Concertación Económico y Social no tuvo el fruto que todos los consumidores esperábamos; poco a poco el gobierno del Lic. Alfredo Félix Cristiani Burkart, le fue quitando protagonismo y prácticamente pasó desapercibido y desapareció. Al gobierno del partido ARENA no le interesaba que este Foro desarrollara todo el trabajo que tenía en agenda.

Como podemos observar el FMLN dentro de los Acuerdos de Paz, ya sea por recomendaciones y presiones de la sociedad civil, gremios, organizaciones, sindicatos, etc., o por iniciativa propia, pensó en el bienestar de los consumidores al presionar al gobierno para que se comprometiera a presentar un proyecto de ley de protección al consumidor ante la Asamblea Legislativa y esto a la vez sirviera de insumo para fundar una institución que velara por el cumplimiento de esta nueva ley.

4.2 Primera Ley de Protección al Consumidor de 1992.

A raíz de los Acuerdos de Paz, el gobierno de la República de El Salvador, se comprometió a presentar en 1992, ante la Asamblea Legislativa, un Anteproyecto de Protección al Consumidor. Recordemos que en ese momento nuestro país se encontraba en un escenario de reformas económicas y estructurales con la finalidad de liberalizar, desregular y privatizar la economía, propiciando así, al menos en teoría la inserción del país al nuevo desarrollo económico mundial.

El Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), junto al Anteproyecto de Ley de Protección al Consumidor, que presentó el gobierno del Lic. Alfredo Félix Cristiani Burkart, formuló su propia propuesta la cual contribuyó para la formulación y aprobación de esta trascendental ley mediante Decreto Legislativo N° 267 de fecha 22 de junio de 1992, publicado en el Diario Oficial el día primero de septiembre de ese mismo año, el cual entró en vigencia el 08 de septiembre de 1992. Posteriormente fue aprobado su respectivo Reglamento, por medio del Decreto Ejecutivo N° 99 de fecha 27 de noviembre de 1992.

La promulgación de esta ley marcó un hito en la historia de nuestro país, por primera vez una normativa jurídica reconocía al consumidor como sujeto de derechos y deberes y establecía algunas regulaciones tendientes a evitar los fraudes y abusos en el mercado. Esta ley tuvo su origen en un contexto en donde los consumidores se encontraban en una situación totalmente desprotegida, es decir, en una completa inseguridad jurídica; como consecuencia de ello se encontraban a merced de los abusos y ambiciones de los comerciantes y proveedores. Esta ley pues, se convirtió en el primer cuerpo normativo que protegía de manera directa y particular los derechos de los consumidores.

Con el nuevo gobierno del partido ARENA. El cual desde sus inicios se estableció como un régimen de extrema derecha, identificado con el sector más poderoso de nuestro país, encabezado por el mayor Roberto Daubisson, se dio en el país una liberación de precios, sin ningún control gubernamental. Ante el alza incontrolable de precios, se implementó una iniciativa de diversos sectores de la población civil la cual consistió en la

presentación de un “Anteproyecto de Ley de Regulación Temporal de Precios”, el cual en un futuro se convertiría en la Ley de Protección al Consumidor.

Esta primera Ley de Protección al Consumidor, la cual es considerada fruto de los Acuerdos de Paz, desde su nacimiento fue muy débil en cuanto a su alcance. Luego del debido proceso de formación de ley, el cual fue muy debatido, predominó la influencia política ejercida por la empresa privada y por los grupos dominantes de nuestro país.

Si bien por fin se pudo contar con una Ley de Protección al Consumidor, que en un principio fue muy bien recibida por la población, rápidamente se fue considerando deficiente e inoperante y con una gran cantidad de vacíos.

Entre las principales disposiciones de esta ley podemos encontrar:

Se establecía en el Art. 1 que el objeto de la ley era defender el interés de los consumidores, estableciendo normas que protegieran a los particulares de fraude o abuso dentro del mercado.

El Art. 2 consideraba como sujetos de esta ley a los consumidores, industriales, prestadores de servicio, empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los organismos del Estado, siempre que estos desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios públicos o privados a los consumidores.

El Art. 5 concedía facultades al Ministerio de Economía a efecto de contribuir a una efectiva protección al consumidor. Fijar y modificar precios máximos de los bienes de consumo y servicios cuando las condiciones del mercado la justifiquen. También daba plena libertad para establecer medidas que evitaran el acaparamiento y la especulación y de regular la importación y exportación de productos cuando el comercio internacional así lo demande, ante la ausencia de una ley de competencia; además debía evitar las presiones monopólicas u oligopólicas.

El art. 9 establece reglas a cumplir por los productores y proveedores de productos alimenticios, medicamentos o cualquier otro que pueda incidir en la salud de la población, reconociendo autoridad en esta materia a los Ministerios de Salud Pública y Asistencia Social y al de Agricultura y Ganadería. Igualmente es importante mencionar, que por primera vez se regula de manera obligatoria la impresión de fechas de vencimiento en estos productos.

El Art. 12 Hablaba del derecho a la información que tienen los consumidores, como por ejemplo la obligación que tiene los proveedores de publicar los precios de contado de todos los productos, con recargo incluidos o por incluir, publicación de tasa de interés y toda información necesaria al producto que se estaba adquiriendo. Además este artículo establecía que en los contratos de venta a plazos, mutuos y créditos, los intereses se calculaban sobre saldos pendientes también prohibía pactar o cobrar intereses sobre intereses devengados o no pagados.

El art. 13 prohíbe “cobrar intereses sobre intereses” y el art. 14, prevee normas para evitar la publicidad engañosa.

Es importante mencionar que en el art. 19 se regulan mecanismos de compensación al consumidor, ante inconformidades provenientes de la relación de consumo, aunque con la inconveniencia, de que son de acatamiento voluntario por los proveedores; ya que las sanciones que se regulan por infracciones a la ley no incluyen el efecto reparador de los daños ocasionados al interés del consumidor.

Ante la inexistencia de reglas de protección de la libre competencia, también se incluyeron prohibiciones a los proveedores de prácticas anticompetitivas como la concertación de precios y el monopolio.

Asimismo en los artículos 21 y 22, se le daba atribuciones al Ministerio de Economía para poder realizar inspecciones y de sancionar hasta con el cierre temporal a la empresa que incurriera en violaciones a la ley.

Un hecho fundamental de esta ley de 1992, fue la creación de la extinta Dirección General de Protección al Consumidor (DPC), que nació como dependencia del Ministerio de Economía y funcionó así hasta el año dos mil cinco.

4.3 Segunda Ley de Protección al Consumidor de 1996.

A partir del descontento de la población y con el propósito de superar los vacíos que presentaba la primera Ley de Protección al Consumidor, en el mes de noviembre de 1994, el Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), presentó ante la Asamblea Legislativa una propuesta de reformas a la ley, las cuales fueron discutidas por la Comisión de Economía y Agricultura de ese Órgano Estatal, el Ministro de Economía, el CDC y otros sectores empresariales interesados. Estas reformas se aprobaron por consenso el 29 de junio de 1995 y se remitieron al Órgano Ejecutivo para su respectiva sanción; sin embargo, ante las presiones de algunos sectores empresariales, el presidente de la República Dr. Armando Calderón Sol regresó con observaciones el Proyecto de Ley que las contenía.

Las observaciones presidenciales constituyeron prácticamente un veto que vino a romper con el consenso que se había logrado, generando un ambiente de incertidumbre al interior de la Comisión de Economía y agricultura. Debido a que no fue posible restablecer el consenso, la Comisión decidió archivar las reformas aprobadas y abrir el debate para realizar una modificación integral de la ley.

El CDC presentó una propuesta de nueva Ley de Protección al consumidor, pero la comisión generó la discusión alrededor del Anteproyecto de Ley formulado por el Ministerio de Economía, que dicho sea de paso, no ofrecía muchas innovaciones con relación a la ley que se pretendía sustituir.[65]

Para las personas entendidas en la materia esta nueva Ley de protección al Consumidor no era más que la ley de 1992 reformada y con adiciones.

Finalmente se aprobó esta nueva ley bajo el Decreto Legislativo N° 666, el día 14 de marzo de 1996 y fue publicada en el Diario Oficial el día 22 de marzo del mismo año; posteriormente fue elaborado su respectivo Reglamento bajo el Decreto Ejecutivo N° 109 el día 04 de junio de 1996.

Esta segunda Ley de Protección al Consumidor, al igual que la de 1992 otorgaba al Estado prioritariamente la protección al consumidor con un poco de participación de la sociedad civil y con escasos mecanismos privados de protección al consumidor. Establecía un monopolio legal del Estado en la protección al consumidor pese a las limitaciones de esta para la real tutela de los derechos del consumidor.

De esta segunda Ley de Protección al Consumidor podemos comentar lo siguiente:

El Art. 1 al hablar del objeto de la ley, es similar a la ley de 1992, al decir que el objeto de la ley es salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo normas que los protejan del fraude o abuso dentro del mercado.

El Art. 2, nos hablaba de quienes son los que quedan sujetos a las disposiciones de esta ley, y aquí encontramos a los comerciantes, industriales, prestadores de servicio, empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los organismos del Estado., en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios públicos o privados a consumidores.

El Art. 5 nos expresaba cuales son las facultades que tiene el Ministerio de Economía para ejercer acciones tendientes a proteger en forma efectiva el interés de los consumidores y a la vez propiciar la sana competencia en el mercado.

El Art. 6 tiene la novedad, de que nos explica en una forma precisa lo que se tiene que entender por publicidad engañosa y nos define muy bien conceptos importantes que están en la ley como Acaparamiento, Contrato de adhesión, etc.

El Art. 7 es muy significativo, porque por primera vez, establece un catálogo de derechos de los consumidores, dentro de ellos podemos citar dos trascendentales: a) A ser protegido frente a los riesgos contra la vida y la salud, f) Reclamar por la vía judicial, el resarcimiento de daños y perjuicios.

El art. 8 reitera la obligación de publicitar los precios, contenido, peso y medidas de los productos; igualmente los artículos 9,10,11 y 12 reiteran las normas aplicables a productos alimenticios y medicamentos, así como lo relativo a fechas de vencimiento, agregada la prohibición de comercializar productos vencidos.

El Art. 15 exigía a todos los proveedores de bienes, a que incluyan en la venta una garantía de uso y funcionamiento, y a que se exprese claramente en el contrato, las condiciones, forma, plazo y lugar en que se pueda hacer efectiva la garantía.

El Art. 16 representó un gran avance en la protección de los consumidores, porque declaraba no escritas cualquier cláusula contractual que exonerara o limitara la

responsabilidad del proveedor por vicio oculto en los bienes o servicios prestados, o cualquiera que implicara las renunciaciones de derechos actuales o derechos por adquirir, reconocidos por las leyes, o cualquier tipo de limitación de estos derechos.

El Art. 25 también en el mismo sentido prohibía de manera especial a los proveedores el obligar a los consumidores a firmar en blanco cualquier título valor que impusiera directamente al consumidor o a sus bienes, como garantía de un bien o servicio no prestado previamente.

El Art. 31 nos hablaba de las infracciones que se iban a sancionar según la gravedad de la infracción, y estas eran las siguientes:

- a) Cuando la infracción sea cometida por primera vez, se amonestará por escrito al infractor;
- b) Cuando la infracción sea cometida por segunda vez, se impondrá al infractor una multa cuyo monto será de mil colones hasta cien mil colones;
- c) Cuando la infracción se cometa por tercera vez, la multa se duplicará sobre el monto establecido en el literal anterior.

Dependiendo de la naturaleza y gravedad del daño ocasionado por el infractor, el Ministerio deberá publicar en cualquier medio de comunicación social, el nombre de la empresa sancionada y los motivos por los cuales se sancionó a la misma.

Vale mencionar, que en este punto la ley sufrió un retroceso, ya que la primera ley establecía la posibilidad de imponer multas hasta un máximo de quinientos mil colones, lo que desmejoró con la posibilidad de imponer multas hasta por doscientos mil colones que estableció esta segunda ley.

El Art. 36 expresaba que para el cumplimiento de esa ley, los diferentes Ministerios que forman parte del Órgano Ejecutivo estaban obligados a prestar colaboración al Ministerio de Economía cuando este lo requiriera; Y sus actuaciones cuando fueren delegados para ello, haría prueba, salvo prueba en contrario.

La ley de Protección al Consumidor de 1996, aunque amplió o precisó su contenido en algunos aspectos, representó en cierta forma un retroceso en la protección al consumidor, entre estos dispuso que la ley no se aplicaría cuando se tratara de comercialización de productos con algunas deficiencias, usados o reconstruidos, las cuales deberán hacerse del conocimiento del consumidor, de manera clara, precisa y suficiente, por medio de notas de remisión, facturas u otro documento. Las limitadas regulaciones que intentaron excluir cualquier tipo de monopolio privado y las prácticas que restringieran la competencia, fueron excluidas de la segunda ley.

Otra de las debilidades que se le pueden atribuir a esta ley de 1996 es que solo desarrolló mecanismos de protección al consumidor esencialmente de carácter reactivo, insertando solamente algunas herramientas preventivas que permitieran dentro de la lógica de la economía de mercado, realizar acciones preventivas que rectificaran los problemas que afectan a los consumidores. Así solo estableció algunos mecanismos ,

como la publicación de las resoluciones o la facultad de brindar orientaciones.

4.4 Tercera Ley de Protección al Consumidor de 2005.

A partir de la aprobación de la ley de 1996, el CDC junto a la ciudadanía desarrollaron una labor de vigilancia del cumplimiento de los derechos de los consumidores, denunciando los constantes abusos cometidos por los comerciantes y proveedores, debido a la fragilidad del marco normativo existente y al poco protagonismo de la Dirección General de Protección al Consumidor.

Por esa época el avance del movimiento de protección al consumidor era muy creciente y dejó al descubierto lo inoperante que era esta ley de 1996, Los consumidores se encontraban cada vez más en desventaja frente a los proveedores de bienes y servicios.

Es así como, en el año 2004 el CDC, plantea ante la opinión pública la necesidad de luchar por la aprobación de una nueva Ley de Protección al Consumidor; se reaccionó positivamente desde los sectores privados y públicos generando iniciativas que dieron origen a la creación de una tercera ley.

4.4.1 Aspectos A Superar por una nueva Ley de Protección al Consumidor.

Entre algunas de las falencias importantes que se encontraron en la segunda Ley de Protección al Consumidor estaban las siguientes:

1. La Dirección General de Protección al Consumidor , no tiene “fuerza” ni autonomía. Es necesario crear una entidad autónoma, independiente, dirigida de forma colegiada, donde exista representación de las y los consumidores.
 2. La actual Ley “regatea” los derechos de los consumidores. La nueva Ley también debe reconocer otros derechos fundamentales como la protección de sus intereses económicos y sociales, la educación, agruparse en asociaciones de consumidores, acceder a los medios jurisdiccionales y administrativos para la protección de sus derechos, la efectiva protección y reparación de los daños sufridos, y la representación, participación y consulta.
 3. Frágil protección contractual. Es necesario que la nueva ley de Protección al Consumidor, establezca: a) Una revisión previa de los contratos por parte de la autoridad competente, b) Reconozca el derecho del consumidor a retractarse, c) Amplíe el listado de cláusulas contractuales abusivas, d) Defina reglas de interpretación favorables al consumidor.
 4. Los consumidotes de productos usados o reconstruidos están desprotegidos. Se debe establecer claramente los derechos y obligaciones de proveedores y consumidores cuando se trate de compraventa de productos con deficiencias, usados o reconstruidos.
 5. El régimen sancionatorio es una invitación a violar la Ley. Es imprescindible que la nueva Ley establezca un claro y ejemplarizante régimen de infracciones y sanciones, de manera que las empresas tengan señales inequívocas de que es mas beneficioso respetar la ley.
- [66]

4.4.2 Participación de la Sociedad en la formulación del nuevo marco legal.

Debido a todo lo anterior, y al impulso de contar con una nueva Ley de Protección al Consumidor, el CDC consideró importante generar esfuerzos con otros actores relacionados, y construyó una alianza estratégica con las siguientes instituciones : Departamento de Derecho e Instituto de Derechos Humanos de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho (FESPAD); Instituto de Estudios Jurídicos de El Salvador (IEJES); Centro de Estudios e Investigación de El Salvador (CEIJES), así como algunos profesionales de las ciencias jurídicas; que junto al CDC, integraría el equipo de coordinación de lo que se perfilaría como una campaña de incidencia política.

Este equipo formuló una propuesta inicial de nueva Ley de Protección de Consumidores y Usuarios; para ello, realizó un análisis del derecho comparado y tomó como documento base la propuesta de ley elaborada en 1999 por el CDC. Esta propuesta inicial fue analizada en varios talleres realizados con diversos sectores sociales, profesionales y académicos y en el seminario regional organizado en conjunto con Consumers Internacional; donde participaron organizaciones de personas consumidoras de otros países de Centro América y diversos sectores sociales y profesionales de El Salvador; como resultado de estas consultas, se logró el apoyo político de actores sociales de El Salvador, así como de la Oficina Regional de Consumers Internacional y las organizaciones homólogas de Centro América.

Con el respaldo de 35 organizaciones e instituciones sociales nacionales y de la región y en el marco de una concentración frente a la Asamblea Legislativa , el 22 de noviembre de 2004 fue presentada la propuesta de nueva Ley de Protección al Consumidor y usuarios. Este esfuerzo inicial también incluyó conversatorios con periodistas, reuniones con diputados, presencia en medios de comunicación, transmisión en cuñas radiales, producción de material de información, entre otras actividades.

Durante este proceso también se desarrollaron diversas acciones de presión ciudadana, que movilizaron a miles de personas a nivel nacional e internacional; siendo algunas de las acciones realizadas: Campaña de llamadas telefónicas a diputados (promovidas por los grupos locales de consumidores y consumidoras); Concentraciones frente a la Asamblea Legislativa, en la que participaron un promedio de 400 personas; Grupos locales de consumidores realizaron festivales en los municipios de Soyapango, Ilopango, San Salvador, Mejicanos, Puerto el Triunfo, Apopa, Santa Ana, Tacuba y Santa Elena; asimismo se difundieron cuñas radiales, se distribuyó la Propuesta ciudadana de nueva LPC y se realizaron conferencias de prensa.

Por su parte , también el gobierno elaboró una propuesta de nueva ley, que fue presentada en mayo de 2005; teniendo en sus manos las dos propuestas, la Asamblea Legislativa convocó a un proceso de concertación y formulación conjunta de la nueva ley; invitando a los principales actores involucrados en la creación de las dos propuestas.

El proceso de formulación de la nueva ley se desarrolló a partir de junio de 2005;

representantes del CDC e IEJES fueron delegados a participar en la discusión que desarrolló la Comisión de Economía de la Asamblea Legislativa (6 reuniones entre los meses de junio y agosto), apoyados por un equipo de análisis jurídico para la defensa de contenidos de la propuesta ciudadana en la discusión legislativa.

La propuesta ciudadana de nueva ley también logró un amplio respaldo internacional, expresado en pronunciamientos públicos de apoyo suscritos entre otros por: La Presidenta Mundial y el Comité Ejecutivo de Consumers Internacional, más de un centenar de especialistas y académicos de diversas partes del mundo participantes en el 10º Congreso Internacional del Derecho del Consumidor realizado en mayo de 2005, la Confederación de consumidores y Usuarios (CECU) y la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía (FACUA), ambos de España.

Fue así como la combinación de diversos factores favorables condujo a que, en los últimos días de julio de 2005, se lograra un consenso sobre la nueva legislación; sin embargo, a última hora, el Órgano Legislativo decidió realizar una “revisión” al proyecto consensuado, lo que derivó en modificaciones de fondo que afectaban el contenido que se había consensuado en la Asamblea Legislativa.

La presión de la población, combinada con el pronunciamiento de profesionales y de otros generados por la opinión pública, obligó a dar marcha atrás a los intentos de socavar contenidos esenciales que ya habían sido incorporados en la nueva ley; así fue como mediante Decreto Legislativo Nº 776, el día 18 de agosto de 2005 se aprobó la nueva ley de Protección al Consumidor y fue publicada en el Diario Oficial Nº 166, tomo Nº 368 del Día 8 de Septiembre del mismo año y entró en vigencia 30 días después de su publicación. Por fin fue aprobada esta normativa largamente esperada por la ciudadanía y que constituye un triunfo y un gran paso en el fortalecimiento de la protección legal de las personas consumidoras.

Esta nueva ley es promovida por sus redactores como un texto fruto de la consulta y concertación de los diferentes sectores involucrados y que pretende estar en consonancia con las corrientes internacionales modernas en materia de protección al consumidor, y con las Directrices de la ONU.

4.4.3 Aspectos novedosos que incorporó la Ley vigente.

Con esta nueva normativa se crea la Defensoría del Consumidor : una institución autónoma dotada de amplias atribuciones para ejercer activa y efectivamente la defensa de los consumidores. Para tales fines está dotada de personalidad jurídica y patrimonio propios.

Esta nueva ley de Protección al Consumidor innova tipificando las faltas y sus correspondientes sanciones, pero también promueve la prevención con programas de educación de los consumidores. En igual forma se implementan medidas cautelares como la suspensión de la producción de un determinado bien o servicio ante la comisión de faltas graves o cuando constituya un peligro para la salud de los consumidores.

Por otra parte, es una ley que regula con mayor detalle y precisión los derechos de los consumidores (Art. 4), así como el régimen disciplinario para los infractores ya que su articulado triplica el articulado de la ley derogada.

Esta novedosa Ley en el Art. 1 inciso 1º tiene como objeto proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los consumidores.

Entre los primeros artículos se reitera que los derechos consagrados a favor de los consumidores son irrenunciables en forma anticipada, aún cuando hubiere estipulación escrita entre el proveedor y el consumidor en contrario (Art. 5).

El Capítulo 2 nos habla del Derecho a la Seguridad y a la Calidad (Art. 6 y sig. Art. 14).

Con estas disposiciones se pretende fortalecer la protección al derecho a la salud y la seguridad de los consumidores, regulando con mayor rigor el ofrecimiento y venta de productos que puedan influir en ella.

Con el fin de garantizar el cumplimiento de las disposiciones relativas a la salubridad de los productos ofrecidos a la venta, la Defensoría del Consumidor está facultada para adoptar medidas cautelares como el retiro o suspensión provisional de la producción o comercialización de bienes o servicios; y, decomisar bienes peligrosos, adulterados o falsificados (Arts. 99 y 100).

Por otra parte, con el fin de asegurar la conservación de la calidad del producto o servicio adquirido, esta ley contiene un capítulo específico sobre las garantías aplicables a los diversos tipos de bienes (Arts. 33 y sig.).

En el Capítulo 3 nos encontramos lo referente a la Protección de los Intereses Económicos Y Sociales (Art. 10 y sig.).

Se reiteran las prohibiciones de prácticas y cláusulas abusivas, por parte de los proveedores y se confiere a la Defensoría del Consumidor la facultad de calificar y aprobar los formularios de los contratos de adhesión de las instituciones que provean servicios financieros. Cuando se trate de otros proveedores, los contratos de adhesión no requerirán la aprobación previa por parte de la Defensoría del Consumidor. Sin embargo, la Defensoría podrá ordenar, previo procedimiento en el que se oirá al proveedor, el retiro de los formularios que atenten contra los derechos de los consumidores.

El Capítulo 4 trata de la Educación de los Consumidores.

Explica que las diversas instituciones del Estado vinculadas a la protección del consumidor adquieren la obligación de promover la capacitación de su personal, así como la de los miembros de las asociaciones de consumidores.

La Defensoría del Consumidor adquiere la obligación de promover la información y

educación de los consumidores.

El TITULO 2 de esta nueva Ley de Protección al Consumidor es muy trascendental, porque nos explica sobre las Infracciones y Sanciones.

El Capítulo 1 nos habla de las Infracciones. El Art. 40 trata sobre el Principio de Legalidad y Culpabilidad.

El Art. 41 nos dice que las infracciones se clasifican en : leves , graves y muy graves.

Se establece un régimen de sanciones que corresponde a la gravedad de las faltas.

Por regla general, las sanciones se traducen en multas proporcionales a la gravedad del hecho (Art. 49). Es importante mencionar, que la Ley renuncia al esquema antiguo de fijar las multas con base a cantidades de dinero y adopta la tendencia moderna de fijar sus montos en "salarios mínimos mensuales urbanos" (S. m. m. u.), lo cual incorpora un factor intrínseco de actualización a las mismas, las cuales se incrementan de pleno derecho al incrementar el monto del salario mínimo.

La cuantía máxima de las multas se fija en 50 s. m. m. u. para las infracciones leves, 200 s. m. m. u. para las infracciones graves y hasta 500 s. m. m. u. para las infracciones muy graves (Art. 45, 46, 47).

Además pueden imponerse la sanción de decomiso y destrucción de mercadería, así como el cierre del establecimiento e inhabilitación del comerciante, ambos hasta por 6 meses (Arts. 50 y 51).

En el inciso segundo del Art. 50 nos explica de que si se tratare de alimentos o bebidas alterados, adulterados, falsificados, contaminados o no aptos para consumo humano, se estará a lo dispuesto en el Art. 90 del Código de salud, según el cual dichos productos deben ser retirados del mercado y destruidos.

El Art. 51 en el inciso segundo nos dice que cuando se tratare de establecimientos distribuidores de alimentos o bebidas, se estará a lo dispuesto en el Art. 93 del Código de Salud, es decir, que podrán ser clausurados temporal o definitivamente.

El procedimiento para la determinación de infracciones y aplicación de sanciones queda detallado a partir del artículo 143. Es un procedimiento con plazos cortos, pero garantista, que conserva el equilibrio en la relación procesal.

EL Capítulo 3 de esta ley vigente, nos habla de la creación de la Defensoría del Consumidor. En los artículos 56 hasta el 96 se establece el funcionamiento de esta Defensoría, de sus miembros y de sus órganos coadyuvantes, como el Tribunal Sancionador. Se establecen requisitos mínimos de idoneidad para los miembros de ambas instituciones con el fin de garantizar la capacidad de sus integrantes.

El artículo 66, nos dice que el presidente de la Defensoría del Consumidor, será

nombrado por el Presidente de la República, por un período de cinco años y podrá ser reelecto por una sola vez.

El artículo 67 contempla cuales son los requisitos para ser presidente de la Defensoría del Consumidor.

El tribunal Sancionador estará integrado por tres miembros, debiendo dos de ellos ser abogados de la República y que hubieren obtenido la autorización para ejercer la profesión cinco años antes de su nombramiento. (Arts. 79 y sig.).

El Título 4 Capítulo 2 es muy importante para los consumidores, porque nos explica, sobre los Medios Alternos de Solución de Conflictos.

El artículo 108 nos manifiesta sobre el Centro de Solución de Controversias. Nos dice que se crea este Centro con el fin de resolver los conflictos entre proveedores y consumidores a través de diversos medios alternos de solución de disputas, de manera simple, breve, gratuita y confidencial.

Se establece el Avenamiento, la Conciliación, la Mediación y el Arbitraje como mecanismos para la solución de Controversias.

El Arbitraje, se crea como mecanismo supletorio en caso de que los demás métodos intentados fallen y se establece la posibilidad de acudir a arbitraje de equidad, el arbitraje técnico y el de derecho.

Se detalla con precisión el procedimiento para cada uno de los mecanismos alternos y en especial el arbitraje.

En el Capítulo 3 de este mismo Título 4 se explica todo el Procedimiento Sancionatorio.

En el Título 5 encontramos el Sistema Nacional de Protección al Consumidor. El artículo 151 reza lo siguiente: Institúyase el Sistema Nacional de Protección al Consumidor para promover y desarrollar la protección de los consumidores, el que estará compuesto por. La Defensoría del Consumidor, dependencias del órgano Ejecutivo y demás instituciones del Estado que entre los asuntos de su competencia les corresponden velar sectorialmente por los derechos de los consumidores o vigilar a las empresas que operan con el público.

El artículo 152 manifiesta que la Defensoría será el ente coordinador del Sistema y servirá como oficina de enlace de la actuación conjunta de las entidades públicas para el cumplimiento de la ley.

Las instituciones deberán prestarse mayor colaboración e intercambiar información.

El artículo 161 nos habla de las Asociaciones de Consumidores y nos dice que para gozar de cualquier beneficio que les otorgue esta Ley de Proyección al Consumidor, las asociaciones de consumidores deberán ser acreditadas por la Defensoría y figurar en un

libro que al efecto se llevará.

Termina esta ley de Protección al Consumidor vigente con el Título 6 que contempla las Disposiciones Finales, Transitorias, Derogatorias y Vigencia.

4.5 Derecho Comparado.

El Derecho Comparado es la ciencia cuyo objeto principal es el estudio de las semejanzas y diferencias entre los ordenamientos jurídicos de dos o más países.

En este trabajo de graduación se analizarán las leyes de protección al consumidor de México, Chile y Brasil. Este estudio es importante para medir si estamos atrasados, equiparados o adelantados en lo referente a la protección de los consumidores en comparación a estos tres países.

4.5.1 México.

Ley Federal de Protección al Consumidor.

Como todos conocemos México es un país compuesto por diferentes Estados, los cuales poseen leyes estatales, pero en lo referente a la protección de los consumidores están regidos por una Ley Federal de Protección al Consumidor; esta es la ley que pasaremos a analizar. Esta ley está compuesta por 135 artículos.

En el Capítulo 1 artículo 1 habla de las Disposiciones Generales, objeto y principios básicos.

Se declara que es una ley de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.

El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Los principios básicos en las relaciones de consumo que recoge esta ley son nueve, se mencionan dos para hacernos una idea general.

- La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el establecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos.
- La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

El Capítulo 2 dice quién es la autoridad competente para determinar la política de

protección al consumidor, y corresponde a la Secretaría de Economía. El artículo 19 manifiesta que La Secretaría determinará la política de protección al consumidor, que constituye uno de los instrumentos sociales y económicos del Estado para favorecer y promover los intereses y derechos de los consumidores. Lo anterior, mediante la adopción de las medidas que procuren el mejor funcionamiento de los mercados y el crecimiento económico del país.

El artículo 20 declara que es la Procuraduría Federal del Consumidor y dice que es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Su funcionamiento se regirá por lo dispuesto en esta ley, los reglamentos de ésta y su estatuto.

El artículo 21 manifiesta que el domicilio de la Procuraduría será la Ciudad de México y establecerá delegaciones en todas las entidades federativas y el Distrito Federal. Los tribunales federales serán competentes para resolver todas las controversias en que sea parte.

En el Capítulo 13 se encuentra lo referente a los Procedimientos y en la Sección Primera hallamos las Disposiciones Comunes, y el artículo 99 declara que La Procuraduría recibirá las quejas o reclamaciones de los consumidores con base en esta ley, las cuales podrán presentarse en forma escrita, oral, telefónica, electrónica o por cualquier otro medio idóneo cumpliendo con los siguientes requisitos:

1. Señalar nombre y domicilio del reclamante;
2. Descripción del bien o servicio que se reclama y relación sucinta de los hechos;
3. Señalar nombre y domicilio del proveedor que se contenga en el comprobante o recibo que ampare la operación materia de la reclamación o, en su defecto, el que proporcione el reclamante; y
4. Señalar el lugar o forma en que se solicita se desahogue su reclamación.

La Sección Segunda de este mismo Capítulo 13 habla del Procedimiento Conciliatorio y el artículo 111 referente a este procedimiento dice lo siguiente: La Procuraduría señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación en la que se procurará avenir los intereses de las partes, la cual deberá tener lugar, por lo menos, cuatro días después de la fecha de notificación de la reclamación al proveedor.

La conciliación podrá celebrarse vía telefónica o por otro medio idóneo, en cuyo caso la Procuraduría o las partes podrán solicitar que se confirmen por escrito los compromisos adquiridos.

En la Sección Tercera se encuentra el Procedimiento Arbitral, y nos manifiesta que la procuraduría podrá actuar como arbitro entre consumidores y proveedores cuando los intereses así la designen y sin necesidad de reclamación o procedimiento conciliatorio previos, observando los principios de legalidad, equidad y de igualdad entre las partes.

La Sección Cuarta habla del Procedimiento por Infracciones a la Ley y nos dice que para determinar el incumplimiento de esta ley y en su caso para la imposición de las sanciones a que se refiere la misma, la Procuraduría notificará al presunto infractor de los hechos el motivo del procedimiento y le otorgará un término de diez días hábiles para que rinda pruebas y manifieste por escrito lo que a su derecho convenga. En caso de no rendirlas, la Procuraduría resolverá conforme a los elementos de convicción que disponga.

Cuando la procuraduría detecte violaciones a normas oficiales mexicanas e inicie el procedimiento a que se refiere este precepto en contra de un proveedor por la comercialización de bienes o productos que no cumplan con dichas normas, notificará también al fabricante, productor o importador de tales bienes o productos el inicio del procedimiento previsto en este artículo. La Procuraduría determinará las sanciones que procedan una vez concluidos los procedimientos en cuestión.

En el Capítulo 14 se haya lo referente a las Sanciones. A diferencia de nuestra Ley de Protección al Consumidor, que en el artículo 41 nos habla de la clasificación de las infracciones en leves, graves y muy graves; esta ley no hace tal clasificación y solamente pone montos al ser violentados algunos artículos.

El artículo 125 solamente hace mención que las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas por la procuraduría.

Para terminar con esta Ley Federal de Protección al Consumidor mexicana, en el capítulo 15 se encuentran los Recursos Administrativos y el artículo 135 nos declara que en contra de las resoluciones de la procuraduría dictadas con fundamento en las disposiciones de esta ley y demás derivadas de ella, se podrá interponer recurso de revisión, en los términos de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

Vale mencionar que la ley mexicana ha servido de modelo en la estructuración del marco jurídico nacional.

4.5.2 Chile.

Ley de Protección al Consumidor.

Esta Ley de Protección al Consumidor de Chile consta de 61 artículos.

Se comenzará con el Ámbito de aplicación de esta ley, la cual se encuentra en el Título 1 artículo 1, y dice que esta ley tiene por objeto normar las relaciones entre proveedores

y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias. Además nos da definiciones de lo que son los consumidores o usuarios, proveedores, lo que significa la información básica comercial, publicidad, anunciante, contrato de adhesión promociones y oferta.

En el título 2 se encuentra la Responsabilidad por incumplimiento y el artículo 18 nos manifiesta que constituye infracción a las normas de la presente ley el cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicitado.

El artículo 19 informa que el consumidor tendrá derecho a la reposición del producto o, en su defecto, a optar por la bonificación de su valor en la compra de otro o por la devolución del precio que haya pagado en exceso, cuando la cantidad o el contenido neto de un producto sea inferior al indicado en el envase o empaque.

En cuanto a las infracciones en el artículo 24 de este mismo Título 2 dice que las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas con multa de hasta 50 unidades tributarias mensuales, si no tuvieren señaladas una sanción diferente.

La publicidad falsa o engañosa difundida por medios de comunicación social, en relación a cualquiera de los elementos indicados en el artículo 28, hará incurrir al infractor en una multa de hasta 750 unidades tributarias mensuales.

En caso en que incida en las cualidades de productos o servicios que afecten la salud o la seguridad de la población o el medio ambiente hará incurrir al anunciante infractor en una multa de hasta 1.000 unidades tributarias mensuales.

Como se puede observar esta Ley de protección al Consumidor de Chile, tampoco hace una clasificación de las infracciones, sino que pone montos cuando son violentados algunos artículos.

Dentro del Título 3 en las Disposiciones especiales se haya el tema Información y Publicidad. El artículo 28 nos explica muy claramente cuando es que el proveedor comete una infracción; declara que comete infracción a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o engaño respecto de:

- a) Los componentes del producto y el porcentaje en que concurren;
- b) La idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y que haya sido atribuida en forma explícita por el anunciante;
- c) Las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante o que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial;
- d) El precio del bien o la tarifa del servicio, su forma de pago y el costo del crédito en su caso, en conformidad a las normas vigentes;
- e) Las condiciones en que opera la garantía, y
- f) Su condición de no producir daño al medio ambiente, a la calidad de vida y de ser reciclable o reutilizable.

En el Título 4 se encuentra lo correspondiente al procedimiento a que da lugar la aplicación de esta ley y del procedimiento para la defensa del interés colectivo o difuso.

En el apartado Normas generales está contemplado el artículo 50 el cual manifiesta que las acciones que deriven de esta ley se ejercerán frente a actos o conductas que afecten el ejercicio de cualquiera de los derechos de los consumidores.

El incumplimiento de las normas contenidas en la presente ley dará lugar a las acciones destinadas a sancionar al proveedor que incurra en infracción, anular las cláusulas abusivas incorporadas en los contratos de adhesión, obtener la prestación de la obligación incumplida, hacer cesar el acto que afecte el ejercicio de los derechos de los consumidores, a obtener la debida indemnización de perjuicios o la reparación que corresponda.

El artículo 50B explica como se dará inicio al procedimiento, nos expone que los procedimientos previstos en esta ley podrán iniciarse por demanda, denuncia o querrela, según corresponda. En lo no previsto en el presente párrafo, se estará a lo dispuesto en la Ley N° 18.287 y, en subsidio, a las normas del código de procedimiento civil.

En cuanto al mecanismo de solución de controversias, el artículo 53B ilustra en lo siguiente; El juez podrá llamar a conciliación cuantas veces estime necesario durante el proceso.

Por su parte, el demandado podrá realizar ofertas de avenimiento. Las que deberán ser públicas.

Todo avenimiento, conciliación o transacción deberá ser sometido a la aprobación del juez, quién puede rechazarlos si los estima contrarios a derecho o arbitrariamente discriminatorios.

En caso del desistimiento del legitimado activo, el tribunal dará traslado al Servicio Nacional del Consumidor, quién podrá hacerse parte del juicio dentro del quinto día. Esta resolución se notificará de conformidad al artículo 48 del Código de procedimientos Civil. Igual procedimiento se hará en caso que el legitimado activo pierda la calidad de tal.

El Título 5 explica lo que es El Servicio Nacional del Consumidor, el artículo 57 dice al respecto, El Servicio Nacional del Consumidor será un servicio público funcionalmente descentralizado y desconcentrado territorialmente en todas las regiones del país, con personalidad jurídica y patrimonio propio, sujeto a la supervigilancia del Presidente de la República a través del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

El artículo 58 declara que El Servicio Nacional del Consumidor deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor.

Dos atribuciones importantes a destacar del Servicio Nacional del Consumidor son:

- Formular realizar y fomentar programas de información y educación al consumidor.
- Velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias relacionadas con la protección de los derechos de los consumidores y hacerse parte en aquellas causas que comprometan los intereses generales de los consumidores.

Para finalizar el artículo 61 de esta normativa manifiesta que las multas a que se refiere esta ley serán de beneficio fiscal.

4.5.3 Brasil.

Código de Defensa del Consumidor.

Brasil al igual que México, es un país que está formado por diferentes Estados. El Código de Defensa del Consumidor es una ley que rige para toda la República de Brasil. Este código está compuesto por 119 artículos.

En el Título 1 Capítulo 1 se encuentran las Disposiciones Generales, y el artículo 1 nos declara que el presente código establece normas de protección y defensa del consumidor, de orden público e interés social, en los términos de los artículos 50 inciso XXXII, 170, inciso V, de la Constitución Federal y artículo 48 de sus Disposiciones Transitorias.

A partir del artículo 36 este código habla de la Publicidad y nos dice que esta será transmitida de forma que el consumidor pueda fácil e inmediatamente reconocerla como tal.

El proveedor en la publicidad de sus productos o servicios mantendrá en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos informativos, técnicos y científicos que sostienen el mensaje.

El artículo 37 sigue ilustrando sobre la publicidad engañosa o abusiva. Y manifiesta al respecto.

- Es engañosa cualquier forma de información o comunicación de carácter publicitario, entera o parcialmente falsa o que por cualquier otro medio, mismo por omisión, pueda inducir al consumidor en error cuanto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio y otros datos sobre los productos y servicios.
- Es abusiva entre otras, la publicidad discriminatoria de cualquier naturaleza que incite a la violencia, explote el miedo o superstición, se aproveche de la deficiencia de raciocinio y experiencia de los niños, infrinja valores ambientales, o pueda inducir al consumidor a portarse de manera perjudicial o peligrosa para sus salud o seguridad.
- Para los efectos de este código, la publicidad es engañosa por omisión cuando deje de informar sobre dato esencial acerca del producto o servicio.

El artículo 38 hace referencia de que la carga probatoria de la veracidad y corrección de la información o comunicación publicitaria es responsabilidad de quién la patrocina.

Este Código de Defensa del Consumidor brasileño, contempla dentro de su normativa las prácticas abusivas, las cuales se encuentran en el artículo 39, veamos algunas de ellas:

- Condicionar el suministro de producto o servicio al suministro de otro producto o servicio, así como, sin justa razón, a límites en cantidades;
- Encaminar o entregar al consumidor, sin solicitud previa, cualquier producto o suministrar cualquier servicio;
- Dejar de establecer un plazo para cumplimiento de su obligación o dejar el establecimiento del plazo inicial según criterio exclusivo.
- Aprovecharse de la debilidad o ignorancia del consumidor, considerando su edad, salud, conocimiento o condición social, para iludirle y convencerle a coger sus productos o servicios.
- Ejecutar servicios sin presentación de un presupuesto preliminar y autorización expresa del consumidor, con excepción de los resultantes de prácticas anteriores entra las partes.

También se haya dentro de esta ley lo referente a las Cláusulas Abusivas el artículo 51 dice al respecto que son nulas de pleno derecho, entre otras, las cláusulas contractuales relativas al suministro de productos y servicios.

Entre algunas de ellas encontramos:

- Transferir responsabilidades a terceros;
- Establecer la inversión de la carga probatoria en perjuicio del consumidor;
- Determinar la utilización compulsoria de arbitraje,
- Permitir al proveedor, directa o indirectamente, alterar el precio de manera unilateral;
- Substraer al consumidor la opción de reembolso del monto ya pagado, en los casos previstos en este código.

Dentro de este código en el Capítulo 7 se encuentra lo referente a las Sanciones Administrativas, al respecto el artículo 56 declara que las infracciones de las normas de defensa del consumidor están sujetas, de acuerdo con el caso, a las siguientes sanciones administrativas, sin perjuicio de las de naturaleza civil, penal y de las definidas en normas específicas:

- Multa;
- Confiscación del producto;
- Casación del registro del producto junto al órgano competente;
- Prohibición de la fabricación del producto;
- Suspensión temporal de la actividad;
- Revocación de la concesión o permiso de uso;
- Casación del permiso del establecimiento o actividad;
- Interdicción total o parcial, del establecimiento, obra o actividad;
- Intervención administrativa;
- Imposición de contra propaganda.

Las sanciones previstas en este artículo serán aplicadas por la autoridad administrativa en el ámbito de su atribución y pueden ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida preventiva antecedente o incidente al procedimiento administrativo.

Este Código de Defensa Del Consumidor de Brasil contiene Infracciones Penales, las cuales derivan en sanciones penales. Esto denota una diferencia muy significativa comparada con nuestra Ley de Protección al Consumidor.

Por ejemplo: el artículo 63 dice que omitir texto o señales ostensibles sobre la nocividad o periculosidad de productos de embalajes, envoltorios, envase o publicidad, tiene una pena de seis meses a dos años de prisión y multa.

Otro ejemplo: El artículo 64 manifiesta que dejar de comunicar a la autoridad competente y a los consumidores sobre la nocividad o riesgo ofrecido por producto cuyo conocimiento sea con posterioridad a la introducción al mercado, contempla una pena de seis meses a dos años de prisión y multa.

Brasil cuenta con un Sistema Nacional de Defensa del Consumidor (SNDC), en este aspecto tiene similitud con nuestra ley porque nuestro país también posee un Sistema de Protección, con la diferencia que aquí se llama Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC).

Este punto está desarrollado en el Título 4 y el artículo 105 nos ilustra al respecto, nos habla que son integrantes del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor (SNDC), los órganos federales, estatales, del Distrito Federal y municipales, y las entidades privadas de defensa del consumidor.

El artículo 106 dice que el Departamento de protección e Defensa del Consumidor, de la Secretaría de Direito Económico (Ministerio de Justicia) u órgano federal que lo venga a reemplazar es el organismo de coordinación de la política del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor. Entre algunas de sus responsabilidades tenemos:

- Planear, elaborar, proponer, coordinar y ejecutar la política de protección al consumidor;
- Ofrecer a los consumidores orientación permanente sobre sus derechos y garantías,
- Representar al Ministerio Público competente para fines de adopción de las medidas procesuales en el ámbito de sus atribuciones;
- Llevar al conocimiento de los órganos competentes las infracciones de orden administrativo que violen los intereses difusos, colectivos o individuales de los consumidores;
- Solicitar apoyo de órganos y entidades del Gobierno Federal, Estados, Distrito Federal y Municipalidades, bien como auxiliar en la fiscalización de precios, abastecimiento, cantidad y seguridad de bienes y servicios.

4.5.4 Diferencias y Semejanzas con la Ley nacional.

Haciendo una comparación con estos tres países en lo referente a la protección de los

consumidores, podemos observar que nuestro país tiene semejanzas y diferencias con respecto a ellos, pero en términos generales vemos que El Salvador cuenta con una buena Ley de Protección al Consumidor y podemos sentirnos orgullosos de ella. Veamos algunas comparaciones.

En lo concerniente al objeto de la ley estas leyes y el código de Brasil, persiguen la protección de los derechos de los consumidores y crear certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores.

También existe similitud entre estas normativas en cuanto a la prohibición de la publicidad engañosa y falsa y a la defensa de los intereses colectivos o difusos.

En cuanto a las infracciones, nuestra ley las clasifica en: leves, graves y muy graves; en cambio estos países no cuentan con una clasificación de las infracciones, sino que pone la sanción al ser violentado un artículo determinado. Con respecto a esto llevamos una ventaja esencial sobre ellos porque no dejamos las infracciones de manera general, sino que cuando un proveedor comete una infracción fácilmente se puede tipificar que tipo es y así aplicarle su correspondiente sanción.

Con respecto a las sanciones, existe una diferencia con el código brasileño, porque dentro de su normativa contempla las infracciones penales, de la cual derivan sanciones penales, en cambio las leyes de México y Chile al igual que nosotros observa sanciones administrativas, sin perjuicio de lo que otras leyes aplicables establezcan.

En lo concerniente a la institución que velará por la protección de los consumidores, la Defensoría del Consumidor de El Salvador es una institución descentralizada del Gobierno de la República, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía en lo administrativo y presupuestario; recordemos que en la ley anterior la institución que tenía a su cargo la defensa de los consumidores era la Dirección General de protección al Consumidor, que funcionaba como una dependencia del Ministerio de Economía. Con respecto a este punto, México y Chile tienen semejanzas con El Salvador porque las instituciones encargadas de velar por la protección de los derechos de los consumidores ambos son organismos descentralizados con personalidad jurídica y patrimonio propio y solamente dependen directamente de la presidencia de la República; en México se llama Procuraduría Federal del Consumidor y en Chile se llama Servicio Nacional del Consumidor. En cambio en Brasil esta institución pertenece a la Secretaría de Directo Económico (Ministerio de Justicia), y se llama Departamento de Protecáo o Defensa del Consumidor.

En lo referente a los medios alternos de solución de controversias nuestra ley habla al igual que la ley de México y Chile del avenimiento, la conciliación, el arbitraje. La normativa chilena habla también de la transacción, no así la ley nuestra y la mexicana.

El Código de Defensa del Consumidor de Brasil, tiene semejanza con la ley nuestra en cuanto a las sanciones administrativas, porque contempla confiscación del producto denunciado y el cierre de la actividad y el establecimiento entre otros.

Por último nuestra legislación tiene similitud con Brasil en lo concerniente a que nuestro país cuenta con un Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC), el cual tiene la finalidad principal de lograr una efectiva protección de los consumidores, bajo la línea de un trabajo coordinado de las dependencias del Órgano Ejecutivo y demás instituciones del Estado, que en sus competencias tengan la protección de estos derechos. Brasil también cuenta con un sistema de protección a los consumidores el cual lleva el nombre de Sistema Nacional de Defensa del Consumidor (SNDC), este sistema está constituido por lo órganos federales, estatales, del Distrito Federal y Municipales y las entidades privadas de defensa del consumidor.

CAPITULO 5

INCIDENCIA DE LA LEGISLACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA VIDA DE LOS CONSUMIDORES.

El contenido de los capítulos anteriores de esta tesis versaron sobre los aspectos teóricos del tema basado en el análisis de la bibliografía relevante. El contenido del presente capítulo trata sobre los aspectos cuantitativos provenientes de la aplicación de un instrumento de encuesta, y pretende obscurtar las determinaciones socio jurídicas del tema de la investigación.

Los datos están organizados conforme fueron presentados en la encuesta, traduciéndolos a cuadros y gráficos para facilitar su análisis, los cuales se presentan a continuación.

La encuesta se administró a una muestra de 50 personas consumidoras de diferente extracción social y nivel educativo, y los resultados se tabularon e interpretaron estableciendo tendencias porcentuales que permiten extrapolar los contenidos a la población en general.

5.1 La Ley de Protección al Consumidor ocupa un lugar en la conciencia colectiva.

En la investigación de campo se consultó sobre el conocimiento que tienen los consumidores acerca de la existencia de una ley que los proteja y el nombre de esta. Es importante averiguar si la población está clara o está confundida con respecto a esta ley y como se llama; al respecto se preguntó:

Conocimiento de la ley que protege al consumidor?, y los consultados respondieron. Como se llama esta ley?.

CUADRO No. 1

Opinión	Número	Porcentaje	
No	07	14%	
Si	43	86%	
Total	50	100%	



Como podemos observar en el cuadro No. 1 con su respectivo gráfico de pastel el 14% de las personas encuestadas contestaron que no saben de la existencia de esta ley; por el contrario el 86% respondieron que si. Pero a la siguiente pregunta, cuya respuesta era mencione el nombre de la ley, solamente el 68% de los encuestados conocen el nombre correcto de la Ley de protección al Consumidor. Es confortable establecer que más de la mitad de las personas investigadas tienen conocimiento del nombre de la ley.

5.2 La institucionalidad de protección al consumidor en proceso de desarrollo.

La encuesta también buscaba medir el conocimiento que tienen los consumidores sobre las instituciones que defienden a la población consumidora y de que forma se han dado cuenta de la existencia de estas instituciones.

Se consultó respecto del conocimiento sobre instituciones que protegen consumidor?, con el resultado siguiente:

CUADRO No. 2

Opinión	Número	Porcentaje
No	05	10%
Si	45	90%
Total	50	100%



Igualmente se preguntó: Como se ha dado cuenta de las existencia de las leyes e instituciones que defienden al consumidor?, y los consumidores respondieron:

CUADRO No. 3

Opinión	Número	Porcentaje
Los vecinos	02	4%
Los medios de comunicación	40	80%
Hojas volantes	04	8%
Otros	04	8%
Total	50	100%



La investigación arrojó el dato de que el 90% de las personas investigadas si tienen conocimiento de la existencia de estas instituciones y solamente el 10% contestaron que no. Esto significa que en el tiempo que tiene de existir la institucionalidad de

protección del consumidor, a pesar de los cambios de denominación que ha sufrido, la población la sigue reconociendo (cuadro No. 2). De las respuestas dadas por los encuestados podemos observar en el cuadro No. 3, que los medios de comunicación son el vehículo por medio del cual la población conoce de la presencia de estos organismos. El gráfico de pastel en cada cuadro es muy elocuente al respecto.

5.3 Atribuciones y competencias de las instituciones de protección al consumidor.

En las preguntas de la encuesta relacionadas con esta temática, se persigue averiguar si las personas encuestadas conocen el nombre de las instituciones que defienden al consumidor, si distinguen cual tiene la facultad de imponer sanciones y en que medida estas instituciones que velan por la protección de los consumidores realizan publicidad o propaganda para informar al público.

Así sobre el conocimiento de las instituciones que defienden a los consumidores? resultó:

CUADRO No. 4

Opini3n	N3mero	Porcentaje
Defensor3a del Consumidor	20	40%
Centro para la Defensa del Consumidor	07	14%
No conoce	23	46%
Total	50	100%



Al preguntar sobre la facultad de imponer sanciones por parte de las dos instituciones?, los consultados contestaron:

CUADRO No, 5

Opini3n	N3mero	Porcentaje
---------	--------	------------

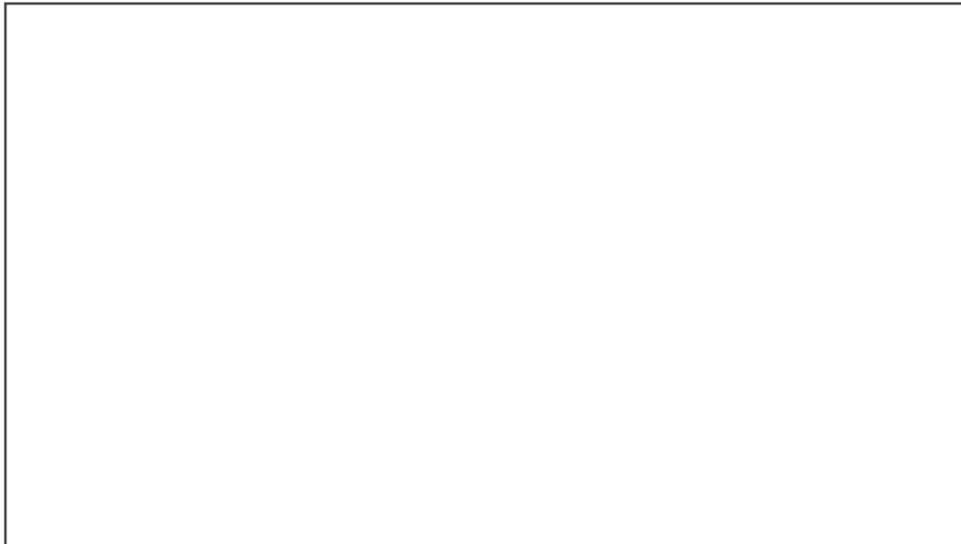
Defensoría del Consumidor	37	74%
Centro para la Defensa del Consumidor	0	0%
No sabe	13	26%
Total	50	100%



Al preguntar: En que medida las instituciones que velan por los consumidores hacen publicidad o propaganda para informar al público?, los resultados fueron:

CUADRO No. 6

Opinión	Número	Porcentaje
Nada	06	12%
Poco	41	82%
Mucho	03	6%
Total	50	100%



Con respecto a la pregunta sintetizada en el cuadro No. 4 con su respectivo gráfico de pastel nos señala claramente que son el 46% las personas indagadas que no tienen conocimiento de las instituciones que defienden al consumidor, por encima del 40% de encuestados que dijeron que si tienen conocimiento de la Defensoría del Consumidor. Solamente el 14% de encuestados manifestaron que tienen conocimiento del Centro para la Defensa del Consumidor.

Con relación a la pregunta del cuadro No. 5 con su gráfico de pastel, aparentemente se muestra una confusión con las anteriores, porque ilustra muy claramente que el 74% de las personas investigadas si saben que la Defensoría de Consumidor es la institución que tiene la potestad de imponer sanciones.

Ninguna persona manifestó que el Centro para la Defensa del Consumidor tiene facultad de imponer sanciones; el 26% de encuestados contestaron que no saben. La mencionada contradicción se resuelve advirtiendo que los consumidores no identifican la institucionalidad con la defensa del consumidor de manera general o abstracta, pero si la relacionan directamente con la facultad sancionadora.

Al responder la pregunta relacionada en el cuadro No. 6 con su gráfico el 82% contestaron que las instituciones que velan por el consumidor realizan poca publicidad para informar al público; el 12% contestaron que no hace nada de publicidad, y solamente el 6% manifestaron que hace mucha propaganda.

5.4 Efectividad del Régimen sancionatorio de la Ley de Protección al Consumidor.

Con las preguntas de los cuadros 7 y 8, se pretende averiguar si los encuestados han conocido de algún caso de alguna empresa o servicio que haya sido sancionado por violentar los derechos de los consumidores y que citaran ejemplos si se han enterado de alguno. Al respecto se pregunto:

Conocimiento de algún caso o empresa que haya sido sancionado por violentar los derechos de los consumidores?.

CUADRO No. 7

Opini3n	N3mero	Porcentaje
No	29	58%
Si	21	42%
Total	50	100%

Si responde que si, cite un ejemplo.

CUADRO No. 8

Opini3n	N3mero	Porcentaje
No conoce	29	58%
Empresas telef3nicas	04	8%
Tr3pigas	02	4%
Gasolineras	03	6%
Supermercados	03	6%
Compa3nias de celulares	01	2%
Tarjetas de cr3dito	04	8%
ANDA	02	4%
Bancos	01	2%
Empresas que venden electrodom3sticos	01	2%
Total	50	100%



En el cuadro No. 7, se nos ilustra que son el 42% las personas indagadas que si conocen de sanciones que ha impuesto La Defensoría del Consumidor a alguna empresa o negocio que ha infringido la Ley de Protección al Consumidor. Asimismo nos refleja lamentablemente que son el 58% las personas que no han conocido de ningún caso.

El cuadro No. 8 muestra que entre las empresas o servicios que más han sido sancionados tenemos las empresas telefónicas con 4 casos y las empresas emisoras de tarjetas de crédito con la misma cantidad. Los gráficos de cada cuadro nos ilustran muy bien al respecto, sobre otras empresas o servicios que también han sido objeto de reclamos por parte de los consumidores.

5.5 Nivel de cumplimiento de la legislación por parte de los proveedores de bienes y servicios.

Las preguntas de los cuadros No.10 y No. 11 son muy interesantes, importantes y muy sensibles, porque afecta directamente a las personas encuestadas; aquí se les consulta si ellas o ellos han sido afectadas directamente por algún producto o servicio que hayan adquirido. Y los que si han sido afectados se les solicita que expongan el caso.

Se consultó sobre si ha sido afectado por algún producto o servicio?.

CUADRO No. 9

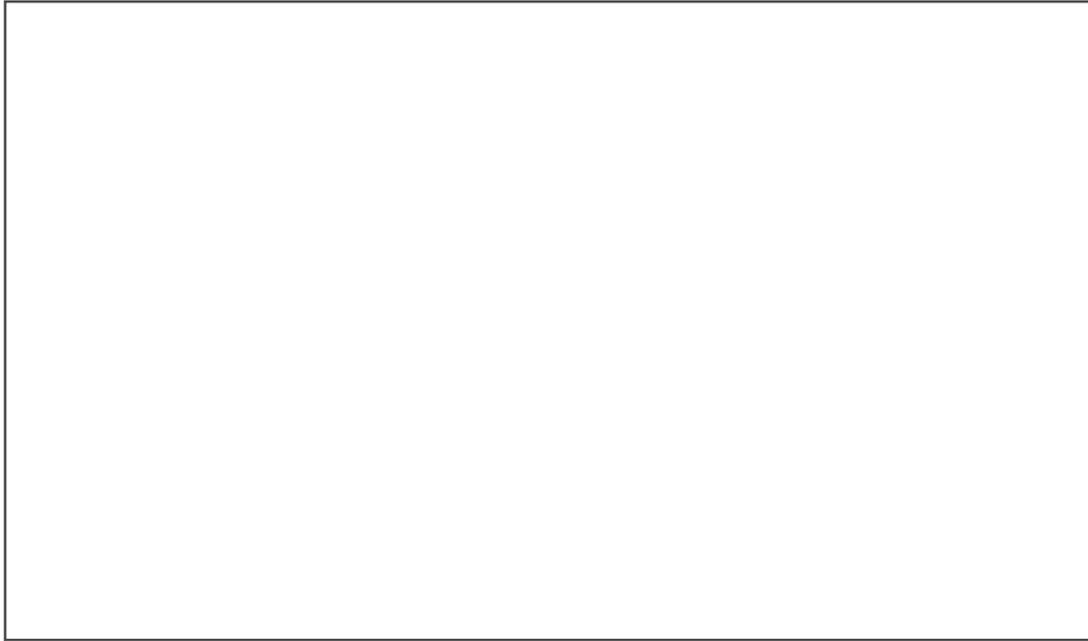
Opinión	Número	Porcentaje	
No	28	56%	
Si	22	44%	
Total	50	100%	



Si responde que si, cual fue el caso?.

CUADRO No. 10

Opini3n	N3mero	Porcentaje
No ha sido afectado	28	56%
Tarjeta de cr3dito	04	8%
Casos en general	02	4%
Supermercado productos vencidos	03	6%
Consumo de tarjetas y recargas de celulares	02	4%
Funeraria la piedad	01	2%
ANDA	05	10%
Almacenes Sim3n	01	2%
Compra de electrodom3sticos	02	4%
Energ3a el3ctrica	01	2%
Compra de muebles	01	2%
Total	50	100%



En el cuadro No. 9 queda evidenciado que son más las personas que manifiestan que no han sido afectadas por algún producto o servicio en comparación con las que si han sido dañadas (56% contra 44%).

La pregunta del cuadro No.10 es quizás las más fundamental en esta encuesta, porque aquí los encuestados exponen cuales son los productos o servicios por los cuales han sido afectados. ANDA, encabeza los casos con el 10%, seguido por las tarjetas de crédito. Los gráficos de pastel de ambos cuadros nos instruyen muy bien estos casos.

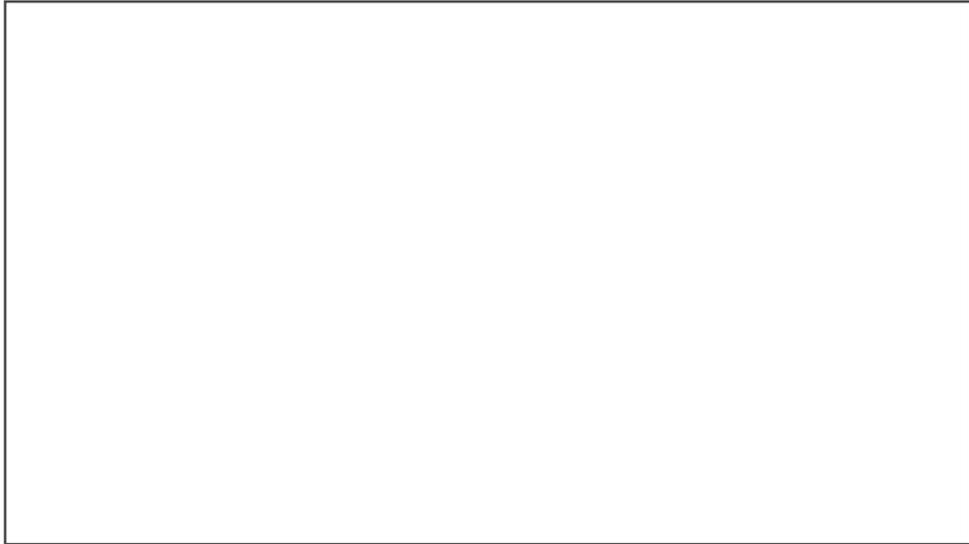
5.6 Expectativas de la población sobre la vigilancia de los derechos del consumidor por parte del Estado.

Finalmente las pregunta de los cuadros 11 y 12, se refieren a mejorar el buen funcionamiento de La Defensoría del Consumidor y el papel del Estado en velar por los derechos de los consumidores. Además nos interesa conocer cuales son las sugerencias o recomendaciones por parte de las personas investigadas que sobre el tema podrían proporcionar.

Se preguntó sobre la calificación de la supervisión del Estado para velar por los derechos de los consumidores?.

CUADRO No. 11

Opinión	Número	Porcentaje
Deficiente	19	38%
Mala	08	16%
Regular	20	40%
Buena	03	6%
Muy buena	0	0%
Total	50	100%



A continuación se solicitó formularan sugerencias o recomendaciones sobre el tema?.

CUADRO No. 12

Opini3n	N3mero	Porcentaje
No opin3	07	14%
Que exista mayor vigilancia	03	6%
Que haya mayor agilidad	03	6%
Que exista m3s eficacia y protecci3n	14	28%
Hacer m3s trabajo de opini3n p3blica	05	10%
Que la D. C. realice m3s publicidad	10	20%
Que haya mayor control de precios	02	4%
Que la ley sea m3s severa	04	8%
Que la D. C. este m3s cerca de los consumidores	01	2%
Mayor coordinaci3n con el Ministerio de Educaci3n	01	2%
Total	50	100%



Estas dos interrogantes también son muy importantes porque tratan de averiguar como percibe la población consumidora el papel del Estado en la protección de sus intereses; podemos observar en el cuadro No. 11 que el 40% de encuestados manifiestan que esta supervisión ha sido regular, 38% sostienen que ha sido deficiente, 16% dijeron que ha sido mala, 6% manifestaron que ha sido buena y lamentablemente ninguno opinó que la supervisión ha sido muy buena.

En el cuadro No. 12 se reflejan las sugerencias o recomendaciones que aportan los encuestados. La sugerencia que más se solicita con el 28% es que La Defensoría del Consumidor sea más eficaz para protegerlos, seguido en segundo lugar con el 20% de opiniones de que La Defensoría del Consumo realice mayor publicidad para que sea más conocida por los consumidores.

Los gráficos correspondientes a los cuadros No. 11 No. 12 son bastantes ilustrativos.

5.7 Análisis sobre la comprobación o no de la hipótesis del trabajo.

La hipótesis planteada en esta investigación fue la siguiente: **La Evolución de protección al consumidor, no garantiza una efectiva protección a los consumidores.** Después de haber terminado este trabajo de investigación se puede concluir que la Ley de Protección al Consumidor, si ha evolucionado favorablemente en cuanto a proteger los derechos de las personas consumidoras. Sobretudo con la creación de la Defensoría del Consumidor (DC), una institución autónoma, con personalidad jurídica y patrimonios propios en lo administrativo y presupuestario. Nuestro país a pesar de ser muy pequeño y haber experimentado muchas dificultades para crear la primera Ley de protección al Consumidor, actualmente se ha posicionado a nivel internacional como uno de los más adelantados en esta rama. Además esta Ley de protección al Consumidor que esta vigente ha creado el Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC), la cual tiene como finalidad principal lograr una efectiva protección de los consumidores, bajo la línea de un trabajo coordinado de las

dependencias del órgano Ejecutivo y demás instituciones del Estado, que en sus competencias tengan la protección de estos derechos.

Pero no podemos afirmar tajantemente que ha sido efectiva en un cien por ciento, todavía tiene algunos vacíos; como por ejemplo, cuando se trata de devolverle al consumidor dinero por haber adquirido un producto en mal estado o haber solicitado un servicio. El procedimiento es muy largo y como son tantas las personas que se ven perjudicadas, en la mayoría de los casos los consumidores no recuperan el dinero invertido. Es necesario crear mecanismos mas acelerados para que el Tribunal Sancionador, que es parte de la Defensoría del Consumidor, cumpla con el papel que le ha sido encomendado. También como otro ejemplo, la Defensoría del Consumidor, esta en deuda con la población en lo referente a las tarjetas de crédito, nuestra población se siente desprotegida porque la Defensoría del Consumidor tiene limitaciones para intervenir en una forma contundente en este campo al ser creada por la Asamblea legislativa la Ley de Tarjetas de Crédito, en donde la Defensoría quedo fuera. Y así podemos mencionar otros ejemplos. Todo esto ya ha sido reconocido por la Defensoría y todos esperamos que muy pronto todas estas falencias van hacer solucionadas.

Como un comentario general de esta encuesta podemos afirmar que la mayoría de los consumidores si tienen conocimiento que existe una Ley de Protección al Consumidor y que incluso la identifican por el nombre de esta. También la mayoría de los encuestados conocen de la existencia de instituciones que velan por los derechos de los consumidores; tanto a nivel gubernamental (DC), como la única asociación de derecho privado sobre la materia (CDC), y la encuesta refleja que es a través de los medios de comunicación que se han enterado de la existencia de estas.

En cuanto a las instituciones que defienden los derechos de los consumidores y cual tiene la facultad o potestad de imponer sanciones, las personas indagadas tienen una confusión entre La Defensoría del Consumidor (CD) y el Centro para la Defensa del Consumidor (CDC). Ellas y ellos creen que el CDC es la institución gubernamental encargada de sancionar a las empresas y proveedores violadores de la Ley de protección al Consumidor; cuando esta facultad le corresponde a La Defensoría del Consumidor (CD). Manifiestan por otro lado los encuestados que a La Defensoría del Consumidor (CD), le hace falta realizar más publicidad y propaganda para informar al público cual es el rol y el trabajo que realiza.

Las personas que se han enterado de alguna empresa, negocio o servicio que haya sido sancionado por violentar los derechos de los consumidores violando artículos de la Ley de Protección al Consumidor son menos de los que no saben nada sobre el tema. Muchos de los encuestados expusieron ejemplos de algunas empresas o servicios sancionados.

Con respecto a la supervisión del Estado para velar por los derechos de los consumidores la mayoría de los encuestados dijeron que era regular y deficiente, solamente el 6% sostuvieron que la labor era buena.

En cuanto a la pregunta que si habían sido afectados personalmente con algún producto o servicio, fueron más los que no han sido perjudicados de los que si lo han sido; al plantear los casos sobresalieron los de ANDA y los de las tarjetas de crédito.

Por último al solicitarles una sugerencia o recomendación sobre el tema para mejorar la Ley de Protección al Consumidor y el papel de la Defensoría del Consumidor en la protección de los consumidores hubo varias, pero las más sobresalientes en su orden fueron: Que exista más eficacia y protección para los consumidores de parte de la Defensoría del Consumidor y del Estado; que la Defensoría del Consumidor realice más publicidad; que la Defensoría del Consumidor efectúe más trabajo de opinión pública ; que la Ley de Protección al Consumidor sea más severa y que exista mayor vigilancia de parte de la Defensoría del Consumidor y del Estado.

Como se observa, después de 27 años en que la temática de protección a los consumidores se elevó a la categoría de derecho constitucional protegido; de 18 años de su desarrollo en la ley secundaria, tiempo durante el cual la materia ha sufrido una actualización normativa en tres momentos (1992, 1996 y 2005), marcos legales que transformaron la Dirección de Protección del Consumidor del Ministerio de Economía en la actual Defensoría del Consumidor como una institución autónoma; indudablemente que la protección del consumidor salvadoreña muestra una evolución positiva en materia normativa, así como en la institucionalidad en competencia para su aplicación. Todo esto ha determinado que las relaciones entre proveedores y consumidores, sean menos voraces y cada vez más tiendan a la equidad.

CAPÍTULO 6 CONCLUSIONES

De este trabajo de graduación se pueden obtener las siguientes conclusiones:

1. A finales del siglo XVIII en los Estados Unidos se comenzó de manera muy incipiente a generar algunos acontecimientos relacionados con la protección del consumidor, pero fue en el siglo XIX en donde se dio un giro en los movimientos a favor de los derechos de los consumidores al fundarse en los Estados Unidos y algunos países de Europa, movimientos cooperativos por los derechos laborales de los trabajadores, encabezado por los sindicatos y comienza a tratarse el tema de la educación doméstica.

En 1899 apareció en los Estados Unidos, la Liga Nacional de Consumidores, como una organización que luchaba contra las malas condiciones de trabajo y para perfeccionar las normas bajo las cuales eran elaborados los productos por muchas empresas. Posteriormente fueron surgiendo movimientos en varias partes del mundo en defensa de los consumidores, utilizando diferentes métodos, vías y formas, pero todas con el objetivo de proteger los intereses de los consumidores, ya no solo en el acto de intercambio o el consumo, sino desde la elaboración de los productos o la promoción comercial de estos.

2. En El Salvador, es a partir de la constitución de 1983, específicamente en el inciso segundo del artículo 101 en donde se empieza a regular la defensa del interés de los consumidores; pero toma más auge e importancia a raíz de la firma de los Acuerdos de Paz firmados en Chapultepec, México en 1992, entre el Frente Farabundo .Martí para la Liberación Nacional (FMLN) y el Gobierno de El Salvador (GOES).

El 25 de enero de 1991, surgió a la vida pública el Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor, integrado por: La Coordinadora Nacional de la Mujer, el Consejo Coordinador para el Desarrollo de Comunidades Marginales, el Consejo Coordinador para el Desarrollo de las Comunidades de San Roque y la Federación de Asociaciones Cooperativas de Consumo. Posteriormente este comité se transformó en la Fundación Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), el día 09 de diciembre de 1992. Las primeras acciones del CDC fueron 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. Pero la acción más trascendental llevada a cabo por el CDC en esta época fue la presentación ante la Asamblea Legislativa del “Anteproyecto de ley de estabilización de precios de productos de consumo básico”, interpuesta el 26 de junio de 1991.

3. Los consumidores, tienen un papel muy importante en la lucha por hacer valer sus derechos; no basta con el simple enunciado de sus derechos, el reconocimiento mundial y la consagración de leyes de protección en sus países.

Es necesario que mantengan una actitud responsable y decidida haciendo valer sus derechos en todos los actos de consumo para que no sean atropellados por los comerciantes.

Para ello los consumidores tienen que cumplir con seis deberes básicos en la protección de sus derechos: Conciencia crítica, acción, preocupación social, conciencia ambiental, solidaridad y responsabilidad. No basta con que las leyes y las instituciones reconozcan los derechos de los consumidores para que las relaciones de mercado sean equilibradas y transparentes; sin la acción constante y alerta de los consumidores estas disposiciones legales se transforman pronto en letra muerta. Las leyes y las instituciones siempre van a la zaga de la realidad, depende de los consumidores que ese retardo que los perjudica no sea demasiado grande.

4. Las Directrices de Naciones Unidas sobre protección al consumidor, fueron adoptadas por esta el día 09 de abril de 1985, y se convirtieron inmediatamente en una disposición que ha sido acatada y puesta en práctica por todos los países miembros de la ONU. Estas Directrices para la protección del consumidor son un conjunto internacionalmente reconocido de objetivos básicos, preparados especialmente para que los gobiernos de los países en desarrollo y los países de reciente independencia las utilicen para la estructuración y fortalecimiento de políticas y leyes de protección del consumidor.

El aporte de las Directrices de la ONU, en el desarrollo del Derecho del Consumidor; ha sido de mucho valor a nivel mundial, sobretodo en los países llamados subdesarrollados, porque es en estos, en donde más se vulneran los derechos de los consumidores. Todos los países al adoptar estas Directrices, están comprometidos a proteger y a velar por los derechos de los consumidores, y así poner fin a tanto abuso que se venía cometiendo en contra de los consumidores.

5. La constitución de 1962 reprodujo casi en su totalidad el alto contenido social que contenía la constitución de 1950. En esta constitución de 1962 se hacía énfasis en el interés social de los habitantes de El Salvador y el reconocimiento de la propiedad privada en función social. Esta constitución no hablaba de consumidores; es a partir de la constitución de 1983 en el inciso segundo del artículo 101 que se hace referencia a los consumidores, cuando se dice que El Estado fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores.

Esta constitución de 1983, fue redactada por una Asamblea Constituyente, pero lo significativo es que conservó la obligación del Estado de asegurar a los habitantes de la República, el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social.

En los Acuerdos de Paz, existió un tema muy trascendental para la población de El Salvador, y era el referido a tomar medidas para aliviar el costo social de los programas de ajuste estructural implementados por el gobierno del presidente Lic. Alfredo Cristiani, porque el primer punto de este tema fue la protección al consumidor, en donde el gobierno se comprometió a adoptar políticas y a crear mecanismos efectivos tendientes a defender a los consumidores.

6. A raíz de los Acuerdos de Paz, el Gobierno de El Salvador, se comprometió a presentar en 1992, ante la Asamblea Legislativa, un Anteproyecto de Ley de protección al Consumidor. Aprovechando esta coyuntura, el Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), formuló su propia propuesta, la cual contribuyó para la formulación y aprobación de esta trascendental ley. La promulgación de esta ley marcó un hito en la historia de nuestro país, ya que por primera vez una normativa reconocía al consumidor como sujeto de derechos y deberes.

A pesar de haberse constituido en un gran paso para nuestro país la creación de esta primera Ley de Protección al Consumidor el día 22 de junio de 1992; esta desde su nacimiento no tuvo un gran alcance, porque a pesar de haber sido muy debatida, al final predominó la influencia política ejercida por la empresa privada y los grupos dominantes de nuestro país. Si bien es cierto que esta primera ley en un principio fue muy bien recibida y generó muchas expectativas en la población, rápidamente se fue considerando deficiente e inoperante y con una gran cantidad de vacíos.

7. A partir del descontento de la población y con el propósito de superar los vacíos que presento la primera Ley de Protección al Consumidor, el Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), presentó ante la Asamblea Legislativa una propuesta de reformas a la ley, las cuales fueron discutidas en la Comisión de Economía y Agricultura, en donde además participaron el Ministro de Economía, el CDC y otros sectores empresariales interesados.

Estas reformas propuestas fueron aprobadas por consenso del día 29 de junio de 1995 y se remitieron al Órgano Ejecutivo para su respectiva sanción.

Fueron tantas las presiones de algunos sectores empresariales, que el entonces presidente de la República Dr. Armando Calderón Sol regresó con observaciones al proyecto de ley. Finalmente se aprobó esta nueva ley el día 14 de marzo de 1996.

Esta Ley de protección al Consumidor de 1996 amplió o precisó su contenido, representó en ciertos aspectos un retroceso en la protección al consumidor, entre estos dispuso que la ley no se aplicaría cuando se tratara de la comercialización de productos con algunas deficiencias, usados o reconstruidos, los cuales deberían hacerse del conocimiento del consumidor, de manera clara, precisa y suficiente, por medio de notas de remisión, facturas u otro documento. Las limitadas regulaciones que intentaron excluir cualquier tipo de monopolio privado y las prácticas que restringieran la competencia, fueron excluidas de la segunda ley.

8. Debido a la fragilidad del marco normativo existente y al poco protagonismo de la Dirección General de Protección al Consumidor, el avance del movimiento de protección al consumidor era muy creciente por esta época. Esta ley dejó al descubierto lo inoperante e ineficiente que era en algunos aspectos. Por este motivo y al interés de contar con una Ley de Protección al Consumidor el CDC consideró importante generar esfuerzos con otras instituciones y organismos, y también contar con el respaldo de la Oficina Regional de Consumers Internacional y organizaciones homólogas de Centro América.

Con la presión de la población y el respaldo de 35 organizaciones e instituciones sociales nacionales y de la región y en el marco de una concentración frente a la Asamblea Legislativa el día 22 de noviembre de 2004 fue presentada la propuesta de una nueva Ley de Protección al Consumidor, la cual fue aprobada finalmente el día 18 de agosto de 2005. Esta nueva ley es promovida por sus redactores como un texto fruto de la consulta y la concertación de los diferentes sectores involucrados y que pretende estar en consonancia con las corrientes internacionales modernas en materia de protección al consumidor y con las Directrices de la ONU.

Uno de los aspectos más sobresalientes de esta ley actual de protección al consumidor fue la creación de la Defensoría del Consumidor; la cual cuenta con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, y además esta dotada de amplias atribuciones para ejercer activa y efectivamente la defensa de los consumidores.

Es necesario recalcar que el país cuenta con una de las mejores leyes de protección al consumidor a nivel de toda América Latina, pero es importante que estemos vigilantes y exijamos que se cumpla con las disposiciones de la ley.

9. La investigación de campo que se realizó como parte del trabajo de graduación, dejó evidenciado que la población consumidora si conoce de la existencia de una Ley de Protección al Consumidor, pero no tiene claro el nombre de esta, tienden a identificarla con otro nombre. Algunas personas encuestadas no saben nada de cómo opera esta ley y como pueden hacer uso de ella en la defensa de sus intereses.

En cuanto a la Defensoría del Consumidor, las personas indagadas tiene una confusión entre esta y el Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), ellos creen que el CDC es la institución encargada de sancionar a las empresas y proveedores violadores de la Ley de Protección al Consumidor, cuando esta facultad le compete a la Defensoría del Consumidor. Para que los consumidores tengan claro las atribuciones de la Defensoría del Consumidor es necesario que esta realice más publicidad y propaganda, es decir, que efectúe más proyección hacia la comunidad consumidora.

10. Con respecto al papel del Estado para proteger los derechos de los consumidores, las personas encuestadas sugirieron que es menester que exista una mayor supervisión de parte de este. La mayoría coincide en que la supervisión es bastante deficiente y regular y que es imprescindible que esta situación cambie en beneficio de los consumidores.

Los consumidores que participaron en la encuesta, aportaron bastantes sugerencias y recomendaciones para mejorar la Ley de Protección al Consumidor y el papel de la Defensoría del Consumidor en provecho de de los consumidores.

Para terminar se puede decir con satisfacción que la Ley de Protección al Consumidor, si ha experimentado una evolución favorable en beneficio de las personas consumidoras en un país en donde se estaba acostumbrado a violentar los derechos de los consumidores y a irrespetar todo tipo de leyes que protegiera a la población. Después de 27 años que la temática de protección a los consumidores se elevó a la categoría de derecho constitucional, podemos afirmar categóricamente que la población salvadoreña ha salido beneficiada con la creación y evolución de la ley secundaria.

RECOMENDACIONES

- Es importante que la Ley de Protección al Consumidor, responda al momento que se está viviendo, es decir, que vaya adaptándose y evolucionando a las circunstancias propias de la realidad actual; tomando insumos y sugerencias de los gremios, sindicato, universidades, organizaciones sociales y de la sociedad civil. Etc.

Es fundamental que la Asamblea Legislativa realice reformas a la Ley de Protección al Consumidor, para ponerla en consonancia con la realidad nacional, superando las deficiencias que se identifican a partir de su aplicación.

- La Defensoría del Consumidor, cada día tiene que ir asumiendo más atribuciones en beneficio de los consumidores, tiene que jugar un papel más protagónico realizando labores de control y vigilancia en calidad y precios en los supermercados, establecimientos comerciales, y todo lo que está relacionado con el interés económico de los consumidores.
- Sería de mucho provecho para la población salvadoreña, que el Ministerio de Educación incluyera en los planes de estudio de bachillerato o en la currícula universitaria una materia relacionada con los derechos y deberes de los consumidores. Es fundamental educar a la población en todo lo concerniente a la temática sobre los consumidores.
- El Estado salvadoreño debe tutelar mejor los derechos de los consumidores, teniendo una actitud más protagónica y vigilante. Todas las instituciones que tienen que ver con la protección del consumidor están obligadas a tomar un rol más significativo y no responder a los intereses de las compañías nacionales y transnacionales.
- Como consumidores tenemos que ser más vigilantes en defender nuestros derechos y estar atentos de que las instituciones que tienen algún rol protagónico en proteger a los consumidores cumplan con su papel por el cual han sido creados. Tenemos que recordar que los consumidores tenemos derechos pero también tenemos deberes y no podemos estar pasivos a la voluntad del Estado; es necesario ejercer un papel más preponderante.
- La Defensoría del Consumidor debe proponer a la Presidencia de la República los Reglamentos Técnicos necesarios para la mejor aplicación de la Ley, evitando que el Tribunal Sancionador, con frecuencia se declare incompetente por la falta

de claridad de las disposiciones legales.

- Es importante que el Gobierno de la República apruebe y difunda una Política Nacional de Protección del Consumidor, que establezca claramente la coordinación y responsabilidades que deben de asumir las instituciones que conforman el Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

BERTRAND GALINDO, FRANCISCO Y OTROS. **“Manual de Derecho Constitucional”**. Tomo I. Ministerio de Justicia. 3ª Edición. El Salvador. 1998.

CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (CDC). **“15 Años 1991- 2006, memoria de labores, logros”**. El Salvador. 2006.

CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (CDC). **“Antecedentes de la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento”**. Imprenta Díaz. El Salvador. 2008.

CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (CDC). **“Educación del Consumidor”**. Talleres Algiers Impresores S. A. de C. V. 2ª Edición. El Salvador. 1996.

IGLESIAS MEJIA, SALVADOR. **“Guía para la Elaboración de trabajos de Investigación Monográfico o Tesis”**. Imprenta Universitaria. 5ª Edición. El Salvador. 2006.

NACIONES UNIDAS. **“Los Acuerdos de Paz”**. Editorial Arcoiris. El Salvador. 1994.

STIGLITZ, GABRIEL Y OTROS. **“Defensa de los Consumidores de Productos y Servicios”**. Editorial La Roca. Barcelona, España. 2001.

TESIS

Hernández Lemus, Cecilia María y otros. **“La Eficacia de los Mecanismos de Protección de los Derechos del Consumidor, Contenidos en la Ley de Protección al Consumidor”**. Universidad de El Salvador. Tesis. El Salvador. 2007.

Trejo Avalos, Edwin Alfredo y Arévalo Rodríguez, Joaquín Humberto. **“La Tutela del Interés del Consumidor por parte del Estado Salvadoreño, en la Protección del Servicio de Energía Eléctrica por las Distribuidoras Privadas”**. Universidad de El Salvador. Tesis. El Salvador. 2003.

LEGISLACIÓN

Toda Legislación, con su Decreto Legislativo y Diario Oficial.

Constitución de La República de El Salvador. El Salvador. 1962.

Constitución de La República de El Salvador de 1983. Editorial Jurídica Salvadoreña. 47ª Edición. El Salvador. 2005. Decreto Legislativo No. 38 de 15 de Diciembre de 1983. Publicado en El Diario Oficial No. 234, Tomo No. 281 de 16 de Diciembre de 1983

Primera Ley de Protección al Consumidor. Decreto Legislativo N° 267 de 22 de junio de 1992. Publicado en el Diario Oficial N° 159, Tomo N° 316 de 31 de agosto de 1992.

Segunda Ley de Protección al Consumidor. Decreto Legislativo N° 666 de 14 de marzo de 1996. Publicado en el Diario Oficial N° 58, Tomo N° 330 de 22 de marzo de 1996.

Tercera Ley de Protección al Consumidor. Decreto Legislativo N° 776 de 18 de agosto de 2005. Publicado en el Diario Oficial N° 166, Tomo N° 368 de 8 de septiembre de 2005.

DOCUMENTO

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de Las Naciones Unidas. **“Directrices de Las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor en su Versión Ampliada”**. New York. 2003.

PÁGINA WEB

<http://www.astrea.com.ar/files/comments>

<http://www.estig.ipbeja.pt>

<http://www.es.wikipedia.org/wiki>

<http://www.gestiopolis.com/marketing/consumerismo/protección>

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
UNIDAD DE SERVICIO DE GRADUACIÓN

Cuestionario de opinión

Estimado encuestado(a):

Se realiza una encuesta sobre el tema la Ley de protección a los Derechos de los Consumidores. Usted ha sido seleccionado(a) para brindar información; la cual será valiosa para el estudio de esta investigación que es de carácter académico. Le suplicamos responder a las preguntas que le vamos a realizar.

1. Conoce usted si existe una ley que proteja a los consumidores?.

NO _____ SI _____

2. Si responde que si, diga como se llama?.

3. Sabe usted si existen instituciones que protejan los derechos de los consumidores?.

NO _____ SI _____

4. conoce algo sobre las leyes e instituciones que defienden al consumidor, cómo se ha dado cuenta?.

Los vecinos _____ O

Los medios de comunicación _____ O

Hojas volantes _____ O

Otro _____ O

5. Mencione el nombre de las instituciones que defienden al consumidor?.

La gubernamental

La no gubernamental

6. Cual de las dos instituciones tiene la facultad o potestad de imponer sanciones?.

7. En que medida las instituciones que velan por el consumidor hacen publicidad o propaganda para informar al público ?.

Nada O Poco O Mucho O

8. Conoce usted de algún caso de una empresa, negocio ó servicio que haya sido sancionado

por violentar los derechos de los consumidores?.

NO O SI O

9. Si responde afirmativamente, puede citar un ejemplo?.

10. Cómo calificaría la supervisión del Estado para velar por los derechos de los consumidores?.

Deficiente O Mala O Regular O Buena O Muy buena O

11. Ha sido afectado(a) usted con algún producto ó servicio?.

NO O SI O

12. Si responde que si, Cuál fue el caso?.

13. Tiene usted alguna sugerencia o recomendación que sobre el tema podría proporcionar?.

Muchas gracias por su colaboración.

[1] Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), Educación del Consumidor. p.7

[2] *Ibíd.*

[3] Ver Art. 1 Inciso Primero Constitución de La República de EL Salvador de 1983.

[4] Bertrand Galindo, Francisco y otros. Manual de Derecho Constitucional. Tomo 1 pp. 4 y 5

[5] Iglesias Mejía, Salvador, Guía para la Elaboración de Trabajos de Investigación Monográfico o Tesis. P. 69

[6] *Ibíd.* P. 93

[7] *Ibíd.* P. 94

8 Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), Op. Cit. P. 14

[8] *Ibíd.*

- [9] *Ibíd.*
- [10] *Ibíd.* P. 16
- [11] <http://www.gestiopolis.com/marketing/consumerismo/protección> Reina Georgina Manfuga Oviedo, “La Gestión de Comunicación en la Protección del Consumidor”, p.1.
- [12] *Ibíd.*
- [13] *Ibíd.*
- [14] *Ibíd.* P. 2
- [15] *Ibíd.*
- [16] *Ibíd.*
- [17] *Ibíd.*
- [18] Hernández Lemus, Cecilia María y otros. La Eficacia de los Mecanismos de Protección de los Derechos del Consumidor, contenidos en la Ley de Protección al Consumidor. p. 16
- [19] Stiglitz Gabriel y otros. Defensa de los consumidores de productos y servicios. p. 88
- [20] *Ibíd.* P. 98
- [21] *Ibíd.* P. 99
- [22] *Ibíd.*
- [23] Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. en su versión ampliada de 1999. p. 1
- [24] Hernández Lemus, Cecilia María y otros, Op. Cit. pp. 32 y 33
- [25] Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), Antecedentes de la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento. P.5
- [26] Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), 15 Años 1991-2006, Memoria de labores. P.15
- [27] *Ibíd.* P.17
- [28] *Ibíd.* P. 22
- [29] *Ibíd.* P.28
- [30] Trejo Avalos, Edwin Alfredo y Arévalo Rodríguez, Joaquín Humberto, La Tutela del interés del Consumidor por parte del Estado Salvadoreño, en la prestación del servicio de emergencia eléctrica por las distribuidoras privadas. pp. 52 y 53
- [31] *Ibíd.*
- [32] Stiglitz, Gabriel y otros, op. Cit. p. 95
- [33] *Ibíd.* P. 96
- [34] *Ibíd.*
- [35] Centro para la Defensa del Consumidor (CDC), Op. Cit. p. 13
- [36] *Ibíd.* P. 15
- [37] *Ibíd.* P. 40
- [38] *Ibíd.* P. 41
- [39] Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, Op. Cit. p. 2
- [40] *Ibíd.* P. 3
- [41] *Ibíd.*
- [42] *Ibíd.*
- [43] *Ibíd.* P. 4
- [44] *Ibíd.*
- [45] *Ibíd.* P. 5

- [46] *Ibíd.*
- [47] *Ibíd.*
- [48] *Ibíd.* P. 6
- [49] *Ibíd.*
- [50] *Ibíd.* P. 7
- [51] *Ibíd.*
- [52] *Ibíd.* P. 8
- [53] *Ibíd.*
- [54] *Ibíd.* P. 9
- [55] *Ibíd.*
- [56] *Ibíd.* P. 10
- [57] *Ibíd.*
- [58] *Ibíd.* P. 11
- [59] [http:// www.es.wikipedia.org/wiki](http://www.es.wikipedia.org/wiki)
- [60] [http:// www. Astrea.com.ar/files/comments](http://www.Astrea.com.ar/files/comments)
- [61] Piris, Cristian Ricardo, *Evolución de los derechos del consumidor.*
- [62] Naciones Unidas. *Los Acuerdos de Paz.* P. 80
- [63] *Ibíd.* P. 86
- [64] Centro para la Defensa del Consumido (CDC), *OP.* Cit. p. 5
- [65] *Ibíd.* P. 6