

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO



TESIS DE GRADO

“Para Optar al Título Académico de Licenciatura en Derecho”

**“POLÍTICA SOCIO- JURÍDICO Y CULTURAL PARA LA
PROTECCIÓN JURÍDICA DEL CONSUMIDOR EN EL ÁREA RURAL**

Postulante: Juan David Cortez Arias
Tutor: Msc Edgar Zeballos Sanchez

LA PAZ – BOLIVIA
2011

Dedicatoria

A mis queridos padres: David B. Cortéz Soto y Justina Arias Ochoa, por su inmenso apoyo y paciencia, sobre todo por guiarme y apoyarme en todo momento y continuar por el camino de la vida

A mi esposa: Gisela F. Torrez M. Que me brindo su, cariño, serenidad y consejos.

Gracias

Agradecimiento

Mi más sincero agradecimiento al docente Msc. Edgar Zeballos Sánchez, por la Dirección y Orientación en la elaboración de este trabajo de Investigación, que sin su tutoría no habría sido posible su materialización.

Gracias

GLOSARIO DE TÉRMINOS ABREVIADOS

- **C.P.E.**..... *Constitución Política del Estado*
- **D.S.**..... *Decreto Supremo*
- **C.P.**..... *Código Penal.*
- **VDDUC**..... *Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor.*
- **A.I.S** *Acción Internacional para la Salud.*
- **CODEDCO**..... *Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor.*
- **Art.** *Artículo.*
- **ATT**..... *Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones Transportes.*
- **AAPS**..... *Autoridad de Fiscalización y Control Social de Agua Potable y Saneamiento Básico.*
- **ABT**..... *Autoridad de Fiscalización y Control Social de Bosques y Tierra.*
- **AP**..... *Autoridad de Fiscalización y Control Social de Pensiones.*
- **AE**..... *Autoridad de Fiscalización y Control Social de Electricidad.*
- **AEMP**..... *Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas.*

RESUMEN

En Bolivia, el tema de protección al consumidor, ha adquirido notable resalte en estos últimos años, a pesar que en nuestro ordenamiento jurídico existe un vacío legal entorno a la Protección del Usuario y Consumido, se ve la despreocupación de nuestros gobernantes en implementar las políticas necesarias para solucionar esta problemática que acoge la realidad viva de la sociedad.

De ahí la importancia de la presente tesis, que busca coadyuvar en la conformación de liniamientos políticos - socio-jurídicos y cultural para una debida protección al consumidor; sea en pro de la sociedad quien se ve actualmente desprotegida ante la marea abrumante de la venta de productos y servicios que se va realizando día a día en el conjunto del comercio y mercado.

Este trabajo nos permitirá identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor, el conocimiento de las escasas e insuficientes normas de protección al consumidor, normas que fueron establecidas en gobiernos pasados así como en el actual gobierno, sin olvidar que es necesario la reminiscencia de los hecho históricos que conlleva el origen de la protección al consumidor; asimismo permitirá el estudio, análisis de la legislación y/o normas extranjeras, partiendo desde la observación del derecho comparado.

Por otra parte la presente investigación expone los resultados de los encuentros y audiencias efectuadas a las distintas autoridades e instituciones, sean estas públicas y privadas, sin obviar los resultados del diagnostico en el trabajo de campo, resultados que fueron plasmados y traducidos en porcentajes para poder llegar a una conclusión que no ha sido otro que la evidente falta de protección al consumidor; todos estos aspectos y otros son descritos en la presente tesis.

ÍNDICE GENERAL

	<i>Pág.</i>
1.- Enunciado del Tema de la Tesis.....	1
2.- Identificación del Problema.....	1
3.- Problematicación.....	2
4.- Delimitación del Tema de la Tesis.....	2
4.1. Delimitación temática.....	2
4.2. Delimitación temporal.....	2
4.3. Delimitación espacial.....	2
5. Fundamentacion e Importancia del Tema de la Tesis.....	3
6. Objetivos del Tema de la Tesis.....	3
6.1. Objetivo Genera.....	3
6.2. Objetivo Especifico.....	4
7. Marco Referencial.....	4
7.1. Marco Histórico.....	4
.....	5
7.2. Marco Teórico.....	5
.....	6
7.3. Marco Conceptual.....	6
.....	7
7.4. Marco jurídico.....	7
.....	12
8. Hipótesis de Trabajo.....	13
8.1. Variables.....	13
8.1.1. Independiente.....	13
8.1.2. Dependiente.....	13

8.1.3. Unidad de Análisis.....	13
8.1.4. Nexo Lógico.....	13
9. Métodos y Técnicas a Utilizar en la Tesis.....	14
9.1. Métodos Generales.....	14
9.2 Métodos Específico.....	14
10. Técnicas a Utilizar en la Tesis.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
.....	17

CAPITULO I

DESARROLLO HISTÓRICO DEL DERECHO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR - DEFENSA AL CONSUMIDOR EN EUROPA Y AMERICA DATOS REFERENCIALES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN BOLIVIA - FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR - CONSECUENCIA POR EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN MAL ESTADO Y DERECHO DE LOS CONSUMIDORES

I.1. Desarrollo Histórico del Derecho de Protección al Consumidor.....	18
I.2. Defensa al Consumidor en Europa y América.....	18
I.2.1 Datos Referenciales de Protección al Consumidor en Bolivia.....	19
I.3. El Consumo.....	19
I.4. Sujetos que Intervienen en el Acto de Consumo.....	20
I.5. El Sub Consumidor.....	21
I.6. Factores que Influyen en el Comportamiento del Consumidor.....	21
I. 6.1. Sociales.....	21
I. 6.2. Personales.....	22
I.6.3. Cultural.....	23

I.6.3.1. Cultura Aymará.....	23
.....	24
I.7. Otros Factores que Influyen en el Comportamiento de Consumidor.....	24
I. 7.1. La Publicidad.....	25
I. 7.2. Publicidad Engañosa.....	25
I.8. Consecuencia por el Consumo de Alimentos en Mal Estado.....	26
.....	28
I. 9. Defensa y Derechos de los Consumidores.....	28
.....	29
I.9.1. Derechos Fundamentales del Consumidor.....	29
I 9.1.1. Derecho de Acceso al Consumo.....	29
.....	30
I 9.1.2. Derechos Substanciales.....	30
I 9.1.3. Derecho Instrumental.....	31
I. 10. Funcione del Estado.....	32
.....	33

CAPITULO II

DISPOSICIONES LEGALES QUE SE ESTABLECIERON PARA LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y LA REGULACIÓN NORMATIVA EN LA ACTUALIDAD PARA LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN BOLIVIA

II.1. La Protección de los Consumidores en los Diferentes Gobiernos.....	34
.....	39
II.2. El Reconocimiento Jurídico de los Derechos del Usuario y Consumidor en la Actualidad.....	40
.....	41
II.3. Decreto Supremo N° 0065.....	42

.....	43
II.4. La Protección Jurídica del Consumidores por los Gobiernos Municipales.....	43
.....	45
II.5. La Protección del Usuario y Consumidor en el Código Penal.....	45
II.5.1. Delitos Contra la Salud Pública.....	45
.....	47

CAPITULO III

LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y CONSUMIDOR POR LAS ENTIDADES PÚBLICAS DEL ÁREA URBANA Y RURAL

III.1. El Actual Estado.....	48
III.2. La Protección al Consumidor por las Entidades Públicas del Área Urbana.....	48
III.2.1. Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor.....	49
.....	50
III.2.2. Los Centros de Atención al Consumidor.....	51
III.2.3. La Intendencia Municipal de La Paz.....	52
III.2.2.1. Guardia Municipal.....	52
III.3. Creación de las Autoridades de Fiscalización y Control Social en los Sectores Regulados.....	53
.....	54
III.4. La Protección al Consumidor por Otras Instituciones.....	55
III.4.1. A.I.S - Bolivia.....	55
III.4.2. CODEDCO - Bolivia.....	56

III.4.3. FUNAVI - Bolivia.....	56
--------------------------------	----

CAPITULO IV

POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE CONTINGENCIA PARA LA PROTECCIÓN AL USUARIO Y CONSUMIDOR Y DATOS ESTADÍSTICOS DE SU APLICABILIDAD

VI.1. Políticas de Protección al Consumidor por las Entidades Públicas del Área Urbana.....	57
I. El Gobierno Municipal.....	57
II. Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor	57
.....	59
VI.2. Resultados de la Aplicabilidad de Controles y Operativos Realizados por el Gobierno Municipal.....	59
.....	62
VI.3. Resultado de los Denuncias Atendidos en los Centros de Atención al Consumidor a Nivel Nacional.....	62
.....	66
IV.4. Aplicabilidad de las Políticas de Contingencia del Área Urbana en el Área Rural.....	66
.....	67

CAPITULO V

LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR POR LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES Y EL DERECHO COMPARADO.

V.1. La Protección de los Consumidores en la Unión Europea.....	68
---	----

V.2. Legislación Comparada.....	68
V.2.1 Ley de Protección al Consumidor y Usuario de la Republica de Venezuela.....	68
.....	75
V.3. Legislación Ecuatoriana de Defensa del Consumidor.....	76
.....	85
V.4. Legislación Argentina.....	86
.....	92

CAPITULO VI

MARCO PRÁCTICO DE LA INVESTIGACIÓN

VI.1. Planificación del Trabajo.....	93
VI.1.1. Recolección de Dato.....	93
VI.1.2. Sujetos de la Investigación.....	93
VI.2. Entrevista en las Instituciones Públicas del Área Urbana.....	93
VI. 2.1. Entrevista al Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario Consumidor (VDDUC).....	94
.....	95
VI.2.2. Entrevista al Centro de Atención al Usuario y Consumidor.....	95
.....	97
VI.2.3. Entrevista a la Intendencia Municipal de La Paz.....	97
.....	99
VI. 2.3. Entrevista a las Autoridades de la Alcaldía Municipal de Pucarani.....	99
.....	100
VI.2.4. Entrevista a los consumidores de Pucarani.....	100
VI.3. Diagnostico de las Encuestas.....	101

VI.3.1 Resultado del Diagnostico de las Encuestas.....	101
.....	106
VI.4. Análisis y Resultado.....	106
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	107
.....	109
VI.5. PROPUESTA.....	109
VI.5.1. PROPUESTA NORMATIVA.....	110
ANTEPROYECTO DE LEY DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE USUARIO Y CONSUMIDOR.	111
.....	114
Bibliografía.....	115
.....	116

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1 ENUNCIADO DEL TEMA DE LA TESIS

“POLÍTICA SOCIO- JURÍDICO Y CULTURAL PARA LA PROTECCIÓN JURÍDICA DEL CONSUMIDOR EN EL ÁREA RURAL

2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

La Protección al Consumidor, durante los últimos años ha sido un factor crítico para la sociedad boliviana; constantemente se ha visto a personas que sufren diferentes tipos de dolencias y malestares intestinales e inclusive intoxicaciones por venta de productos adulterados, falsificados y en estado de descomposición, asimismo la inadecuada medida y peso de los productos y servicios que son puestos en el mercado.

La presente investigación tiene como objeto esencial, analizar y proponer la implementación de un marco normativo y una Política Socio - Cultural que determine la Defensa de los Derechos de los Consumidores asimismo, que se desarrolle medidas de seguridad social, siendo que esta problemática esta dentro del contexto de la realidad boliviana,

Los Productos y Servicios NO son controlados eficientemente por las Instituciones del Estado, la venta de productos adulterados, es realmente un riesgo para la salud y su economía de los consumidores; ante esta situación se hace necesaria una investigación que demuestre que existe la necesidad de que se **Implemente una Política Social – Cultural y Marco Legal** donde se exprese, garantice y proteja los derechos de los consumidores para este tipo de eventualidades que afectan directamente a la población.

3. PROBLEMATIZACIÓN

1. ¿Será posible que mediante la implementación de una política social y marco legal se proteja los derechos consumidores?
2. ¿Por qué los derechos de los consumidores no son atendidos eficientemente al no contar con una dirección o institución específica donde acudir de forma inmediata y rápida?
3. ¿Por que el Estado Boliviano no elabora políticas de mercado que controle la comercialización de productos adulterados falsificados, en el tiempo de se valides?.

4. DELIMITACIÓN DEL TEMA DE LA TESIS

4.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA.

La presente investigación se realizará dentro del Derecho Publico, (Socio-Jurídico) ya que de acuerdo a la ley todos somos iguales ante ella y el Estado debería imponer sanciones a los que dañan y afectan a la salud.

4.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La presente investigación se realizo, partiendo desde el año 2008, hasta el mes de enero del 2010.

4.3. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La presente investigación se circunscribirá en la: Provincia Los Andes “Pucarani” una població del Departamento de La Paz - Bolivia

5. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA DE LA TESIS

Hoy en día los países del mundo se encuentran en un proceso de globalización sin precedentes incluyendo a Bolivia, van apareciendo día a día todo tipo de necesidades, se sabe que el comercio y las actividades empresariales, generan ingresos económicos, pero esto no significa que lo realicen a costa de la salud y la economía de la ciudadanía.

Los altos índices de comercialización de productos adulterados y sobre todo la falsificación de la información básica en el tiempo de validez, cantidad y calidad de los artículos que se ofrecen, atentan contra el bienestar, la salud y economía de la población. Es claro también que quienes importen, distribuyan y comercialicen productos o presten algún tipo de servicio, deben suministrar a los consumidores o usuarios, en forma cierta, objetiva y suficiente información sobre las características esenciales de los productos.

Como se puede apreciar en la presente investigación, el tema de Protección al Consumidor ha sido descuidado, por lo que se ha visto la necesidad de implementar Políticas Sociales - Culturales y una Regulación Normativa, que determine y reivindique el derecho y defensa de los consumidores y dignifique la vida del usuario y consumidor en la compra de los distintos productos y servicios que son puestos en el mercado

7. OBJETIVOS DEL TEMA DE LA TESIS

7.1. OBJETIVO GENERAL

- **Demostrar la “Necesidad de Establecer una Política Social, Cultural y un Marco Normativo que Determine el Derecho del Consumidor para la preservación de la salud pública ”**

6.2 OBJETIVO ESPECIFICO

- Analizar el impacto que genera la venta de productos adulterados en la salud de los consumidores.
- Proponer la implementación de Políticas Sociales - Culturales para la protección de los ciudadanos en el consumo de los distintos productos.
- Proponer la creación de un sistema de control cotidiano, para la venta de productos
- Proponer la necesidad de un ante proyecto de ley de Defensa del Consumidor que determine con veracidad los derechos del consumidor.

7. MARCO REFERENCIAL

En la presente tesis se usara los siguientes marcos:

7.1. MARCO HISTÓRICO.

Desde el principio el hombre siempre tuvo la necesidad de consumir para la satisfacción de sus propias necesidades, asimismo para su propia supervivencia, ya sea utilizando toscos instrumentos de madera y piedra sin labrar tratándolos siempre de dominar.

Hace aproximadamente 10.000 años se produjo un importante cambio climatológico en la tierra: la masa de hielo que cubría gran parte del Hemisferio Norte se fue apartando paulatinamente, **esto trajo consigo grandes cambios revolucionarios en la vida del hombre**: apareció la agricultura, con lo que el hombre paso a ser productor de alimento, asimismo aprendió a domesticar a los animales, apareció la cerámica, es decir la utilización de utensilios, invención de los telares lo que determino la confección de ropa, la aparición de un incipiente comercio que se limitaba a un simple intercambio de productos, logros del hombre que fueron evolucionando a lo largo de la historia.

En nuestra cultura existía normas de conducta, los que hoy se conoce como la trilogía penal, Ama Sua, Ama Llulla y Ama Quella, además de estos principios, existía

un amplio control en producción (Agricultura), calidad de producto, esto fueron controlados por un tipo de funcionarios llamados Tucuy Ricoj “Lo que todo lo ven” estos mismos tenían un estricto control de la producción por medio de los quipus, era estrictamente prohibido la adulteración de los productos alimenticios castigando a los infractores con la muerte. 1

Pero el origen de los derechos de los consumidores, se remonta al 15 de marzo de 1962 donde, el entonces presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, Jhon F. Kennedy sostenía:” Por definición, todos somos consumidores este es el grupo económico mas grande que afecta y es afectado por casi todas las decisiones publicas y privadas. Sin embargo constituye a la vez el único grupo importante cuyas opiniones a menudo no son escuchadas “Jhon F. Kennedy estableció cuatro derechos básicos de los consumidores: Información, seguridad, elección, el derecho a ser escuchado. En años recientes el movimiento de consumidores, agrego otros cuatro derechos: el derecho a la satisfacción de necesidades básicas, reparación y compensación, el derecho a la educación y el derecho a un ambiente saludable.2

7.2.MARCO TEORICO

Los principales fines de la Seguridad Social son la **protección de la salud** del capital humano a través de las medidas preventivas, **pues su campo de aplicación es mucho mas amplio, alcanza a toda la población y su cobertura protectora esta dirigida a todas las necesidades de carácter social, y entre una de ellas esta la protección al derechos de los consumidores.**

Como es lógico suponer existen muchas definiciones sobre seguridad social y de ellas se tomaran las señaladas por el maestro español **Don Carlos Marti Bufill**: “*la seguridad social en cuanto al hombre*” es un derecho; *en cuanto al Estado*, es una política; *en cuanto a la ciencia jurídica* es una disciplina; en cuanto a la sociedad, es un

1. SECCO ILLAURI, Historia Antigua, Barcelona España 1975

2. AIS-CODECO Acción Internacional Para la Salud, bol. N° 164 mayo – junio 2008

factor de solidaridad; en cuanto a la administración es un servicio público. Si se desglosa cada uno de los distintos términos, encontraríamos que la Seguridad Social constituye uno de los derechos fundamentales del hombre.

Javier Huniken, coincidiendo con las anteriores definiciones que atribuye a la Seguridad Social una multiplicidad conceptual dice: La seguridad es un concepto Polivalente porque puede aplicarse a distintos tipos de seguridad que el hombre necesita para vivir sin temor, con fe y dignidad.

José Manuel Almanza Pastor en su tratado de **Derecho a la Seguridad Social** manifiesta que “puede considerarse la Seguridad social, desde la perspectiva jurídica como el instrumento estatal específica, protector de necesidades sociales, individuales y colectivas, a cuya protección preventiva reparadora y recuperadora, tienen derechos los individuos, en la extensión, límites y condiciones que las normas dispongan según permite su organización financiera.

LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, se enlaza directamente con la evolución del derecho y sus nuevas instituciones; “Stiglitz Rubén” en su obra Derecho y Defensa del Consumidor, es claro al señalar que: la *“defensa del consumidor es un postulado del derecho, la política y la economía, que persigue como propósito la búsqueda de un marco de equilibrio en las relaciones del consumo entre empresarios y consumidores o usuarios, es decir que no lo pretende dotar al consumidor de ningún tipo de privilegios, sino de reconocer su situación de debilidad estructural en el mercado y construir un sistema de soluciones que lo eleve a una posición de igualdad real y de seguridad jurídica “*

7.3. MARCO CONCEPTUAL

CONSUMO.- Último grado del proceso económico, en el que los objetos producidos, se utilizan para la satisfacción de las necesidades sociales o humanas tanto como mediato o inmediato.

COMERCIALIZACIÓN.- El conjunto de procesos necesarios para mover los bienes, en el espacio y en el tiempo, del productor al consumidor.

USUARIO Y CONSUMIDOR.- Son consumidores, usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan, como destinatario finales, bienes, muebles o inmuebles, productos, servicios, sea de naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes lo producen, facilitan, suministran o expiden (D.S. 0065).

CONSUMIR.- Gastar los bienes por uso y empleo.

NORMA.- Principio Jurídico que deben seguir todas las personas para una buena convivencia.

LEGAL.- Conducta o reglas que están dentro del marco jurídico, determinadas y limitadas para el buen desenvolvimiento de toda una sociedad.

ARTÍCULOS DE PRIMEA NECESIDAD.- Aquellos bienes y productos que satisfacen las necesidades vitales del hombre, que complementan su existencia.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.- Son las acciones dirigidas a tutelar los intereses económicos y sociales de los consumidores en relación con sus proveedores de bienes y servicios

7.4. MARCO JURÍDICO

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO

CAPITULO SEGUNDO

Derechos Fundamentales

Art. 15. I. Toda persona tiene derecho a la vida y a la integridad física, psicología y sexual, nadie Serra torturado, ni sufrirá tratos crueles, inhumanos, degradantes humillantes. No existe la pena de muerte.

Art. 16. I. Toda persona tiene derecho al agua y a la alimentación.

II. El estado tiene la obligación de garantizar la seguridad alimentaría, a través de una alimentación sana, adecuada y suficiente para toda la población

CAPITULO QUINTO

SECCIÓN II.

DERECHO A LA SALUD Y A LA SEGURIDAD SOCIAL

Art. 35. I El Estado en todos sus nivele, protegerá el derecho a la salud, promoviendo políticas publicas, orientada a mejorar la calidad de vida, el bienestar colectivo y el acceso gratuito de la población a los servicios de salud.

Art. 37. El Estado tiene la obligación indeclinable de garantizar y sostener el derecho a la salud, que se constituye en una función suprema y primera responsabilidad financiera. Se priorizara la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades.

SECCIÓN X

DERECHO DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS Y LAS CONSUMIDORAS Y CONSUMIDORES.

Art. 75. Las usuarias y los usuarios y las consumidoras y consumidores gozan de los siguientes derechos.

1.- Al suministro de alimentos, fármacos y productos en general, condiciones de inocuidad, calidad y cantidad disponible adecuada y suficiente, con prestación

eficiente y oportuna del suministro.

2.- A la información fidedigna sobre las características y contenido de los productos que consuman y servicios que utilicen.

LEY DE MUNICIPALIDADES

LEY N° 2028 DE 28 DE OCTUBRE DE 1999

CAPITULO SEGUNDO

JURISDICCION Y COMPETENCIA DEL GOBIERNO MUNICIPAL

Art. 8. (Competencia), Las competencias del gobierno municipal para el cumplimiento de sus fines son las siguientes.

I. EN LA MATERIA DE DESARROLLÓ HUMANO Y SOSTENIBLE

11). Sancionar en el marco de sus competencias los daños a la salud pública y al medio ambiente, ocasionados por las actividades industriales, comerciales o económicas de cualquier tipo o naturaleza que se realice en su jurisdicción. Denunciar y demandar la reparación de daños y perjuicios cuando provengan de municipios vecinos.

IV. EN MATERIA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

1. representar y defender, cuando corresponda, ante la superintendencia sectorial el interés y derechos de los usuarios de su jurisdicción afectados por las empresas concesionarias de servicios.
2. Establecer un sistema de control de calidad, calificación bromatología y de niveles y condiciones de sostenibilidad a ecológica para los productos producidos, comercializados o trasportados en su jurisdicción.
3. supervisar el cumplimiento de las normas y condiciones higiénicas de

sanidad en la elaboración, transporte y venta de productos alimenticios para el consumo humano y animal, así como sancionar su quebrantamiento, en coordinación con otros órganos del Poder Ejecutivo; y

4. Decomisar y destruir sin derecho a compensación alguna para los infractores, los bienes de consumo humano o animal que generen o puedan generar condiciones patológicas de cualquier naturaleza en individuos o poblaciones humanas o animales; así como los productos destinados al cultivo vegetal que generen o puedan generar condiciones de alteración genética de dichos seres vivos que se encuentre dentro de su jurisdicción.

CÓDIGO DE COMERCIO

DECRETO LEY N° 14379 DE 25 DE FEBRERO DE 1977

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 4 (Concepto de Comerciante)

Comerciante es la persona habitualmente dedicada a realizar cualquier actividad comercial, con fines de lucro.

La calidad de comerciante se la adquiere aun en el caso de que la actividad comercial sea ejercida mediante mandatario, intermediario o interpósita persona .

Art. 5 (Comerciante), pueden ser comerciante

- 1) Las personas naturales con capacidad para contratar y obligarse.
- 2) Las personas jurídicas constituidas en sociedades comerciales

Art. 6 (Actos y Operaciones de Comercio) son actos y operaciones de comercio, entre otros:

- 1) la Compra de mercadería

2) La adquisición o alquiler de maquinaria en general.

13) La actividad Empresarial de Hoteles, pensiones, residenciales, restaurantes, bares, cafés, espectáculos públicos, y otros establecimientos semejante.

CAPITULO V

COMPETENCIA DESLEAL

Art. 68 (USOS PROHIBIDOS). El Empleo de marcas, contraseñas, leyendas, envases, dibujos o indicadores que pudieran inducir al publico a confusión a cerca de la calidad, procedencia o cantidad de los objetos que se ofrece o se venden constituye delito sancionado por el Código Penal.

CÓDIGO PENAL

LEY N° 1768 DE 18 DE MARZO DE 1997

CAPITULO III

DELITOS CONTRA LA SALUD PÚBLICA

Art. 216 (DELITOS CONTRA LA SALUD PÚBLICA) incurrirá en privación de libertad de uno a diez años, el que:

1) Propagare enfermedades graves o contagiosas u ocasionare epidemia.

2) Envenenare, contaminare o adulterare aguas destinadas al consumo público o al uso industrial, agropecuario piscícola.

3) Envenenare, contaminare o adulterare sustancias medicinales y productos alimenticios.

- 4) Comerciare con sustancias nocivas para la salud o con bebidas o alimentos mandados a inutilizar.
- 5) Cometiére actos contrarios a disposiciones s sobre higiene y sanidad o alterare prescripciones médicas.
- 6) Provocare escasez de encarecimiento de artículos alimenticios o medicinales, en perjuicio de la salud publica.
- 7) Quebrantare medidas de sanidad pecuaria o propagare epizootias y plagas vegetales.
- 8) Expendiere o suministrare drogas o sustancias medicinales, en especie, calidad o cantidad no correspondiente a la receta médica.
- 9) Realizare cualquier otro acto que de una u otra manera afecte de la salud de la población.

DECRETO SUPREMO N° 29894 de 7 de febrero de 2009.

Establece dentro la estructura organizacional del órgano ejecutivo del ministerio de justicia al Viceministerio de Defensa de los Derechos de los Usuarios y del consumido, y el Art.84 determina sus atribuciones.

DECRETO SUPREMO N° 0065.

Tiene por objeto normar la defensa, protección, de los derechos de los usuarios y consumidores.

8. HIPÓTESIS DE TRABAJO

LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICA SOCIAL, CULTURAL Y EL ESTABLECIMIENTO DE UN ORDENAMIENTO JURÍDICO PERMITIRÁN LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS Y GARANTÍAS DE LOS CONSUMIDORES, EVITANDO LA ADULTERACIÓN, FALSIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS, PROTEGIENDO A LA SALUD DEL CONSUMIDOR.

8.1. VARIABLES

8.1.1. INDEPENDIENTE

La implementación de política social, cultural y el establecimiento de un ordenamiento jurídico.

8.1.2. DEPENDIENTE

Permitirá la protección de los derechos y garantías de los consumidores evitando la adulteración, falsificación de los productos, protegiendo ha la salud del consumidor.

8.2. UNIDAD DE ANÁLISIS

El consumidor, comerciante
Sistema normativo boliviano

8.3. NEXO LÓGICO

Implementación
Pretejer y reivindicar

9. MÉTODOS Y TÉCNICAS A UTILIZAR EN LA TESIS

9.1. MÉTODOS GENERALES

MÉTODO ANALÍTICO.

Realizando una descomposición de los elementos que componen el problema a investigar podremos detectar las características y las peculiaridades, **de las causas que provoca la venta de productos adulterados y falsificados por las mismas empresas y/o comerciantes**, y por que aun el gobierno no pone un limite a las acciones comerciales inescrupulosas que atenta en contra de la salud de la población , luego volveremos a agrupar estos elementos para poder realizar una critica constructiva y una propuesta concreta a este problema.

MÉTODO HISTÓRICO.

Sobre la base de fuentes históricas y documentos, la reconstrucción de lo sucedido en un espacio de tiempo determinado.

MÉTODO COMPARATIVO.

Se trata de ganar conocimiento significativo por medio de comparaciones entre fenómenos equivalentes y/o análogos.

MÉTODO INSTITUCIONAL.

La descripción a análisis de algunos órganos e instituciones públicas y privadas.

9.2. MÉTODO ESPECÍFICO:

DOGMÁTICO JURÍDICO.

Que será utilizado para analizar y evidenciar las limitaciones y vacíos en relación a la normatividad existentes de esta problemática.

10. TÉCNICAS A UTILIZAR EN LA TESIS

A) Técnica Documental.- Se caracteriza por constituir un proceso de búsqueda de datos primarios registrados en diferentes tipos de documentos sean estos editados o no editados, como también hechos relacionados directamente con la realidad.

Los datos primarios de técnica documental se encuentran en medios de impresión.

B) Entrevista.- La entrevista es una de las técnicas más comunes de las ciencias sociales y se la hará después de haber ordenado la bibliografía y ser ésta comprendida, el objeto es obtener testimonios orales la cual puede ser individual o colectiva.

También trataremos de entrevistarnos con las principales autoridades de las distintas instituciones para poder saber el fundamento que sostienen para la defensa del consumidor.

INTRODUCCIÓN

En la larga cadena de vacíos jurídicos, figura el abandono de los usuarios y consumidores de bienes y servicios que permanecen en Bolivia a merced del abuso de comerciantes inescrupulosos. Los derechos del consumidor son ignorados constantemente. La nueva Constitución Política del Estado se refiere al tema en el Art. 75. Señala que “Las usuarias y usuarios y las consumidoras y consumidores gozan de los siguientes derechos:

1.- Al suministro de alimentos, fármacos y productos en general en condiciones de inocuidad, calidad y cantidad disponible adecuada y suficiente, con prestación eficiente y oportuna del suministro.

2.- A la información fidedigna sobre las características y contenidos de productos que consuman y servicios que utilicen”.

Como se puede apreciar es una mención general, pero que de todas maneras da pie para la futura elaboración de una Ley que determine con exactitud los derechos de los consumidores, tarea que seguramente la asumirá la próxima Asamblea Legislativa. Actualmente, el usuario boliviano está a merced de los productores y comerciantes, a la falsificación, adulteración de productos y falseamiento de la información básica de los artículos que se ofrecen, aspecto que se constituye en una constante que ha ganado inclusive a la consciencia de auto conservación de la ciudadanía, que ya no reclama ni siquiera sobre las falsedades de la publicidad engañosa, que a diario bombardea al consumidor.

No existe entidad que haga cumplir e investigue la calidad de los productos. Hay campañas y /o empresas que ofrecen automóviles, computadoras y otros bienes ¿Quién certifica la calidad o leal entrega de esos supuestos productos?

En otros países existe amplia legislación y normas de defensa del consumidor, que cada vez avanzan y perfeccionan sus objetivos y metas. Por ejemplo, está cobrando fuerza en los países latinoamericanos, la certificación del origen de los productos

para evitar que provengan del trabajo esclavista o abusivo, como ocurre en los países miembros de la Unión Europea que evitan la importación de productos que provengan del trabajo forzado, trabajo infantil o que provenga de la depredación del medio ambiente.

En Bolivia, se evidencia claramente, el abandono a la protección al consumidor en el caso de alimentos y bebidas y otros, **los ocasionales** controles terminan casi siempre con el decomiso e incineración de productos adulterados o en mal estado. Pero, la dimensión es tremenda, pues tras cualquier cosa que compremos (comida, ropa, tecnología, etc.) puede esconderse la irregularidad. Nadie sabe lo que ha pasado en el proceso para que ese producto llegue a una estantería del supermercado, en una tienda o en un puesto callejero. Muchas veces, consumidores y autoridades son conscientes de que un determinado producto proviene de la falsificación o piratería, pero esos productos siguen en el mercado sin que nadie haga algo por imponer la Ley. Es urgente que se efectúe una compilación de las normas y además políticas gubernamentales que den pie a la protección del usuario y consumidor y a la elaboración de una legislación de defensa del consumidor.

I.1. DESARROLLO HISTÓRICO DEL DERECHO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

La Defensa de los Derechos del Consumidor a exigido una evolución ulterior hacía la estructuración de un sistema de normas específicas, con soluciones particularmente eficientes y preventivas. El reconocimiento normativo de un cuerpo de derechos fundamentales para los consumidores, representa un estadio significativo en la evolución del derecho. La defensa del consumidor se enlaza directamente con la evolución del derecho y sus nuevas instituciones. Es un modelo destinado a encontrar respuestas modernas a conflictos derivados de esa mudanza de hábitos y costumbres.

I.2. DEFENSA AL CONSUMIDOR EN EUROPA Y AMERICA.

Los enunciados de los Derechos Básicos de los Consumidores, se encuentran en distintos instrumentos, como en las *Directrices de Protección del Consumidor de las Naciones Unidas (de 1985)*, en el que se encuentra: la protección frente a los riesgos para la *salud* y su *seguridad*, la promoción y protección de los intereses económicos, acceso a una información adecuada que le permita hacer elecciones bien fundadas, asimismo el **Consejo de Europa de 1973**, enuncia los derechos a la protección de la salud y la seguridad, al resarcimiento de daños a la organización e información, a la expresión, consulta etc.¹

Pero el origen de los derechos de los consumidores, se remonta a **Norteamérica** al 15 de marzo de 1962 donde, el entonces Presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, **Jhon Fitzgerald Kennedy** hizo una AFIRMACION que siempre es repetida y sostenía: "Por definición, **todos somos consumidores** este es el grupo económico mas grande que afecta y es afectado por casi todas las decisiones publicas y privadas. Sin embargo constituye a la vez el único grupo importante cuyas opiniones a menudo no son escuchadas "**Jhon Fitzgerald Kennedy estableció cuatro derechos**

¹ STINGLITZ, GABRIEL Y RUBÉN, Derechos y Defensa de los Consumidores. Edit. La Rocca Buenos Aries - Argentina (1994)

Básicos de los consumidores: Información, seguridad, elección, el derecho a ser escuchado. En años recientes el movimiento de consumidores, agrega otros derechos: el derecho a la satisfacción de necesidades básicas, el derecho a la educación y el derecho a un ambiente saludable.²

I.2.1. DATOS REFERENCIALES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN BOLIVIA.

En el caso boliviano, se ha comenzado a dar los primeros pasos para que, desde el Estado, se protejan los Derechos del Consumidor en todos sus ámbitos, supone por ejemplo, los servicios básicos públicos. El reciente gobierno del presidente Evo Morales Ayma, aprobó recientemente el D.S. N° 0065 de 2009. Que tiene por objeto normar la defensa y protección de los derechos de los usuarios y consumidores; asimismo se encuentra plasmado por primera vez en la Constitución Política del Estado los Derechos Básicos de los usuarios y consumidores, los mismos que serán analizados y desarrollados a lo largo del desarrollo de la investigación; así como le leyes análogas y concordantes con la temática.

I.3. EL CONSUMO

Para la Economía Política, el consumo es el punto final de la actividad económica y es un proceso que priva a los bienes de otra aplicación, y se traduce con frecuencia, en la destrucción o la transformación de un bien. El consumo puede ser de forma mediata o inmediatamente para la satisfacción de las necesidades, y a la vez la consecución de un fin en el empleo de los bienes; esta consecución del fin se traduce en el consumo propiamente dicho, no es un proceso económico, sino que se lleva a cabo biológicamente o técnicamente, consumo biológico es el consumo de materias útiles para la alimentación del cuerpo, técnico, por el contrario, la aplicación del bien, no requiere la destrucción inmediata del mismo, sino que se llega a esta por una serie de utilidades sucesivas. *Nosotros entenderemos como consumo, e l último grado del*

² AIS-CODECO Accion Internacional Para la Salud (Bolivia), boletín N° 164 mayo – junio 2008

*proceso económico, en el que el objeto producido es utilizado para la satisfacción de las necesidades sociales o humanas tanto como mediata como inmediatas.*³

I.4. SUJETOS QUE INTERVIENEN EN EL ACTO DEL CONSUMO.

En el momento de la adquisición de los productos, interviene en el acto de forma inmediata dos sujetos:

Proveedor.-Un proveedor es una persona natural o jurídica que comercializa, produce, fabrica, o importa un producto. Es decir, introducen un producto determinado al mercado. Asimismo las instituciones que brindan un servicio como los bancos, financieras, compañías de seguro, agencias de viaje, líneas aéreas y profesionales en general.

Consumidor.- Se entiende por consumidor al individuo que requiere satisfacer cierta necesidad a través de la compra u obtención de determinados productos, para lo cual debe llevar a cabo algún tipo de operación económica. Estas operaciones pueden ser muy básicas y simples o extremadamente complejas e involucrar a corporaciones de gran tamaño. Para que exista un consumidor siempre tiene que haber otro ente que provea el servicio y un producto u objeto por el cual se establece toda la operación.

La aparición de la noción de consumidor está directamente vinculada con el desarrollo de las sociedades de consumo y el avance de nuevas tecnologías que permiten la producción masiva de elementos de todo tipo. Esta producción tiene como objetivo llegar a los individuos de manera accesible y atractiva a fin de obtener los mejores resultados en cada operación. El consumidor entonces se vuelve en el ente a captar por los proveedores, quienes realizan el producto de acuerdo a las necesidades de cada consumidor.

Para muchos teóricos económicos, incentivar el consumo de los individuos que componen una sociedad es un elemento fundamental para dinamizar la economía. De tal modo, se permite que se generen nuevas divisas que serán luego reinvertidas en la producción y estableciendo un importante círculo de compra-venta necesario para todo

³ PROF. WOLFGANG HELLEN, Diccionario de Economía Política. 1996

sistema económico. Un consumidor entonces es una persona que adquiere, utiliza o disfruta, productos o servicios, para poder satisfacer sus necesidades.⁴

I.5. EL SUBCONSUMIDOR.

Además es relevante señalar la noción del **sub-consumidor o consumidor particularmente frágil**, esto es el sujeto **débil** por ser niño, por ser anciano, por causa socio económico-cultural etcétera que, según algunas opiniones sería el eje del sistema. La cuestión tiene gran relevancia en la adquisición de los productos de primera necesidad para los más necesitados, toda vez que pueden ser víctimas fáciles del asedio (pretensiones o exigencias), para convencerlos en la compra y de la necesidad. En el MERCOSUR, como **pauta** para la armonización de las legislaciones, se proyecta prohibir el aprovechamiento de la debilidad e ignorancia del consumidor, teniendo en cuenta a tal efecto entre otras circunstancias su edad, salud, conocimiento o condición social (protocolo de defensa del consumidor del MERCOSUR - comité técnico 7 de XII 1997)⁵

I.6. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

Ahora bien, en la presente investigación y por la recolección de datos se pudo establecer los siguientes factores que intervienen en la conducta del comprador, y en los niveles de respuesta existentes en la participación en la compra venta.

I.6.1. SOCIALES.

Existen **grupos sociales** que pueden intervenir en comportamiento de la persona, en este caso el consumidor, para que de forma mediata o inmediatamente influya en su comportamiento y niveles de respuesta.

⁴ [Http://. Yachay.com .pe/servidores/indecopi.html](http://www.yachay.com.pe/servidores/indecopi.html)

⁵ ATILIO ANIVAL ALTERINE, Contratos Civiles-Comerciales-de Consumo. 2º Ed 2005 editorial Ebeledo Buenos Aires Argentina

Grupo Primario: es aquel en que las relaciones personales son cara a cara con cierta frecuencia y aun nivel íntimo y afectivo. En estos grupos se desarrollan normas y roles. La familia, los grupos de un trabajo, los amigos, son ejemplos de tales grupos. El grupo primario ejerce un control informal sobre sus miembros, un control no institucionalizado pero no por ello menos eficaz.

Grupo secundario: aquí se incluyen todos aquellos grupos que no son primarios, tales como las agrupaciones políticas, las asociaciones de ayuda, comisiones vecinales y otros. En estos grupos el individuo no se interesa por los demás en cuanto a las personas sino cómo funcionarios que desempeñan un rol. Al contrario de los grupos primarios, el control que se aplica es formal es decir hay reglamentaciones que establecen normas y sanciones.

1.6.2. PERSONALES

En las personas existen factores o comportamientos que influyen en la conducta misma del individuo, las mismas procuran a la afectación para que las personas puedan adquirir productos y servicios.

- **La percepción:** es el proceso por el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta estímulos para construir una pintura significativa y coherente del mundo. El consumidor toma decisiones basadas en lo que percibe más que en la realidad objetiva. La gente usualmente percibe las cosas que necesita o desea y bloquea la percepción de estímulos desfavorables o ingratos. La forma en que los productos son percibidos es lo más importante para su éxito que las características reales que posea. Los productos que son percibidos favorablemente, como es obvio, tienen mejores posibilidades de ser comprados.

- **El aprendizaje,** retención y memorización. El primero es el proceso por el cual el individuo adquiere el conocimiento y la experiencia de compra y consumo que aplicará en su comportamiento futuro. Parte del aprendizaje es intencional pero buena parte es casual. El manejo del tiempo en el proceso de aprendizaje, influye en la duración de la retención de lo aprendido. El aprendizaje masivo provoca mayor captación inicial, en

cambio el aprendizaje gradual consigue mayor persistencia temporal. La manera más típica del aprendizaje humano es mediante la resolución de problemas, lo que implica un proceso mental. Un proceso muy simple de la estructura y de la operación de la memoria sugiere la existencia de tres unidades de almacenamiento sensorial, de corto plazo, de largo plazo: Por lo tal Pero cuando se trata de consumidores (personas), es necesario afinar la definición de las características de los compradores: edades, estilos de vida, comportamientos de compra, ventajas buscadas, todo esto está estrechamente relacionado con los factores sociales y personales en el comportamiento de consumo.⁶

1.6.3. CULTURAL.

Se define a la cultura, como la suma de creencias, valores y costumbres adquiridas y transmitidas de generación en generación,”costumbres y artes de una nación o pueblo”⁷

El impacto de la cultura en la sociedad es tan natural y tan enraizado que **su influencia en el comportamiento de la persona es notable**

Todos los aspectos que conlleva una sociedad lenguaje, conocimientos y costumbres, proporciona influencia que puede tener la persona y determine el comportamiento de los niveles de respuesta para la adquisición de productos, por tanto la cultura nos va ha permite adquirir herramientas para la clasificación y medición de los distintos niveles de respuesta en la adquisición de productos.

1.6.3.1. CULTURA AYMARÁ.

En lo que corresponde al tema de protección al consumidor, se ha visto la necesidad de señalar el tipo de cultura alimentaría en la cultura Aymará.

En la cultura Aymará, existía normas de conducta, estas normar se identificaban o se conoce como: Ama Sua, Ama Llulla y Ama Quella, principios que rigen el comportamiento de las personas dentro de la comunidad, además de estos principios y/o normas, existía cultura en la cultura Aymará un amplio control de la producción

⁶ [Http//. www.comité impersonalidad consumidor.com //](http://www.comitéimpersonalidadconsumidor.com//)

⁷ Diccionario Enciclopédico Sopena, Editorial Ramón Sopena S.A

(Agricultura), y calidad de producto, esto fueron controlados por un tipo de funcionarios llamados Tucuy Ricoj “Lo que todo lo ven” estos mismos tenían un estricto control de la producción por medio de los quipus, era estrictamente prohibido la adulteración de los productos alimenticios castigando a los infractores con la muerte.

La forma de alimentación indígena se encuentra sujeta al círculo en el que vive, su preparación es completamente natural y vegetariana con ausencia de condiciones tóxicas, en el altiplano boliviano, vale decir en aquél aprisionado por severas y nevadas cordilleras, muy poco varía el menú alimenticio, principalmente está basado en papas, sean frescas o deshidratadas, como son la tunta y el chuño, luego la quinua (ju-pha), la (K'ala Cebada) que es el trigo menudo, la kañahua, que es una variedad de la quinua

El sistema de vida del aymará está encuadrado a la actividad agrícola valiéndose de los beneficios naturales para su obtención de sus víveres. **El indígena en el campo no es absolutamente tan pobre y miserable, como algunos literatos y políticos lo pintan;** el aymará, campesino verdaderamente pobre es aquel que se ha trasladado a la ciudad, que por estar descentrado e ignorante, en el nuevo medio al que ingresa, no encuentra posibilidades de trabajo, alimentación y como consecuencia no surge en la sociedad a la cual se ha introducido.⁸ El desarrollo dinámico de la sociedad hace indispensable que cambie sus hábitos y costumbres alimenticias, por lo que se ve inmerso en una sociedad más compleja, y en consecuencia el campesino se encuentra en desproporción del conocimiento útil para su superación, desarrollo y cuidado.

1.7. OTROS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

Es evidente que la familia es de gran importancia crucial en el sistema económico, por lo que los productores, comerciantes, encuentran distintas promociones para poder vender sus productos.

⁸ DE JAIMES FREYRE LUISA VALDA, Cultura Aymará en La Paz - 1982

I.7.1. LA PUBLICIDAD.-

Recientemente se ha dicho que la publicidad de promoción ejerce una promoción dominante en las elecciones del consumidor. La mayoría de los consumidores están determinados por sus preferencias y por la información de que dispone “Galbraith”

Se ha observado, no obstante a menudo que **la publicidad se preocupa más de persuadir a la gente a que se pase de cierta marca a otra de cierto producto a otro distinto.**⁹

La publicidad es la actividad de divulgación de un producto o servicio con el propósito de llegar al consumidor o usuario, con finalidad comercial; como sabemos en los tiempos que corren en el proceso económico de comercialización, como operación cuya finalidad es global, se inicia desde el momento mismo de la producción, y tiene por destino la adquisición de la mercadería por el consumidor. El fabricante produce grandes cantidades de una variedad limitadas de bienes, y el consumidor normalmente desea adquirir una cantidad necesaria de una gran diversidad de bienes.

En los hechos, la publicidad es el producto de por que la gente adquiere y percibe un producto, ante todo es su imagen, vale decir que millones de consumidores creen que es, lo que asocian con ella, ha lo cual se agrega que muchas veces los productos se revisten de una diferencia aparente. A través de la publicidad los comerciantes se encuentran, virtualmente, en condiciones de dictarnos los alimentos que comemos los refrescos y cervezas que bebemos los cigarrillos que fumamos e incluso al presidente que elegimos

I.7.2. PUBLICIDAD ENGAÑOSA.

La antitesis del derecho a la información es aquella publicidad engañosa a la que la Comunidad Económica Europea **la define** como la que “induzca a error o pueda inducir a error” el II Congreso Argentino de Defensa del Consumidor (1994) **en el que se entendió por Publicidad engañosa** la que mediante inexactitudes u ocultamientos,

⁹ H A. JHON GREEN, Curso de Economía Moderna, Teoría del Consumo. Editorial Alianza S.A.1993

pueden inducir a error, engaño o confusión menoscabando la voluntad jurídica del consumidor o usuario”. Esto incluye a las informaciones que se dan por Internet.¹⁰

La legislación Ecuatoriana de Defensa del Consumidor define la **Publicidad Engañosa como** “Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos que induzca a engaño, error o confusión al consumidor”

I.8. CONSECUENCIA POR EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN MAL ESTADO.

El consumo de alimentos envasados cuya fecha de expiración haya vencido, puede provocar desde un dolor de estómago acompañado de vómitos y diarreas, pasando por alergias en la piel, hasta la muerte.

El daño es impredecible; va desde fenómenos digestivos como diarreas y reacciones alérgicas y puede llegar al coma hepático (del hígado) y la muerte; el hígado es el órgano que se encarga de desintoxicar todos los alimentos que ingresan al organismo.

La explicación está en que un alimento vencido se vuelve tóxico, aunque la reacción depende del organismo de cada persona. Hay quienes se indisponen, presentan indistintamente diferentes dolencias como son: diarrea o vómitos, les salen alergias en la piel, o peor aún, les da un coma en el hígado. Se vieron casos, de personas que consumieron alimentos vencidos y que murieron inmediatamente por un edema de glotis (orificio parte superior de la laringe), es decir, “se obstruye la vía respiratoria por la ingesta de alimentos o sustancias medicamentosas vencidos”. *“Eduardo Chávez, Director del Hospital de Clínicas”*

La *Dra. Ingue Cortez*, Nutricionista y Dietista del Instituto Gastroenterológico Boliviano Japonés, indico que ha ese nosocomio llegan pacientes que incluso requieren de internación por haber consumido enlatados vencidos. “Hubo casos en que internamos pacientes que comieron alimentos contaminados con alguna sustancia química o enlatados vencidos. No sólo llegaban con diarrea, sino presentaban perforación

¹⁰ ATILIO ANÍBAL ALTERRINI , Contratos- Civiles - Comerciales -de Consumo , 2º Edición 2005 Editorial Abeledo Buenos Aires

intestinal, provocando una peritonitis. Esto requiere de una intervención quirúrgica, y si no se trata a tiempo es fatal”.

Sobre los envases abollados, precisó que el aluminio (material usado para los envases) se desprende al recibir un golpe e intoxica el alimento a consumir, es lo mismo con las bolsitas de leche o jugo que tienen un forraje de aluminio adentro y al chupar, sobre todo los niños, se están intoxicando.¹¹

Por otra parte **la alteración de los alimentos**, a excepción del agua y la sal, por su propia condición nutritiva, son perecederos, es decir susceptibles de alterarse y deteriorarse con mayor o menor rapidez, pudiendo incluso llegar a causar problemas sanitarios.

De las alteraciones que sufren los alimentos, las causas partes de los distintos microorganismos, estos pueden ser:

- *Mohos*: Son responsables de los enmohecimientos que se aprecia a veces en la superficie de algunos alimentos; por ejemplo el pan, el queso los yogures o las legumbres.

- *Bacterias*: Son los microorganismos que mas trascendencia tienen en alimentos, tanto por su utilización en la industria alimentaria transformadora - Láctea, Azucarera, Vinícola – así también pueden ser responsables de algunas bacterias patógenas en la aparición de los cuadros denominados “*toxiinfecciones alimentarias*”

Muchos de estos organismos son útiles y se usa habitualmente en la producción de alimentos. Otros son totalmente inocuos para el organismo humano, y solo unos pocos patógenos. Estos son los responsables directos, ya sea por el propio microorganismo o por las toxinas que elaboran, entre alguna bacteria patógenas corrientes se encuentran: Salmoneras, Estafilococos y Glostridios.

- *Virus*: Dentro de la problemática microbiológica es importante diferenciar la acción de los virus, ya que estos no crecen en los alimentos, sino que utilizan este como medio de transporte. Los virus necesitan una célula viva para desarrollarse. Si ingerimos algún

¹¹ La Razón, La Paz - Bolivia 05 de junio de 2009.
www.Larazon.com.bo.

alimento contaminado, es dentro de nuestro organismo donde va a tener un medio para desarrollarse, motivo por el cual podemos contraer alguna patología de este tipo por vía alimentaria.

Durante muchos años la única enfermedad que se sabía que era causada por virus en los alimentos ha sido la hepatitis A, pero actualmente se conocen muchas enfermedades de origen vírico cuyo origen está en los alimentos. Los nuevos métodos diagnósticos han demostrado que muchos virus gastrointestinales tipo "Norwalk" y rotavirus eran los responsables de brotes epidémicos, una vez producida la infección en un individuo, este desprende virus en los excrementos en un periodo que oscila entre días y semanas dependiendo del virus que se trate, en consecuencia las infecciones víricas no actualmente no son alarmantes, pero sí merecen la atención y el estudio necesario.

- *Parásitos*: De origen animal, corre principalmente a cargo de las *tenias* y de la *triquina*, esta se desarrolla en el tubo digestivo de ciertos animales generalmente omnívoros, como el cerdo y el jabalí, y se enquistan en sus músculos. El hombre al comerlo libera el parásito con posibilidades de desarrollo y contraer la triquinosis.

En el mundo vegetal se puede encontrar oxiuros- lombrices- que también son responsables de ciertos trastornos, en especial en el mundo infantil. Son estas algunas de las causas o consecuencias que causan el consumo de alimentos contaminados y en mal estado.¹²

I.9. DEFENSA Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.

La Defensa de los Consumidores es un postulado de derecho, la Política y la Economía, que como propósito; **la búsqueda de un marco de equilibrio en las relaciones de consumo entre empresarios, comerciantes consumidores y usuarios.** Tratar de que el consumidor tenga una posición de igualdad real y de seguridad jurídica, a la hora de adquirir (compra - venta) o recibir la información sobre los productos.

¹² CERVERA Pilar, CLOPES Jaime, REGALFAS Pilar, Alimentación y Dietoterapia, Segunda Edición México - 1993

El consumidor frecuentemente adolece de inferioridad, motivadas en razones de orden económico social o cultura; el consumidor aparece habitualmente desinformado sobre las características básicas del bien o servicios acerca de las modalidades técnicas, jurídicas de la transacción, **los mecanismos adoptados** en la moderna sociedad por los proveedores de bienes y servicios en los diferentes ramos de la producción, publicación, comercialización y contratación, revelan un notorio enturbamiento del mercado, que pone en crisis la vigencia de los imperativos de transparencia, equidad, calidad y seguridad, que deberían garantizar la protección a los intereses de los consumidores. La defensa del consumidor ha exigido, la estructuración de un sistema de normas especiales, con soluciones particularmente eficientes y preventivas, por que los productos aparecen habitualmente en una situación de vicios de calidad o falta de seguridad, provocando daños a los consumidores, dejando insatisfechas las necesidades que se procuraba calamar a través de la adquisición.

1.9.1. DERECHOS FUNDAMENTALES DEL CONSUMIDOR.

El reconocimiento normativo de un cuerpo de derechos fundamentales de los consumidores, representa un estadio significativo en la evolución del derecho del Consumidor, previo a su conformación actual, como un verdadero sistema de normas, institucionales y mecanismos de implementación de las soluciones, para que mediante ellos, se establece las finalidades a perseguir por un sistema político – jurídico de protección a los consumidores.

Stiglitz en su obra *“Derechos y Defensa del Consumidor”* menciona una serie de derecho primarios fundamentales que tiene el consumidor.

1.9.1.1. DERECHO DE ACCESO AL CONSUMO.

El derecho de acceso al consumo supone el derecho a la **libertad de elección**, basada en precios justos y variedad de productos y servicios, supone un adecuado funcionamiento de las reglas de libre competencia y abastecimiento, y fundamentalmente, la eliminación de políticas económicas que excluyan a

determinados recetores de la población del acceso al consumo.

Asimismo el derecho del acceso al consumo supone también a **un acceso digno y equitativo**, sin menoscabo de los atributos esenciales del consumidor como ser humano, que aparecen afectados no solo en razón de **tratos discriminatorios o arbitrarios** por parte de los empresarios, sino también cuando el aprovechamiento importa menoscabar las pretensiones de dignidad y equidad del público. Se trata de asegurar al consumidor a través de las herramientas jurídicas de protección, que al procurar la obtención de los bienes y servicios aptos para la satisfacción de sus necesidades vitales, no se encuentre sometido a sacrificar atribuciones que hacen a su dignidad como ser humano. **Derecho a la educación para el consumo**, pues la posibilidad de tener efectivamente conocimiento de los derechos, es el primero de los derechos, sin el cual la vigencia real de los demás es impensable.

La educación par el consumo (tanto formal, desde las escuelas, a través de los medios de difusión y divulgación) es una primera medida necesaria para lograr la concientización generalizada de la población, sobre la transparencia de su rol en el mercado, su situación en las relaciones con la empresa y/o comerciante, el derecho a la educación del consumidor persigue la adquisición del conocimiento idóneos para actuar fuera de los riesgos y peligros en el consumo de productos y servicios, con sentido crítico frente a las técnicas de publicidad y comercialización, atento a las modalidades y condiciones de contratación, e instruido y despierto para efectuar elecciones y afrontar la lucha de las situaciones cotidianas.

1.9.1.2. DERECHOS SUBSTANCIALES.

Entre los derechos substanciales se encontrarían:

a) Derechos a la Seguridad, que rodearían la pretensión vital de garantía de la integridad psicofísica del género humano: **a la vida, a la salud e integridad, protección del medio ambiente** (la aspiración ecológica del ser humano y sus derechos como consumidores a la calidad de vida, amenazada por los efectos económicos de producción masiva y explotación irracional de los recursos naturales), y

prevención de todo tipo de daños.

b) Derecho a la Información, es uno de los derechos básicos pues la información adecuada sobre los bienes y servicios es determinante de la protección, tanto de la seguridad, como de los intereses económicos de los consumidores. El objeto a la información versa sobre el adecuado conocimiento de las condiciones de las operaciones realizadas, de sus derechos y obligaciones consiguientes y esenciales, de las características de los productos y servicios comercializados, que le permita realizar elecciones bien fundadas.

c) Derecho a la Protección de los Intereses Económicos, esta estrechamente ligado a la pretensión de **calidad de los productos y servicio**, en torno a que los mismos sean, de acuerdo con su naturaleza y características para poder satisfacer la finalidad para la que sean destinados y calmar las expectativas de las necesidad.¹³

I.9.1.3. DERECHO INSTRUMENTAL.

Este es un derecho que no pretende de satisfacer directamente un interés al consumidor sino de dotarlo de instrumentos o mecanismos que le permitan ejercer efectivamente y hacer vales los derechos sustanciales, en este derecho aparece en primer lugar el **derecho a la organización de los consumidores**, en grupos o asociaciones para la defensa de sus intereses individuales o colectivos. En segundo lugar el derecho participar, a través de organizaciones grupales o individualmente, en los procesos de decisión, relativos a cuestiones que afecten sus intereses (a encontrarse representados y ser consultados en dichos ámbitos, a expresarse y ser oídos). Finalmente el derecho al acceso de soluciones de conflictos, que supone el asesoramiento y asistencia, la facilitación del acceso a la justicia y la participación en instancias conciliatorias y en procedimientos judiciales y administrativos, sean estos rápidos y efectivos.¹⁴

¹³ STINGLITZ, GABRIEL Y RUBÉN, Derechos y Defensa de los Consumidores. Edit. La Roca Buenos Aries - Argentina (1994)

¹⁴ STINGLITZ, GABRIEL Y RUBÉN, Obra Citada

I.10. FUNCION DEL ESTADO.

El rol del Estado, en función a la Defensa del Consumidor es función primordial, puesto que en nuestra misma Constitución enlaza primordialmente el principio de vivir bien, para lo cual se introdujo el derecho a la vida, salud, el derecho a la alimentación, por otra parte se introdujo los derechos básicos de los consumidores y usuarios.

De modo que, la protección al consumidor por parte del Estado requiere del desarrollo de políticas adecuadas para la defensa de la población consumidora, tal es que los sistemas jurídicos mas modernos introducen para su aplicación políticas en relación al derecho de los consumidores.

STINGLITZ en su obra “Derechos y Defensa de los Consumidores” destaca la iniciativa legislativa de países que poseen un amplio concepto de lo que es la seguridad de los consumidores, es así que toma encuesta la iniciativa del código Brasileiro que establece mecanismos de acción gubernamental, en el sentido de proteger efectivamente al consumidor: por iniciativa directa, por incentivos a la creación y el desenvolvimiento de asociaciones representativas. Asimismo dispone que la política nacional de relaciones de consumo deba atender, los siguientes principios: Educación, Información, incentivo a la cremación por los proveedores, de medios eficientes de control de calidad y seguridad de productos, prohibición y represión eficiente de todos los abusos practicados en el mercado, inclusive la concurrencia desleal y utilización indebida de inventos y creaciones industriales de marcas y nombres comerciales y signos distintivos que puedan causar perjuicios.

Por otra parte destaca el proyecto de ley de Costa Rica, que establece funciones esenciales del Estado en defensa del consumidor:

- a) Velar por que los bienes y servicios que se venden y prestan en el mercado, cumplan las normas de salud
- b) formular programas de educación e información al consumidor con el propósito de capacitarlo para que pueda discernir y tomar decisiones fundadas de consumo de bienes y servicios.
- c) fomentar las organizaciones de consumidores

d) garantizar el acceso a mecanismos efectivos y ágiles, de tutela administrativa y judicial para la defensa de los intereses legítimos de los consumidores.

Sobre todas estas bases “Stinglitz” formula una suerte de sistemas de funciones y deberes del Estado, para la defensa del consumidor.

- Políticas de regulación y control de mercado en materia de protección de la salud, seguridad y medio ambiente, y cumplimiento de los “Standards” mínimos de calidad.: corresponde a los poderes públicos, garantizar que los productos y servicios colocados en el mercado de consumo, no acarreen riesgos a la salud o seguridad.

- Programas de educación e información al consumidor, y promoción a las organizaciones de consumidores: compete asimismo a la administración pública, la formulación de programas generales de educación e información al consumidor, teniendo en cuenta las tradiciones *culturales* del pueblo del que se trate. También atañe al la **función del Estado**, promover la formación de asociaciones de consumidores, que tengan como finalidad la defensa de sus intereses individuales o grupales. El estado debe también reconocer, además, a dichas asociaciones, el derecho a hacerse oír sus opiniones.

- Implementación de sistemas eficaces de solución de conflictos y sanciones de abusos: las soluciones de conflictos en las relaciones de consumo requiere de la predisposición de mecanismos administrativos a través de los cuales, mediante instrumentos pre-eminentemente conciliatorios, se pueda proteger a la satisfacción de los intereses de los consumidores. La atribución de las autoridades competente se debe extender la atribución de aplicar sanción en caso de infracción.¹⁵

¹⁵ STINGLITZ, GABRIEL Y RUBÉN, Derechos y Defensa de los Consumidores. Edit. La Roca Buenos Aries - Argentina (1994)

II.1. LA PROTECCION DE LOS CONSUMIDORER EN LOS DIFERENTES GOBIERNOS.

La protección de los derechos de los consumidores, es función única y clara del Estado, deviniendo disposiciones legales, normas, reglamentos para su protección. No obstante no únicamente se debe establecer normas, sino también se debe proporcionar los instrumentos, mecanismos y medios necesarios para su respectivo cumplimiento, toda vez que es misión primordial del Estado velar por la salud de la población.

Dentro de todas las normas dictadas por el Poder Judicial, hasta este momento aun no se estableció una ley específica que proteja y determine la defensa de los derechos de los consumidores, únicamente se pueden encontrar decretos y reglamentos limitados e insuficientes, las misma que fueros dictadas **en los diferentes gobiernos:**

Decreto Supremo N° 08487.

En el mismo D.S. considerando señala que: Para garantizar y establecer la calidad de los productos de origen nacional, así como también de los diferentes productos importados y que es necesario ampliar las finalidades de la normalización al ámbito general de todas las actividades productiva en el país a través de una adecuada disposición jurídica que garantice al consumidor un mínimo de factores y componentes cualitativos como cuantitativos en los bienes que se comercializan en el país

Art.1 Se creo el INSTITUTO BOLIVIANO DE NORMALIZACIÓN I.B.N., como organismo autárquico con personería jurídica reconocida, y con domicilio en la ciudad de La Paz.¹⁶

¹⁶. GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo , firmado por el Presidente Rene Barrientos Ortuño el 18 de Septiembre 1968

Decreto Supremo N° 09984. de 5 noviembre 1971.

En su artículo primero establece que toda adquisición de bienes de uso o de consumo por parte de las instituciones públicas, entidades autónomas, empresas estatales y mixtas, mediante licitaciones o compras directas, deberán estar respaldadas con carácter previo y obligatorio por un certificado del Ministerio de Industria y Comercio, que establezca si la industria nacional los produce en las cantidades y con los requisitos de calidad exigidas por el ente comprador.

Art.4 El Ministerio de Industria y Comercio, a través de la Dirección de Normas y Tecnología, deberá certificar que la calidad de bienes de uso o consumo entregados por el proveedor se ajuste a las especificaciones de la convocatoria, en consulta con la entidad interesada.¹⁷

Decreto Supremo N° 17537 de fecha 30 de julio de 1980

Dispone que: para protección de la canasta familiar y el normal abastecimiento de artículos de primera necesidad, es necesario erradicar el agio y el contrabando de todos los productos considerados de prioridad alimenticia.

Art. 1. Se congela los precios de artículos de primera necesidad con estricta sujeción a la lista que será publicada por el Ministerio de industria y Comercio y turismo. Puntualizando que serán señalados con precios topes no sujetos a modalidad alguna.

Art. 2. Los delitos de especulación, ocultamiento, acaparamiento, agio, venta de artículos esenciales combinados con otros prescindibles y que forma parte de la canasta familiar. San sancionado con la clausura del establecimiento o puesto de venta y clausura definitiva en caso de reincidencia, cumplidas que sean. En el término de veinticuatro horas, las diligencia de policía boliviana, sin perjuicio de las sanciones establecida en el código penal.

¹⁷ GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo, firmado por el Presidente Cnl. Hugo Banzer Suárez el 5 de Noviembre 1971.

Art. 3.- Los propietarios de inmuebles que alquilen sus dependencias para depósitos de artículos de primera necesidad, serán obligados a recabar el correspondiente permiso de locución, señalando nombre, dirección y número de carnet del locatario, además de especificar las características de las mercancías en depósitos. Quienes así no procedieran serán considerados cómplices, aplicándoseles las sanciones contempladas en artículo 2° del presente decreto en su segunda parte.¹⁸

Decreto Supremo N° 17540. de fecha 30 de julio de 1980.

considerando que: por los factores negativos que determinaron el desabastecimiento del trigo y harina, no se dio cumplimiento al convenio suscrito entre el Ministerio de Industria, comercio y turismo y los pacificadores, con destino a la elaboración del pan de batalla de 0.60 gramos de precio de 0.50 centavos por unidad por lo que provocaron desfases, imponiendo arbitrariamente, sin sujeción a disposiciones legales, el tipo de pan de 0.80 gramos de peso al precio de un peso boliviano que para subsanar las omisiones, para actualizar los términos decreta.

Art. 1.- se dispone la elaboración de pan de batalla a razones de dos unidades, cada una de 0.70 Gramos de peso, a precio de 1.50 (un peso boliviano cincuenta centavos) ambas unidades.

Art.2.- los panificadores deberán utilizar el cien por ciento de la harina que se les asigne el ministerio de Industria, comercio y turismo para elaborar exclusivamente pan de batalla con las características de lo dispuesto en el Art 1ro del presente decreto.

Art.4.- las alcaldías municipales que dan facultadas para dictar ordenanzas municipales que reglamenten el control de la adecuada utilización de la harina, entregada para panificación y otros derivados.¹⁹

¹⁸. GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo, firmado por el Presidente Gral. Luís García Meza Tejada el 30 julio 1980

¹⁹. GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. , Decreto Supremo, firmado por el Presidente Gral. Luís García Meza Tejada el 30 julio 1980

Decreto Supremo N° 20607. De fecha 22 noviembre 1980.

En el que se señalan nuevas política de precios para el abastecimiento energético del país y precautelar el uso racional de los hidrocarburos líquidos y energéticos no renovables, así como la normal transformación y renovación de hidrocarburos.

Que para llevar adelante estos objetivos es necesario instrumentar una adecuada política de precios en la venta de hidrocarburos.

Que el supremo gobierno requiere dictar medidas globales de ornamento económico a las que deben adecuarse los precios de hidrocarburos.

Art.1.- apruébese la nueva escala de precios de derivados de hidrocarburos para todo el país según la siguiente escala: (ver anexo) el 30 julio 1980²⁰

Decreto Supremo N° 20612 de 22 de noviembre de 1984.

Art.1.- A partir de la fecha se modifican los precios a nivel nacional de los productos considerados de primera necesidad. En forma se menciona el cuadro anexo. (Ver anexo I)

Art.2.- Los ministros de Industria, comercio y turismo y de asuntos campesinos y agropecuarios, fijaran los precios de los insumos agrícolas y agroindustriales necesarios para la elaboración de los productos que figuran en el anexo que esperte del presente decreto.

Art.3.- Los ministros de Industria Comercio y Turismo y de Previsión Social y Salud Publica, fijaran asimismo los precios de los productos farmacéuticos importados y l0os de fabricación nacional.

Art.4.- en caso de desabastecimiento de los productos a los que se refiere el presente decreto, el supremo gobierno por los mecanismos pertinentes. Otorgaran las licencias de importación para resolver el desabastecimiento que pudiera presentarse.²¹

²⁰. GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo , firmado por el Presidente Hernán Siles Zuazo el 22 noviembre 1984

²¹. GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo, firmado por el Presidente Hernán Siles Zuazo el 22 Noviembre 1984.

Decreto Supremo N° 12309 de 17 de marzo 1975.

Art.1.- corresponde al ministerio de industria, comercio y turismo por intermedio de la dirección general de de normas y tecnología (DGNT), la planificación, organización, coordinación, reglamentación, ejecución y control de los planes de normalización, metrología (estudio de los sistemas de peso y medida) y control de calidad desarrollarse en el país. Todo ello sin perjuicio de lo establecido en otras disposiciones legales

Art. 2 inc. c) el otorgamiento, reglamentación e inspección del uso de sellos de conformidad con normas bolivianas y certificación de calidad de lotes.²²

Decreto Supremo N° 13741 de 9 de julio 1976.

Art. 1.- Apruébese el reglamento que norma la Producción importación y comercialización de productos Farmacéutico, químicos y cosméticos y otros análogos de uso en la industria farmacéutica y agropecuaria, en sus 23 artículos y VII capítulos de que consta.

Reglamento para la protección, producción, importación y comercialización de productos farmacéuticos, químicos y cosméticos y otros análogos de uso en la industria farmacéutica y agropecuaria.

Art. 2.- el presente reglamento tiene como propósito de coordinar la aplicación e interpretación de las diferentes disposiciones legales, que regulan, la producción, importación y comercialización de los productos farmacéuticos, cosméticos, químicos, de uso en la industria farmacéutica y agropecuaria.

Pretender mediante este reglamento, regular los precios y promover la creación de una industria que atienda al subsector, con eficiencia cualitativa y cuantitativa y con niveles de precios que favorezcan al consumidor

Art.7.- Los productos farmacéuticos, cosméticos y alimentos mencionados en el Art.2 del capítulo 1, para su distribución y venta en el país, deberán ser registrados en el

²². GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo, firmado por el Presidente Gral. Hugo Banzer Suárez el 17 Marzo 1975.

Ministerio de Prevención Social y Salud Pública, conforme al reglamento de registro de tales especialidades, el que expedirá caso por caso si es apto para el consumo y las formulas autorizadas de producción y empaque.²³(Ver anexo I)

Decreto Supremo N° 20742.

Art.1.- Las industrias nacionales fabricantes de productos alimenticios quedan autorizadas para proceder al suministro de alimentos de su producción de su forma directa a las pulperías empresariales del sector fabril y a los precios de costo debidamente certificados por los organismos técnicos del Ministerio de Industria, comercio y turismo de acuerdo a los cupos establecidos en los convenios respectivos.²⁴

Decreto supremo N° 20749 de 2 de abril 1985

CONSIDERANDO:

Que por los conflictos sociales recientes que han paralizado la actividad económica general en el país, se ha producido en desfase en el normal abastecimiento del mercado interno de productos alimenticios componentes de la canasta familiar.

Que es de urgente necesidad disponer las medidas legales correspondientes que permitan superar esta situación de emergencia.

Art.1.- a partir de la fecha por el lapso de sesenta días calendario, se dispone la libre interacción de los siguientes productos²⁵(ver anexo I)

Decreto Supremo N° 20867 de fecha 12 de junio 1085.

Art. 1.- Crease el comité nacional de lucha contra e la especulación. El agio y la ocultación de artículos de la canasta familiar farmacéuticos, transporte y otros, el mismo que estará constituido por los siguientes ministros de Estado o representantes.
(Ver anexo I).

²³. Decreto Supremo , Firmado por el Presidente Cnl. Hugo Banzer Suárez el 9 de julio 1976

²⁴. Decreto Supremo , Firmado por el Presidente Hernán Siles Zuazo el 25 de marzo 1985

²⁵ GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto y Leyes, Decreto Supremo, firmado por el Presidente Hernán Siles Zuazo el 2 de abril 1985.

Art.5 inc. b) procurar la normalización del abastecimiento de los artículos de primera necesidad.

Inc. c) ejercer control sobre el aprovisionamiento y distribución de artículos de primera necesidad.

Art. 6.- Los delitos de especulación, agio y ocultamiento serán sancionados por las siguientes penas.²⁶ (Ver Anexo I)

II.2. EL RECONOCIMIENTO JURIDICO DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y CONSUMIDOR EN LA ACTUALIDAD

El texto de la Constitución Política del Estado del año 1967 que fue reformado parcialmente: en dos oportunidades: en 1994 y 2004 en esta última reforma se introdujo, precisamente la Asamblea Constituyente como mecanismo de la reforma total de la Carta Magna. C.P.E.

La Asamblea Constituyente que fue electa sesión entre el 6 de agosto de 2006 y el 15 de diciembre de 2007. Posteriormente en octubre de 2008, el texto aprobado por la Asamblea Constituyente fue ajustado por el Honorable Congreso Nacional. Por ley del 21 de octubre de 2008 el Honorable Congreso Nacional, decreta la incorporación del nuevo texto constitucional, asimismo los ajustes efectuados por el congreso, se consultara en un referéndum la aprobación del nuevo texto constitucional y puesta en vigencia como nueva ley fundamental del estado boliviano el cual fue aprobado en dicha consulta.²⁷

El nuevo texto constitucional elaborado por la Asamblea Constituyente y aprobado mediante referéndum; **se observa por primera vez plasmado** en la Sección X los Derechos los Usuarios y de los Consumidores en el artículo 75.

²⁶ GACETA OFICIAL DE BOLIVIA.. Decreto y Leyes, Decreto Supremo, firmado por el Presidente Hernán Siles Zuazo el 12 de junio de 1985

²⁷ // www.cne.org.bo. C.N.E. Corte Nacional Electoral

SECCION X

DERECHO DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS Y LAS CONSUMIDORAS Y CONSUMIDORES.

Art. 75. Las usuarias y los usuarios y las consumidoras y consumidores gozan de los siguientes derechos.

1.- Al suministro de alimentos, fármacos y productos en general, condiciones de inocuidad, calidad y cantidad disponible adecuada y suficiente, con prestación eficiente y oportuna del suministro.

2.- A la información fidedigna sobre las características y contenido de los productos que consuman y servicios que utilicen.

Como se puede apreciar es una mención general, pero que de todas maneras da pie para la futura elaboración de una Ley que determine la defensa de los derechos de los consumidores, tarea que seguramente la asumirá la Asamblea Legislativa. Actualmente, el usuario boliviano está a merced de los productores y comerciantes, a la falsificación, adulteración de productos y falseamiento de la información básica de los artículos que se ofrecen, aspecto que se constituye en una constante que ha ganado inclusive a la consciencia de auto conservación de la ciudadanía, que ya no reclama ni siquiera sobre las falsedades de la publicidad engañosa, que a diario bombardea al consumidor.

Así también en esta nueva C. P. E. En su capítulo segundo se encuentra establecido los derechos fundamentales, que de una u otra forma protege al consumidor en la alimentación.

DERECHOS FUNDAMENTALES Y GARANTIAS

Art. 16 (Derechos Fundamentales)

I. Toda persona tiene derecho al agua y a la alimentación.

II. El estado tiene la obligación de garantizar la seguridad alimentaria, a través de una alimentación sana, adecuada y suficiente para toda la población.²⁸

II.3. DECRETO SUPREMO N° 0065.

En el marco de la nueva Constitución Política del Estado, incluye las necesidades civiles de contar con un nuevo marco regulatorio que proteja, garantice sus derechos fundamentales, dignifique la vida y subordine el bienestar individual al social por los que se crea una nueva disposición legal que norma la defensa de los consumidores y usuarios en Bolivia; el D. S. N° 0065, de reciente creación (3 de abril de 2009), busca reivindicar el olvido y vacío jurídico, ofreciendo una tutela adecuada a los intereses de todos los consumidores.

Art.1 (OBJETIVO).

Norma la defensa, la protección efectiva y la promoción de los derechos de las consumidoras y consumidores, usuarias y usuarios, así como establece los procedimientos, para la admisión, gestión y seguimiento de las denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicio y suministro de productos, tanto del sector regulado, como del no regulado con la finalidad de contribuir al vivir bien.

En el marco del reconocimiento de los derechos, el presente decreto señala los derechos básicos que tiene el usuario y/o consumidor, así también brinda un concepto básico de quienes son consumidores u usuarios.

Art. 3. (USUARIO Y CONSUMIDOR).

Son consumidores y/o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes, muebles o inmuebles.

²⁸ Constitución Política del Estado, distribuido por C.N.E. Corte Nacional Electoral en Enero de 2009, impresiones: Artes Graficas Sagitario S.R.L.

Productos, servicios y/o actividades, sea de naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes lo producen, facilitan, suministran o expiden.

Art. 4.- (DERECHOS DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR).

Son Derechos Básicos De Los Usuarios y/o Consumidores.

- a) Derecho a la libre elección del producto o servicio, en el marco de la normativa vigente para cada actividad.
- b) Derecho a recibir la tutela efectiva del estado en el uso y consumo de productos y servicios.
- c) Derecho a la información veraz y oportuna sobre los productos y servicios
- d) Derecho a recibir educación para un consumo y/o uso responsable.
- e) Derecho a conformar y participar en organizaciones sociales de defensa de los derechos de los usuarios y consumidores.
- f) Derecho a no ser discriminada o discriminado arbitrariamente por parte de los proveedores o servidores de bienes o servicios.
- g) Derecho a recibir los servicios y productos en los términos, plazos, condiciones, modalidades y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidas, publicitados o convenidos.
- h) Derecho a la devolución, reparación y resarcimiento del derecho infringido de manera pronta y oportuna

Los derechos establecidos por el presente decreto son irrenunciables.²⁹

II.4. LA PROTECCION JURIDICA DE LOS CONSUMIDORES POR LOS GOBIERNOS MUNICIPALES.

La reciente aprobada Constitución Política del Estado Plurinacional, señala en su artículo 302: Las competencias exclusivas de los Gobiernos Municipales autónomos, en su jurisdicción señalan:

²⁹ GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo N° 0065, firmado por el actual Presidente Evo Morales Ayma el 3 de abril de 2009.

Art. 302. Inc.) **37.** Políticas que garanticen la defensa de los consumidores y usuarios en el ámbito municipal.

La Ley de Municipalidades fue aprobada por el congreso nacional el 19 de octubre de 1999; su aprobación fue un acuerdo entre el oficialismo (ADN, MIR, UCS Y NFR) y la oposición MNR), esta nueva les reemplaza a la anterior “Ley Orgánica de Municipalidades, de 1985.

En el capítulo II Jurisdicción y Competencia del Gobierno Nacional. En su Art. 8 señala (competencia). Las competencias del Gobierno Municipal para el cumplimiento de sus fines son las siguientes”

I. EN LA MATERIA DE DESARROLLO HUMANO Y SOSTENIBLE

11. Sancionar en el marco de sus competencias los daños a la salud pública y al medio ambiente, ocasionados por las actividades industriales, comerciales o económicas de cualquier tipo o naturaleza que se realice en su jurisdicción. Denunciar y demandar la reparación de daños y perjuicios cuando provengan de municipios vecinos.

IV. EN MATERIA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

1. Representar y defender, cuando corresponda, ante la superintendencia sectorial el interés y derechos de los usuarios de su jurisdicción afectados por las empresas concesionarias de servicios.

2. Establecer un sistema de control de calidad, calificación bromatología y de niveles y condiciones de sostenibilidad ecológica para los productos producidos, comercializados o transportados en su jurisdicción.

3. Supervisar el cumplimiento de las normas y condiciones higiénicas de sanidad en la elaboración, transporte y venta de productos alimenticios para el consumo

humano y animal, así como sancionar su quebrantamiento, en coordinación con otros órganos del Poder Ejecutivo; y

4. Decomisar y destruir sin derecho a compensación alguna para los infractores, los bienes de consumo humano o animal que generen o puedan generar condiciones patológicas de cualquier naturaleza en individuos o poblaciones humanas o animales; así como los productos destinados al cultivo vegetal que generen o puedan generar condiciones de alteración genética de dichos seres vivos que se encuentre dentro de su jurisdicción.

Por su parte la presente ley de Municipalidades faculta al Gobierno Municipal para el control, supervisión de los productos elaborados, comercializados en su jurisdicción, decomisando y destruyendo los bienes de consumo humanos o animal que puedan generar condiciones patológicas en la población, así también la destrucción de los productos que generen cambios o alteraciones genéticas a productos destinados al cultivo³⁰.

II.5. LA PROTECCION DEL USUARIO Y CONSUMIDOR EN EL CÓDIGO PENAL.

La protección de los consumidores y usuarios involucra distintas disposiciones jurídicas, referidos a la falsificación, adulteración, descomposición, vencimiento, calidad, y una adecuada medida de los productos y servicios que son colocados en el mercado, aun mas la protección a la salud del consumidor que se otorga desde la constitución, hasta el código penal que se constituiría como el último recurso para la protección a la salud de los consumidores.

II.5.1. DELITOS CONTRA LA SALUD PÚBLICA.

La salud publica e individual constituye uno de los valores fundamentales que hoy de modo progresivo esta cada vez mas protegido por el derecho, el concepto de salud

³⁰ LEY DE MUNICIPALIDADES, Ley N° 2028 de 28 de octubre de 1999 , Editorial UPS,

publica es un parámetro que implica las condiciones especiales dentro las cuales se mantiene la salud del pueblo, asocia un conjunto de requisitos indispensables para que la comunidad goce de protección de este derecho humano fundamental.³¹

“los delitos contra la salud pública“, son los actos por los cuales ciertas sustancias utilizadas para la nutrición, llegan a corromperse o infectarse o convertirse en causa de enfermedades”.³² Los actos que ponen en peligro a la salud de la población; pueden constituir la venta de medicamentos dañosos, mercadería en mal estado o contaminados, el envenenamiento de aguas, prescripción o venta de alcaloides, si la conducta se la realiza con dolo implica la pena mas larga de diez años o mas. Este tipo de delitos tiene como agravante, la muerte o enfermedad de una persona o como resultado de un hecho doloso.³³

El Código Penal es un instrumento importante para determinar la conducta de cada persona por que norma las múltiples conductas delictivas y antisociales con el propósito de tener una sociedad físicamente sana. La penalización esta determinada en su capítulo III Art. 216 “Delitos contra la salud” señala: incurrirá en privación de libertad de uno a diez años, el que:

- 1) Propagare enfermedades graves o contagiosas u ocasione epidemia.
- 2) Envenenare, contaminare o adulterare aguas destinadas al consumo público o al uso industrial, agropecuario piscícola.
- 3) envenenare, contaminare o adulterare sustancias medicinales y productos alimenticios.
- 4) Comerciare con sustancias nocivas para la salud o con bebidas o alimentos mandados a inutilizar.

³¹ MIGUEL HARB BENJAMÍN, “Derecho Penal” tomo II, parte especial Delitos en Particular, editorial Juventud, La Paz Bolivia 1988.

³² MIGUEL HARB BENJAMÍN, obra citada.

³³ OSSORIO MANUEL, “Diccionario de Ciencias Jurídicas y Políticas y sociales” editorial Heliasta B.S. Argentina 1974.

- 5) Cometiere actos contrarios a disposiciones sobre higiene y sanidad o alterare prescripciones médicas.
- 6) Provocare escasez de encarecimiento de artículos alimenticios o medicinales, en perjuicio de la salud publica.
- 7) Quebrantare medidas de sanidad pecuaria o propagare epizootias y plagas vegetales.
- 8) Expendiere o suministrare drogas o sustancias medicinales, en especie, calidad o cantidad no correspondiente a la receta médica.
- 9) Realizare cualquier otro acto que de una u otra manera afecte de la salud de la población.

Por otra parte, podemos encontrar en el C. P. disposiciones que van a precautelas los derechos del usuario y consumidores como son:

Art. 193.- (Falsificación y Aplicación Indevida de Marcas y Contraseñas) señala: “el que falsificare marcas, contraseñas o firmas oficialmente usadas para contrastar pesas o medidas, identificar cualquier objeto o certificar su calidad. Cantidad o contenido, y el que las aplicare a objetos distintos de aquellos a que debían ser aplicados, será sancionado con reclusión de seis meses a tres años.

En la misma sanción incurrirá el que realizare los mismos actos que afecten a fabricas o establecimientos particulares”.

En el capitulo II (Delitos Contra la industria y Comercio), en su Art. 235 (Fraude comercia) señala: el que en lugar público o abierto engañare al comprador entregándole una cosa por otra, siempre que no resulte delito mas grave será sancionado con privación de libertad de seis meses a tres años.

Art. 236 (Engaño de Productos Industriales). El que pusiera en venta productos industriales con nombres y señales que induzcan al engaño sobre su origen, procedencia cantidad o calidad será sancionado con privación de libertad de seis meses a tres años³⁴.

³⁴ CÓDIGO PENAL BOLIVIANO, Editorial UPS, tercera edición 2002.

III.1. EL ACTUAL ESTADO.

Una serie de iniciativas se ha realizado en estos últimos años para proteger los Derechos de los usuarios y consumidores, el Estado boliviano, ha comenzado a dar los primeros pasos para que desde el Gobierno Nacional se protejan los derechos del consumidor en todos ámbitos.

El Estado, a través de la actual Constitución Política, del Decreto Supremo N° 0065 y del Decreto Supremo N° 0285, tratan de garantizar a los consumidores el acceso al suministro de alimentos, fármacos y productos en condiciones de inocuidad, calidad y cantidad disponible adecuada y suficiente, eficiente y oportuna.

Urge, pues, asumir un compromiso mayor de parte del Estado para que desde las entidades públicas se garanticen a plenitud los derechos de las personas y se asegure un servicio transparente y de calidad a las y los usuarios. Ésta es una responsabilidad de todas y todos los que han asumido el proceso de cambio. Pero bueno es señalar que hoy, en varias capitales del mundo, se realizarán actividades para promover los derechos del consumidor, Bolivia no es la excepción.

Más allá de estas esferas, la mayoría de los consumidores, como se ha señalado, siente que sus derechos son vulnerados todos los días en el mercado. Desde la compra de un medicamento adulterado hasta alimentos con fecha vencida. Estudiosos se han preocupado también en llamar la atención del mismo consumidor. “Éste debe pensar en el acto de consumir evitando lo superfluo y optando por productos sustentables”, señala Andrea Salazar, consultora del Instituto Brasileño de Defensa del Consumidor (Idec).³⁵

III.2. LA PROTECCION AL CONSUMIDOR POR LAS ENTIDADES PÚBLICAS DEL AREA URBANA.

En las ciudades capitales como La Paz, El Alto - La Paz, Santa Cruz, Cochabamba, Oruro, Sucre, Cobija y otros **existen instituciones encargadas para la Protección al Usuario y Consumidor**, esto son: **Centro de Atención al Usuario y Consumidor**

³⁵ WWW.Derechoshumanosbolivia.Org

dependientes del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, el mismo es de reciente creación mediante D.S. N° 29894. Se encuentran también las **Intendencias de los Gobiernos Municipales, las Autoridades de Fiscalización y Control Social de los distintos sectores regulados así como instituciones privadas.**

III.2.1. VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y CONSUMIDOR.

El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Consumidor y Usuario se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de La Paz, depende del Ministerio de Justicia, con participación de las organizaciones de proveedores de bienes y servicios y productos, el cual pueden plantear propuestas normativas y regulatorias para mejorar la calidad, cantidad, precios y otros en la prestación de servicios y productos

Por Decreto Supremo N° 29894 establece dentro la estructura organizacional del Ministerio de Justicia al **Viceministerio de Defensa de los Derechos del Consumidor y Usuario**, así también el artículo 84 de la referida norma determina las atribuciones del mencionado Viceministerio.

Artículo 84.- (Atribuciones del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor).- Las atribuciones del Viceministerio de Derechos del Usuario y del Consumidor, en el marco de las competencias asignadas al nivel central por la Constitución Política del Estado, son las siguientes:

- a) Proponer normas, políticas, programas y proyectos para garantizar la defensa de los derechos de las y los consumidores y de las y los usuarios de servicios.
- b) Promover normas, políticas, programas y proyectos para garantizar y defender el acceso universal a los servicios básicos.
- c) Impulsar e implementar programas y proyectos de educación y difusión de los derechos y deberes de las y los consumidores y usuarios.

- d) Promover la participación de las organizaciones sociales en la protección, defensa de los derechos de los consumidores, usuarios y no usuarios, mediante el control social en la calidad, oportunidad, cobertura y tarifas de los servicios básicos.
- e) Atender, responder y solucionar oportunamente los reclamos de los usuarios y consumidores.
- f) Promover la aplicación de los instrumentos internacionales en el ámbito de los derechos de los y las consumidores y usuarios.³⁶

De las atribuciones establecidas por el presente supremo N° 29894, **se encuentra también las designadas por el Decreto Supremo N° 0065 del 3 de abril de 2009, en su artículo 12:**

- b) Recibir denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones, en contra de proveedores que suministran productos y/o prestan servicios.
- c) Solicitar información a las y los proveedores que suministran productos y/o prestan servicios.
- d) Verificar en el lugar de los hechos, los hechos de la denuncia.
- e) Realizar el seguimiento y monitoreo de los casos denunciados por usuarios y consumidores ante las entidades reguladoras y otras autoridades competentes en el sector no regulado, hasta lograr las soluciones del problema planteado.
- f) Representar al usuario y consumidor en la defensa de sus derechos ante las entidades reguladoras y autoridades competentes en el sector no regulado, previo consentimiento manifestado en forma escrita exento de formalidades, en los casos seleccionados por el Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, en base a los criterios de selección establecidos mediante disposición normativa interna.
- g) Supervigilar que las entidades del sector público, personas jurídicas privadas y personas naturales que prestan servicios públicos o suministran alimentos fármacos y

³⁶ GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo N° 29894 de 7 de febrero de 2009

otros productos a la población garanticen la exhibición de bandas de precio a los usuarios y consumidores.

h) Denunciar ante autoridades competentes la comisión de delitos de agio y especulación de precios.

i) Promover la formación de organizaciones de defensa del usuario y consumidor.

j) Promover a las proveedoras de servicio y productores de bienes de consumo a quien adopten estrictas normas de ética de conducta.

k) Coordinar con las autoridades competentes la adopción de medidas urgentes para atender la emergencia y evitar perjuicios a los usuarios y consumidores, en caso que impliquen riesgos para la continuidad o regularidad en la prestación de servicios públicos o suministros de alimentos fármacos u otros indispensables para la población.³⁷

III.2.2. LOS CENTROS DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR.

El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, para una mejor atención a los usuario y consumidores cuenta con los llamados Centros de Atención al Usuario y Consumidor, pero por la reciente creación del mismo, estos centros aun son muy escasos, claro esta que para la ciudad de La Paz existe un solo centro de atención al consumidor ubicado en el mismo Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, por otra parte la ciudad de El Alto, cuenta con un solo centro de atención al consumidor y usuario, ubicado un Centro Integrado de Justicia del distrito 1 de la zona Santa Rosa, Avenida Cívica, así también se encuentran centros de atención al consumidor en los diferentes Departamentos de Bolivia como en la ciudad de Sucre, ubicado en la Avenida del Maestro N° 372, en Santa Cruz Plaza El Manchego Plan 3000, Cochabamba Plaza 14 de Septiembre Acera Oeste.

³⁷ GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo N° 0065

Estos centros se encargan de recepcionar las denuncias de los usuarios o consumidores, denuncia que son llevadas por lo general a una conciliación entre proveedor y consumidor³⁸

III.2.3. LA INTENDENCIA MUNICIPAL DE LA PAZ

La Intendencia Municipal de La Paz, cumple con los propósitos de control y vigilancia establecidos en sus funciones, constituyéndose no solo en una Unidad operativa sino por su naturaleza principalmente en una Unidad de *defensa de los derechos del ciudadano consumidor* de alimentos de la canasta familiar básica, precautelando la calidad y peso de los productos en los principales centros de abasto de la ciudad como son mercados, ferias, supermercados, hornos de panificación y matadero municipal, así como el realizar acciones para evitar el agio.

Entre sus funciones están la de: Controlar y regular el comercio en todos los mercados, supermercados y ferias. Controlar las pesas y peso completo en la venta de productos y asegurar la exhibición de las listas de precios de productos de primera necesidad en mercados, supermercados y ferias Apoyar a la Unidad de Control Sanitario y Zoonosis. Del mismo modo realizan el control de **inocuidad alimentaria** en mercados, supermercados, ferias, hornos de panificación y mataderos. Realizar acciones para evitar el agio y la especulación con productos de primera necesidad Apoyar en la conciliación de conflictos entre comerciantes de mercados, supermercados y ferias. Decomisar productos de primera necesidad nocivos para la salud en mercados, supermercados y ferias, en coordinación con la Unidad Guardia Municipal.³⁹.

III.2.3.1. GUARDIA MUNICIPAL.

La Guardia Municipal es el instrumento operativo de los Gobiernos Municipales sus funciones:

³⁸ Información Otorgada por el Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, La Paz –Bolivia 2010.

³⁹ Información obtenida por la Oficialia Mayor de Promoción Económica del Gobierno Municipal de La Paz - 2010

- Controlar y regular el comercio en vía pública.
- Apoyar a la Dirección Especial de Seguridad Ciudadana.
- Vigilar y resguardar la seguridad del ornato público e instalaciones ediles.
- Apoyar en el control de la inocuidad alimentaria en vía pública.
- Efectuar operativos de decomiso en vía pública.
- Efectuar la devolución de productos decomisados.
- Proceder a la destrucción de productos decomisados.
- Apoyar en operativos de fiscalización y control a los establecimientos de expendio de alimentos y bebidas y actividades económicas.

III.3. CREACIÓN DE LAS AUTORIDADES DE FISCALIZACION Y CONTROL SOCIAL EN LOS SECTORES REGULADOS

El Decreto Supremo N° 29894 de 7 de febrero de 2009 dispone la extinción de las Superintendencias en un plazo de sesenta (60) días a partir de su publicación. El Artículo 138 del referido Decreto Supremo establece que todas las superintendencias de los Sistemas de Regulación Sectorial - SIRESE y de Regulación de Recursos Naturales Renovables - SIRENARE se extinguirán, y que sus competencias y atribuciones serán asumidas por los ministerios correspondientes o por una nueva entidad a crearse por norma expresa. Adicionalmente, establece que normas posteriores podrán incorporar nuevas competencias en favor de los Ministerios, Viceministerios y/o nuevas entidades del Órgano Ejecutivo, tendentes a garantizar un modelo económico plural y orientado a mejorar la calidad de vida de bolivianas y bolivianos.

Por su parte La Constitución Política del Estado señala en su Artículo 20 que: toda persona tiene derecho al acceso universal y equitativo a los servicios básicos de agua potable, alcantarillado, electricidad, gas domiciliario, posta y telecomunicaciones, y es responsabilidad del Estado proveerlos a través de las entidades públicas. El acceso al agua y alcantarillado constituye un derecho humano, no será objeto de concesión ni privatización y estará sujeto a régimen de licencias y registros.

El presente Decreto Supremo tiene por objeto:

- a) Crear las Autoridades de Fiscalización y Control Social en los sectores de: Transportes y Telecomunicaciones; Agua Potable y Saneamiento Básico; Electricidad; Bosques y Tierra; Pensiones; y Empresas; determinar su estructura organizativa; definir competencias y atribuciones.
- b) Establecer el proceso de extinción de las superintendencias generales y sectoriales, y reglamentar las transferencias de activos, pasivos, recursos humanos, recursos presupuestarios, procesos judiciales y administrativos, derechos y obligaciones.
- c) Regular el proceso de transferencia de las funciones, atribuciones y competencias de la Superintendencia del Servicio Civil al Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social.
- d) Establecer el cambio de denominación de la Superintendencia General de Minas y las Superintendencias Regionales de Minas.

El artículo 3° del Presente Decreto Supremo dispone.-

La (creación de las autoridades de fiscalización y control social).

I. Se crean las siguientes instituciones públicas:

- a) Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transportes - ATT.
- b) Autoridad de Fiscalización y Control Social de Agua Potable y Saneamiento Básico - AAPS.
- c) Autoridad de Fiscalización y Control Social de Bosques y Tierra - ABT.
- d) Autoridad de Fiscalización y Control Social de Pensiones - AP.
- e) Autoridad de Fiscalización y Control Social de Electricidad - AE.
- f) Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas - AEMP.

El objetivo de las Autoridades de Fiscalización y Control es regular las actividades que realicen las personas naturales y jurídicas, privadas, comunitarias, públicas, mixtas y cooperativas en los sectores de Transportes y Telecomunicaciones; Agua Potable y Saneamiento Básico; Electricidad; Forestal y Tierra;

Pensiones; y Empresas, asegurando que:

- a) Se garanticen los intereses y derechos de los **consumidores y usuarios**, promoviendo la economía plural prevista en la Constitución Política del Estado, y las leyes en forma efectiva.
- b) Las actividades en los sectores bajo su jurisdicción contribuyan al desarrollo de la economía nacional y tiendan a que todos los habitantes del Estado Plurinacional puedan acceder a los servicios.
- c) El aprovechamiento de los recursos naturales se ejerza de manera sustentable y, estrictamente de acuerdo con la Constitución Política del Estado y las leyes⁴⁰.

III.4. LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR POR OTRAS INSTITUCIONES.

Existen Instituciones no Gubernamentales, comprometidas y dedicadas a la protección del consumidor, mucha de ellas en coordinación con el Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, realizan estudios y alternativas para el desarrollo de la sociedad y orientaciones para el cuidado de la salud.

III.4.1. A.I.S. – BOLIVIA. “ACCIÓN INTERNACIONAL PARA LA SALUD BOLIVIA”

Es una agrupación de profesionales, trabajadores y voluntarios, sin fines de lucro, dedicados al estudio de problemas de desarrollo, sociales, de salud y la búsqueda de alternativas. Defienden los derechos humanos, derechos de los usuarios y consumidores, de los y las pacientes, el acceso a la salud y al auxilio sanitario, el uso racional de medicamentos, la búsqueda de soluciones no necesariamente medicamentosas. Orientan la nutrición apropiada, fomentan la lactancia Materna, la protección al medio ambiente, se esfuerzan por un desarrollo sostenible, armónico, equilibrado y amigable con la naturaleza a la vida.

⁴⁰ GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Decreto Supremo N° 0071 de 9 de Abril de 2009, Evo Morales Ayma, Presidente del Estado Plurinacional de Bolivia.

A.I.S – Bolivia fue establecida en Bolivia en 1985, por dos profesionales médicos, inicialmente como un grupo de reflexión sobre problemas de salud. En el año 2000 A.I.S – Bolivia, fue galardonada con el premio mundial Olle Hansson, que reconoce esfuerzos de individuos e instituciones y sea destacado promoviendo el uso racional de medicamentos.

III.4.2. CODEDCO - BOLIVIA.

Es un comité de defensa de los derechos del consumidor en Bolivia que busca una efectiva protección de usuarios y consumidores. Es miembro pleno de la federación mundial "*Consumers Internacional*", evoca en general los derechos de los consumidores, promueve el ejercicio de los derechos y obligaciones de los pacientes, busca que la salud sea un derecho humano fundamental y sea asumida como responsabilidad del Estado⁴¹.

III.4.3. FUNAVI - BOLIVIA.

Es una fundación que acoge a las fundaciones anteriormente nombradas, propiciando y alentando sus actividades, fomentando que la comunidad manifieste preocupaciones sociales en la defensa de la naturaleza y la vida. Estudia problemas de desarrollo sociales y aquellos provocados por el deterioro ecológico, su impacto en la salud, consecuencias de nuestros hábitos irracionales de consumo.

AIS –CODEDCO- IBFAN- FUNAVI Bolivia son voluntarios, no remunerados. Una oficina central de coordinación con pocos funcionarios, asegura que 12 grupos de voluntarios, con número variable de integrantes cumplan sus funciones en diferentes regiones de Bolivia, coadyuvando el rol de las autoridades nacionales en la aplicación de medidas regulatorias, promoviendo el ejercicio del derecho a la salud, apoyando la educación de trabajadores y profesionales en salud.⁴²

⁴¹ AIS. Bolivia "Acción Internacional para la Salud, Publicación N° 153 Noviembre 2006.

⁴² Información Proporcionada por AIS. Bolivia "Acción Internacional para la Salud"
E-mail: aisbol@entelnet.bo La Paz -Bolivia

IV.1. POLÍTICAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR POR LAS ENTIDADES PÚBLICAS DEL ÁREA URBANA.

I. El Gobierno Municipal, ha desarrollado políticas de seguridad y control para una efectiva protección al usuario y consumidor, tomando como estrategias y políticas de contingencia tres pilares fundamentales:

LA PREVENCIÓN: consiste en

- La capacitación “Talleres” de manera sistemática, y constante y sostenida en lo que se refiere a las buenas prácticas de Manipulación de Alimentos
- **MEJORAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA BÁSICA**
 - Realizando el mejoramiento de los centros de abasto de alimentos, como son los Mercados Públicos.
- **CONTROL RUTINARIO**
 - Realizando la vigilancia en todos los centros de elaboración, transporte y venta de alimentos.⁴³

II. El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario Consumidor “VMDDUC”, ha desarrollado políticas y planes estratégicos de contingencias para una adecuada defensa de los derechos del usuario y consumidor:

Política y Planes de Contingencias:

a) Ejecutar una campaña publicitaria que incida en la difusión de los derechos de Usuarios y Consumidores y los procesos de reclamación y protección de los usuarios

⁴³ Información obtenida por la Oficialía Mayor de Promoción Económica del Gobierno Municipal de La Paz, 2010

a nivel nacional, por medio del uso de recursos comunicacionales masivos y alternativos, recursos administrativos y técnicos para sustentar y fortalecer los servicios y beneficios que ofrece el VMDDUC.

- b) Obtener un espacio estable y definido en los canales de comunicación.
- c) Generar una imagen institucional determinada, ajustada a los objetivos de la institución.
- d) Extender el conocimiento sobre el VMDDUC al público interno y externo y por ende a la comunidad, la región y la nación en su conjunto.
- e) Promover la cultura de privilegiar los derechos y obligaciones de los ciudadanos y la protección al usuario/consumidor.

PROGRAMA DE TV “DEFENSA DEL CONSUMIDOR”

El referido Microprograma (Bolivia TV) de 5 minutos de duración, cuyo productor y conductor es el periodista Juan Carlos Ramírez tiene una trayectoria de varios años precisamente en la Defensa del Consumidor, el mismo que desarrolló una estructura propia y que por sus características se adecuaba precisamente a los lineamientos establecidos en el Plan Comunicacional de VMDDUC para sus actividades de difusión.

En tal sentido se llegó a un convenio con dicho periodista para efectuar una tarea conjunta en la difusión inicial del D.S. N° 0065, su socialización y rediseño de su estructura en cuanto a la trascendencia del VMDDUC, sus políticas, planes, programas, proyectos y actividades, siendo una de éstas la labor que el Centro de Atención al Usuario y al Consumidor desarrolla en los procesos de reclamaciones de usuarios y consumidores en cuanto a la provisión de servicios y venta de bienes de uso y consumo.

Dicho Microprograma ha sido durante los últimos 6 meses un puntal muy importante para el VMDDUC y un referente destacable para la población en general y los Usuarios y Consumidores en particular, ya que no sólo se ha difundido casos concretos resueltos directamente por el Lic. Fernando Fuentes D. sino también una serie de inspecciones institucionales e interinstitucionales a Supermercados, Mercados informales,

Restaurantes, Terminales de Buses, Terminales de Transporte Aéreo, Mercados. Tiendas y otros, lo cual ha permitido que la imagen del VMDDUC se posicione aún más.

MATERIALES DE DIFUSIÓN:

Se ha realizado una campaña agresiva de difusión y capacitación de los derechos del consumidor, inicialmente para el público en general, y luego para el usuario de los servicios aéreos y aeroportuarios.

Entre los materiales de difusión se encuentra la revista del Ministerio de Justicia, que contiene una sección sobre el VMDDUC de 7 páginas (periódico), de una manera u otra se informa sobre los derechos de los usuario y consumidores, asimismo se repartes trípticos para promover e informar sobre la existencia de los centros de atención al consumidor, como también de los derechos de los usuarios y consumidores, siguiendo aspectos críticos para la difusión del material al publico en los distintos sectores.

PARTICIPACIÓN EN FERIAS:

Funcionarios del VMDDUC, han participado en ferias interministeriales en los departamentos de Oruro, Pando y Cochabamba, y el Viceministerio en su conjunto en las ferias realizadas en las ciudades de La Paz y El Alto.

IV.2. RESULTADOS DE LA APLICABILIDAD DE LOS CONTROLES Y OPERATIVOS REALIZADOS POR EL GOBIERNO MUNICIPAL

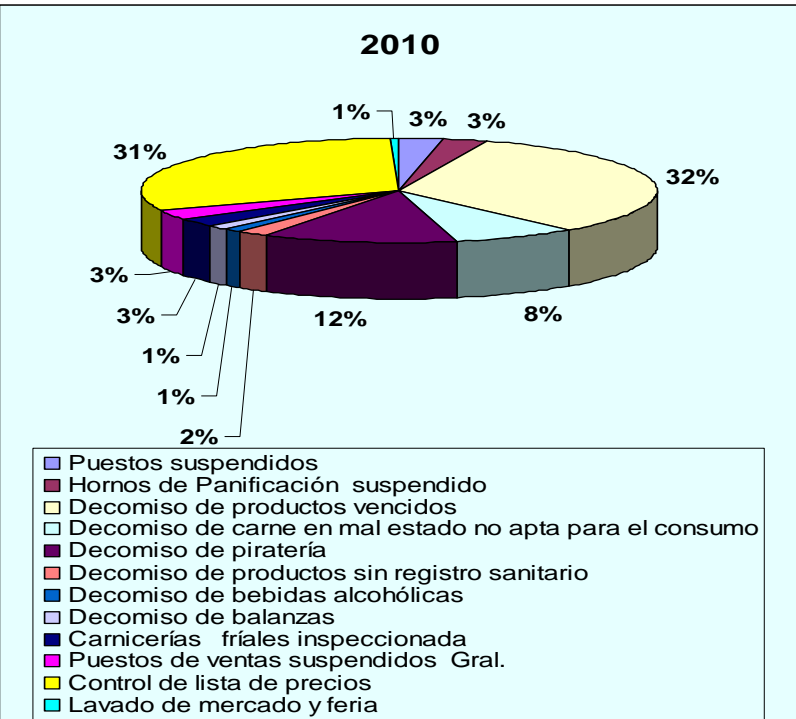
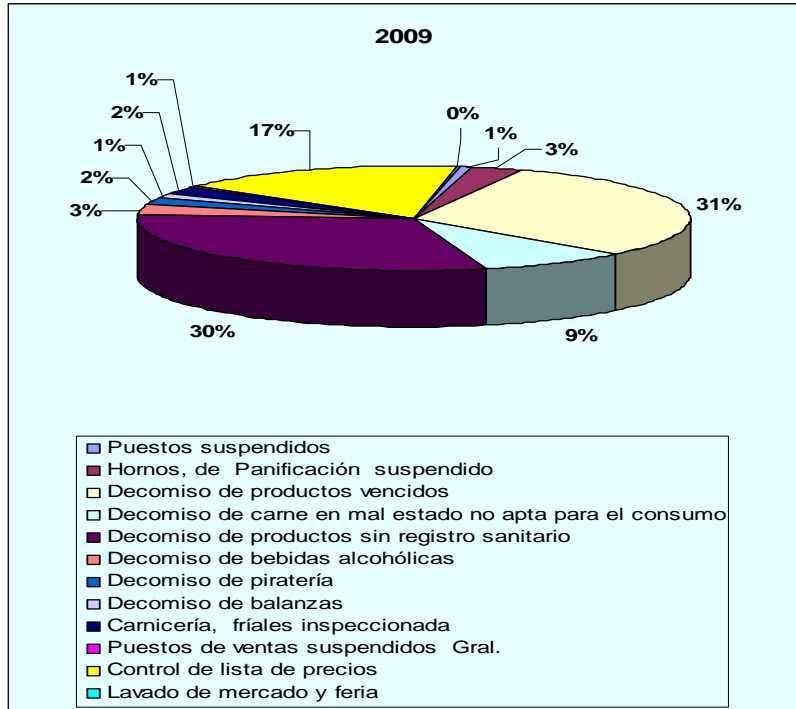
La Intendencia Municipal de La Paz dependiente de la Oficialía Mayor de Promoción Económica, tiene como misión el control de los Mercados, Hornos de Panificación, Supermercados y Mataderos Clandestinos. Es responsable de cumplir y hacer cumplir la normativa emanada por el Honorable Consejo Municipal y del Ejecutivo Municipal; en las diferentes áreas de su competencia.

Tabla comparativa de los Controles y Operativos de contingencia realizados por el Gobierno Municipal (Intendencia), en productos y artículos de primera necesidad, distribuidos por macro distritos en las gestiones 2009 y 2010.

Tabla Comparativa “Gestión 2009 y 2010”

Actividades	Cotahuma	Máx Paredes.	Periférica	Sur	San Antonio	Centro	Total
Puestos suspendidos	54	51	25	11	12	36	189
Hornos, de Panificación suspendido	90	110	98	76	129	72	995
Decomiso de productos vencidos	2.490	653	1.509	1.624	653	2.713	9.642
Decomiso de carne en mal estado no apta para el consumo	565	718	296	73,85	135	992,94	2.781
Decomiso de productos sin registro sanitario	2.570	2.023	801	1.819	782	1.646	9.641
Decomiso de bebidas alcohólicas	107	44	56	278	22	431	938
Decomiso de piratería	184	59	26	19	388	71	747
Decomiso de balanzas	138	128	18	42	86	26	438
Carnicería, frías inspeccionada	118	193	73	93	90	149	706
Puestos de ventas suspendidos Gral.	54	51	25	11	12	36	189
Control de lista de precios	1.291	1.253	652	557	599	947	5299
Lavado de mercado y feria	14	34	15	12	17	25	117

Actividades 2010	Cotahuma	Máx Paredes.	Periférica	Sur	San Antonio	Centro	Total
Puestos suspendidos	97	62	78	48	84	129	498
Hornos, de Panificación suspendido	90	110	98	76	97	58	529
Decomiso de productos vencidos	490	725	1.849	1.693	367	976	6.100
Decomiso de carne en mal estado no apta para el consumo	388	186,6	161,6	533,6	41,3	129	1.440
Decomiso de productos sin registro sanitario	3	60	0	19	93	767	2.250
Decomiso de bebidas alcohólicas	414	83	78	815	26	20	341
Decomiso de piratería	24	2	142	127	118	3	203
Decomiso de balanzas	95	71	39	22	15	11	253
Carnicería, frías inspeccionada	123	97	94	61	63	102	540
Puestos de ventas suspendidos Gral.	97	62	78	48	84	129	498
Control de lista de precios	1.346	1.274	710	547	540	1.266	5.683
Lavado de mercado y feria	23	20	15	24	15	11	108



Como se puede apreciar en los cuadros expuestos en las gestiones 2009 y 2010, los controles, inspecciones y operativos de contingencia realizados (Gobierno Municipal), en los distintos productos, existe una variación de incremento y disminución indistintamente, este se debe ha diferentes factores como es la **especulación y el agio** en algunos productos, por lo que se procede a la suspensión de los puestos de venta y a la notificación de sus vendedores.

La Intendencia Municipal, tuvo la tarea de controlar el agio y la especulación para evitar el almacenaje clandestino y el alza indiscriminada de precios de los productos de primera necesidad, así como controlar el listado de precios ofertados para que el ciudadano tenga una opción de compra con respecto a otras tiendas que podrían estar vendiendo a precios elevados aprovechando la inflación por la que está atravesando nuestro país. Los controles y operativos seguirán realizándose constantemente puesto **no se precisa** que la especulación y el agio y otros vayan en disminución puesto es que estos se pueden presentas en cualquier momento.⁴⁴

Cada operativo y control que se efectúa se lo realiza para un mejor control del expendio de los distintos productos, operativos que contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población, efectuando la practicas de la Inocuidad Alimentaría, Buenas Prácticas de Manipulación en los Centros de Comercialización de Alimentos y otros servicios que la Intendencia Municipal presta precautelando la Salud de la Población

IV.3. RESULTADO DE LAS DENUNCIAS ATENDIDAS EN LOS CENTROS DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR A NIVEL NACIONAL.

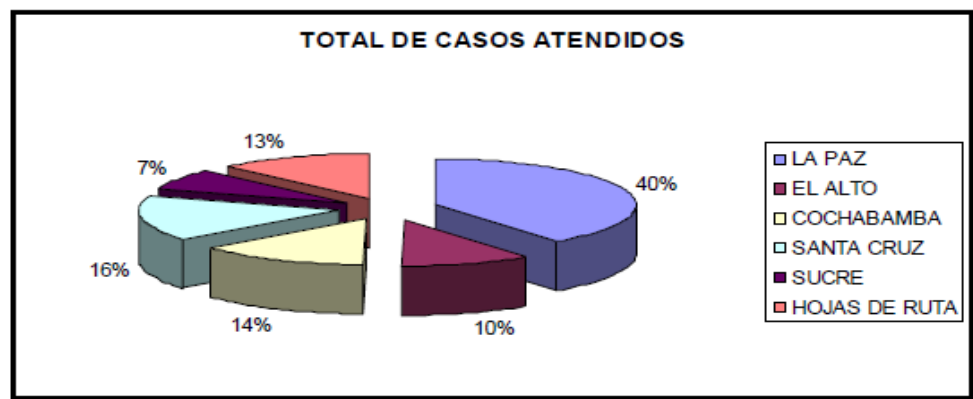
Gracia a la ejecución de *políticas de difusión e información* de los derechos del Usuario y Consumidor por parte del VMDDUC, la población en este poco tiempo supo acudir a los centros de atención al consumidor, según los datos informáticos se tiene a nivel nacional :

⁴⁴ Información obtenida por la Oficialia Mayor de Promoción Económica “Intendencia” del Gobierno Municipal de La Paz, 2010

Tabla comparativa de las denuncias realizadas y atendidas por los Centros de Atención al Consumidor (VMDDUC), en las gestiones 2009 y 2010

Gestión 2009

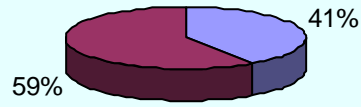
Centro de atención a nivel nacional	Resultado		Situación		Total	Porcentaje %
	Si	No	Atendidos	En proceso		
LA PAZ	153	123	193	83	276	52,27
EL ALTO	28	27	45	10	55	10,42
COCHABAMBA	25	49	50	24	74	14,02
SANTA CRUZ	47	38	76	9	85	16,10
SUCRE	28	10	7	31	38	7,20
TOTAL ATENDIDOS REGULADOS Y NO REGULADOS	281	247	371	157	528	100,00



En la grafica, el numero de reclamaciones atendidas alcanza a la cantidad de 528, con un mayor porcentaje en la ciudad de La Paz, debido en parte a que el centro de atención se abrió 5 meses antes, le sigue en importancia Santa Cruz y Cochabamba, situación que se puede apreciar en el grafico.

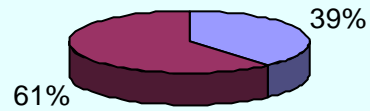
CUADRO POR SECTOR DENUNCIAS Y RECLAMACIONES ATENDIDAS 2009 - 2010		
SECTORES	2009	2010
SECTOR REGULADO		
Telecomunicaciones	31	167
Transporte aéreo	19	117
Transporte Interdepartamental	18	81
Electricidad	19	240
Saneamiento	62	332
Hidrocarburos	39	129
Pensiones	0	38
Banca	18	90
TOTAL	206	1.194
SECTOR NO REGULADO		
Otros servicios	104	989
Equipos Electrónicos	60	215
Salud	42	120
Educación	16	108
Transporte urbano	8	23
Transporte interprovincial	1	17
Restaurantes	1	8
Aseguradoras	3	10
Celulares	0	55
Televisores	0	13
Computadoras	0	18
Administrativo	81	163
Aduana	6	19
Comercio	0	147
TOTAL	322	1.905
TOTAL CASOS	528	3.099

Denuncias por Sectores Gestion 2009



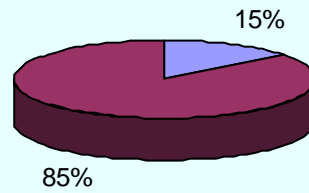
■ sector regulado ■ sector no regulado

Denuncias por Sectores Gestion 2010



■ sector regulado ■ sector no regulado

Total Denuncias Por Gestion



■ Denuncias Gestion 2009 ■ Denuncias Gestion 2010

En el poco tiempo de creación del Viceministerio del Defensa del los Derechos del Usuario y Consumidor (VMDDUC), y bajo las facultades y competencia que le atribuye el decreto supremo 0065 del 3 de abril de 2009, y bajo las políticas y planes de difusión e información por medios alternativos que se ejecutaron, se pudo generar y obtener resultados en este poco tiempo, el conocimiento sobre la existencia del mismo VMDDUC y los Centros de Atención a Consumidor al cual el público interno y externo ignoraba hoy por hoy, pudo acudir y por ende denunciar ante la oficina correspondiente el daño sufrido y causado ha sus derechos que deben ser protegidos.⁴⁵

IV.4. APLICABILIDAD DE LAS POLITICAS DE CONTINGENCIA DEL AREA URBANA EN EL AREA RURAL.

Como se ha podido observar en la presente investigación el desarrollo de las políticas y planes estratégicos de contingencias que se aplica en el área urbana solo algunos se están aplicando en el área rural:

- **LA PREVENCION**
- **CONTROL RUTINARIO**

Por parte del El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario Consumidor “VMDDUC”.

.- Según los datos obtenidos, no se tiene conocimiento de la existencia de los Centro de Atención al Consumidor en la población.

- La cobertura del “VMDDUC”, en cuanto a su política y planes de contingencia, aun no ha llegado a la localidad de Pucarani, únicamente su aplicabilidad y coberturas abarca ha ciudades capitales.

⁴⁵ Datos Obtenidos, Centro de Atención al consumidor - La Paz Bolivia , 2010

Por los datos obtenidos claramente se evidencia que en el Área Rural, específicamente en la Provincia los Andes “Pucarani” los controles e inspecciones que existen para la protección al consumidor corre por parte de los Gobiernos Municipales (Intendencia). Ha nivel Nacional se encuentran instituciones públicas como las Autoridades de Fiscalización y Control Social, el mismo Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, los Centros de Protección al Consumidor y otros. Pero estos mismos por ahora no abarcan en su competencia al sector rural dejando desprotegidos a esta parte de la población que por ahora estas instituciones no llegan únicamente a las ciudades capitales.

V.1. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LA UNIÓN EUROPEA.

Diez principios básicos de la Unión Europea para la protección del consumidor y usuario

1. Compre lo que quiera, donde quiera
2. Si no funciona, ¡devuélvalo!
3. Normas estrictas de seguridad alimentaria y relativas a otros bienes de consumo
4. ¿Sabemos lo que comemos?
5. Los consumidores merecen todo el respeto, también en los contratos de venta
6. Cambiar de opinión, también está permitido
7. Busque y compare... el mejor precio
8. Practiquemos el juego limpio con los consumidores
9. Vacaciones y protección de derechos
10. Indemnizaciones efectivas en caso de litigios

La Unión Europea fomenta los derechos de los consumidores, así como su prosperidad y bienestar, constituyen para ellos valores fundamentales para el desarrollo de las políticas de la UE, y así ha quedado debidamente reflejado en su legislación. En esta parte se describen los diez principios básicos en los que se basa la legislación comunitaria relativa a la protección de los consumidores, los cuales son de rigurosa aplicación en todos y cada uno de los Estados miembros de la UE.

V.2. LEGISLACIÓN COMPARADA.

V.2.1 LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO DE LA REPUBLICA DE VENEZUELA.

Ley. Dada, firmada y sellada en el Palacio Federal Legislativo, en Caracas a los 18 días del mes de abril de 1995.

TITULO I
DISPOSICIONES GENERALES
CAPITULO I

Objeto y Definiciones

Art.1.- Esta Ley tiene por objeto la defensa, protección y salvaguarda de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, su organización, educación, información y orientación; así como establecer los ilícitos y los procedimientos para la aplicación de las sanciones

Art.2.- A los efectos de esta Ley, se consideran consumidores y usuarios a las personas naturales o jurídicas que, como destinatarios finales, adquieran, usen o disfruten, a título oneroso, bienes o servicios cualquiera sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes los produzcan, expidan faciliten, Suministren, presten u ordenen.

No tendrán el carácter de consumidores o usuarios quienes, sin ser destinatarios finales, adquieran, almacenen, usen o consuman bienes y servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación y comercialización.

Art.3.- A los efectos de esta Ley se consideran proveedores las personas naturales o jurídicas de carácter público o privado que desarrollen actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización de bienes, prestación de servicios a consumidores o usuarios por los que cobren precios o tarifas.

Art.4.- A los efectos de esta Ley, se consideran bienes y servicios de primera necesidad aquellos que por ser esenciales e indispensables para la población determine expresamente, mediante decreto, el Presidente de la República en Consejo de ministros.

CAPITULO II.
DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS.

Art.6.- Son derechos de los consumidores y usuarios

- 1).- La protección de su salud y su seguridad frente a los riesgos provocados por productos o servicios, que sean considerados nocivos o peligrosos por las autoridades competentes, o llegar a serlo por deterioro, desperfecto o negligencia del fabricante o de quien preste el servicio.
- 2).- La información adecuada sobre los diferentes bienes y servicios, con especificaciones de cantidad, peso, características, composición, calidad y precios, que les permita elegir conforme a sus deseos y necesidades
- 3).- la promoción y protección de sus intereses económicos, en reconocimiento de su condición de débil jurídico en las transacciones del mercado.
- 4).- la educación e instrucción sobre la adquisición y utilización de bienes y servicios.
- 5).- La obtención de compensaciones efectivas o de reparaciones de los daños y perjuicios.
- 6).- La protección de los intereses colectivos o difusos en los términos que establece esta ley
- 7). La protección contra la publicidad subliminal, engañosa o abusiva; los métodos comerciales coercitivos o desleales que distorsionen la libertad de elegir; y las prácticas o cláusulas abusivas impuestas por proveedores de bienes y servicios.
- 8).- La constitución de asociaciones, ligas, grupos, juntas u otras organizaciones de consumidores o usuarios para la representación e sus derechos e intereses.

Art.8.- Los derechos de los consumidores y usuarios consagrados en esta ley son irrenunciables.

Se consideran nulas las estipulaciones que establezcan la renuncia de tales derechos o el compromiso de no ejercerlos en instancia administrativa, jurisdiccionales.

TITULO II
DE LA PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y
A LOS USUARIOS

CAPITULO II

Obligaciones del Proveedor de Bienes y Servicios

Art.12.- El proveedor deberá entregar al consumidor factura, comprobante o recibo que acredite la operación realizada o, en su caso, presupuesto firmado por ambas partes del servicio solicitado debidamente detallado. La factura comprobante o recibida deberá cumplir con las exigencias tributarias precedentes.

Los proveedores deberán expedir recibos de los bienes que vendan o del servicio que prestan y no podrán obligar al consumidor o al usuario a la firma de recibos, sin las especificaciones que correspondan.

Art. 13.- En el caso de los contratos de prestación de servicios, la factura, comprobante o recibo deberá especificar separadamente los componentes, repuestos o materiales empleados, el precio de ellos por unidad y el de la mano de obra. En los casos de cambios, adición de piezas o de su rectificación, el prestador del servicio deberá anexar a la factura correspondiente copias de las facturas emitidas por el proveedor de la pieza o del servicio de Rectificación.

Tratándose de ventas con entrega diferida de un bien, el documento que acredite el contrato deberá indicar, además, el lugar y la fecha en que aquella se llevará a cabo.

Art. 14.- Cuando se trate de servicios medico asistenciales hospitalarios, la factura respectiva deberá discriminar en forma precisa cada uno de los exámenes practicados a los usuarios y su costo, el valor de las cantidades de cada medicina consumida, costo de hospitalización, honorarios de cada profesional y demás servicios prestados al usuario. A tal efecto, en las clínicas y demás entes medico asistenciales deberá anunciarse, en forma destacada, el precio diario de las habitaciones, costo de cada tipo de examen y de valor de los servicios.

Art. 15.- Todo proveedor de bienes o servicios estará obligado a respetar los términos, plazos, fechas, condiciones, modalidades, garantías, reservas o circunstancias,

ofrecidas o convenidas con el consumidor o el usuario para la entrega del bien o la prestación del servicio. Si el proveedor incumpliere con las obligaciones antes mencionadas, el consumidor o usuario tendrá el derecho de desistir de la compra o de la contratación del servicio, quedando el proveedor obligado a rembolsar el pago recibido.

Art.16.- El proveedor de servicios públicos deberá establecer un mecanismo eficiente de recepción, registro y acuse de recibo de las quejas y reclamos de los usuarios. Asimismo, establecerá y mantendrá un sistema de atención a los usuarios e informara al instituto para la defensa y educación del consumidor y del usuario (INDECU, semestralmente o a su requerimiento, sobre el numero de las quejas y el resultado de las reclamaciones.

Art.17.- Los intereses económicos de los consumidores y usuarios deberán ser respetados en los términos establecidos en esta Ley y estos tendrán derecho a ser indemnizados por los daños y perjuicios demostrados que el proveedor le ocasione.

Capitulo III

De la Información de Precios, Marcaje, Peso y Medida

Art.22.- El Ejecutivo Nacional, a través de sus organismos competentes, tiene el deber de investigar la composición de los precios de los productos nacionales e importados y de los servicios.

A estos efectos aquellos organismos formaran sus equipos de investigación, solo con funcionarios públicos, auxiliados, cuando fuere necesario, por personal especializado contratado.

Art. 23.- Ningún bien podrá ser expuesto a la venta sin que lleve marcado o impreso su precio de venta al público (PVP) y la fecha en que se hizo el marcaje.

El fabricante, productor o importador deberá marcar la fecha de expiración del lapso durante el cual el producto es apto para el consumo. No podrán ser expuestos a la venta aquellos productos cuya fecha de expiración haya llegado a su límite.

Art.25.- No se podrá imprimir o marcar más de un precio de venta al público en un

mismo producto, remover las estampas, tachar o enmendar el precio indicado originalmente, ni fijar en listas precios superiores a los marcados.

Si sobre un mismo bien aparecieren indicados mas de un precio de venta, se detecten tachaduras o enmiendas o se hayan fijado en listas para el público precios de venta superiores a los marcados, el consumidor pagara el precio de venta más bajo y el vendedor estará obligado a vender el producto por ese precio, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con esta ley.

Art.26.- Al producirse un aumento en el precio de venta de determinados bienes, las existencias de tales bienes marcadas al precio anterior deberán venderse sin el incremento. Esta norma rige para productores, importadores, mayoristas y detallistas.

CAPITULO VI

DE LA PUBLICIDAD Y LA OFERTA

Art. 47.- A los efectos de esta Ley, se entiende por publicidad la difusión masiva o restringida de mensajes destinados a dar a conocer las características, ventajas, cualidades o beneficios de cualquier tipo de bienes o servicios, con el fin de estimular su compra, uso o consumo, bien sean éstos fabricados o prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, de carácter publico o privado.

Artículo 48.- En cumplimiento de los objetivos de esta Ley se prohíbe:

- 1.- Ofrecer bienes o servicios, atribuyéndoles características, cualidades, comprobaciones, resultados o certificaciones que no puedan ser verificados de manera objetiva;
- 2.- Anunciar o vender como nuevos, bienes usados o reconstruidos;
- 3.- Hacer declaraciones falsas concernientes a los precios de bienes o tarifas de servicios.
- 4.- Promover bienes o servicios con base a declaraciones concernientes a desventajas o riesgos de cualquier otro bien o servicio de la competencia, a menos que disponga de elementos probatorios para fundamentar lo declarado.
- 5.- Incumplir con las ofertas de regalos, premios, muestras u otras entregas gratuitas;

Art. 49.- Cuando se exhiban los bienes en vitrinas, anaqueles o estanterías expuestas al público, se deberán indicar allí sus respectivos precios con caracteres claramente legibles y visibles.

Art. 50.- La información comercial sobre los productos y servicios nacionales o importados, se expresará en castellano y su precio en moneda nacional, en términos comprensibles, claramente legibles y conforme al sistema métrico decimal, sin perjuicio de que adicionalmente puedan incluirse esos mismos datos en otros idiomas, unidades monetarias o medidas

Art. 54.- La venta y publicidad de cigarrillos y bebidas alcohólicas deben expresar, en carácter es claramente legibles, tanto en el propio envoltorio como en las publicidades, las leyendas que señalen autoridades sobre sus efectos nocivos para la salud

La violación de estas normas generará responsabilidad, según los casos, entre las empresas industriales, comerciantes, agricultores o proveedores de los bienes y servicios antes señalados.

Art.57.- Todo anuncio publicitario relativo a promociones comerciales, deberá precisar la información necesaria para que los consumidores se enteren adecuadamente sobre los términos o condiciones de la promoción, así como la de forma de obtener su cumplimiento.

TITULO IV

DE LAS PERSONAS RESPONSABLES, LOS ILÍCITOS ADMINISTRATIVOS Y LAS SANCIONES

CAPITULO II

De los Ilícitos Administrativos y sus Sanciones

Art. 94.- Los proveedores que incumplan las obligaciones establecidas en los artículos 12, 13 y 14 serán sancionados con multa, equivalente en bolívares, de diez (10) a mil (1000) días de salario mínimo urbano.

Art.95.- Los proveedores que no respeten las estipulaciones a que se refiere el Artículo 15 serán sancionados con multa, equivalente en bolívares, de veinte (20) a

dos mil 2.000) días de salario mínimo urbano.

TITULO V

DE LOS DELITOS Y SANCIONES

CAPITULO I

De los Delitos

Art.106.- Quien restrinja la oferta, circulación, o distribución de bienes o servicios de primera necesidad o básicos, retenga dichos artículos o niegue la prestación de esos servicios, con o sin ocultamiento, para provocar escasez y aumento de los precios, será sancionado con prisión de uno (1) a tres (3) años y multa, equivalente en bolívares, de mil (1.000) a tres mil (3.000) días de salario mínimo urbano.

Art.107.- Quien enajene bienes o preste servicios declarados de primera necesidad, en forma directa o a través de Intermediarios, a precios superiores a los fijados por las autoridades competentes será sancionado con prisión de uno (1) a tres (3) años y multa, equivalente en bolívares, de mil (1.000) a tres mil (3.000) días de salario mínimo urbano.

Art.109.- Quien difunda noticias falsas, emplee violencia, amenaza, engaño o cualquier otra maquinación para alterar los precios de bienes, monedas, títulos o cualquier otro valor negociable, o para provocar o estimular la fuga de capitales, será sancionado con prisión de uno (1) a cuatro (4) años y multa, equivalente en bolívares, de dos mil (2.000) a cuatro mil (4.000) días de salario mínimo urbano.

La pena se aumentará en la mitad si los conductos previstos en este Artículo recaen sobre productos alimenticios, medicamentos, viviendas u otros bienes declarados de primera necesidad

Art.112.- El proveedor que altere o modifique la calidad, cantidad, peso o métrica de los bienes y servicios, especificados en oferta, en perjuicio del consumidor o usuario, será sancionado con prisión de seis (6) meses a un (1) año y multa, equivalente en bolívares, de seiscientos (600) a mil (1.000) días de salario mínimo urbano.

V.2.2. LEGISLACION ECUATORIANA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR.

LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art.2.- Definiciones.- Para efectos de la presente Ley, se entenderá por Anunciante.- Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor.- Toda persona natural o jurídico que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

Derecho de Devolución.- Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, Internet, u otros medios similares.

Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial.- Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta.- Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Publicidad Engañosa.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art.4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- 1.** Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar.
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios.
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios

que puedan resultar peligrosos en ese sentido.

3 Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos.

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

CAPITULO III

REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO.

Art. 6.- Publicidad Prohibida.- Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Art.7.- Infracciones Publicitarias.- Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada.

2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;

3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidas, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad.

Calidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras.

4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.

CAPITULO IV

INFORMACION BÁSICA COMERCIAL

Art. 9.- Información Pública.- Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del

precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen

Art. 10.- Idioma y Moneda.- Los datos y la información general expuesta en etiquetas, envases, empaques u otros recipientes de los bienes ofrecidos; así como la publicidad, información o anuncios relativos a la prestación de servicios, se expresarán en idioma castellano, en moneda de curso legal y en las unidades de medida de aplicación general en el país; sin perjuicio de que el proveedor pueda incluir, adicionalmente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida La información expuesta será susceptible de comprobación.

Art. 11.- Garantía.- Los productos de naturaleza durable tales como vehículos, artefactos eléctricos, mecánicos, electrodomésticos y electrónicos, deberán ser obligatoriamente garantizados por el proveedor para cubrir deficiencias de la fabricación y de funcionamiento. Las leyendas "garantizado", "garantía" o cualquier otra equivalente, sólo podrán emplearse cuando indiquen claramente en que consiste tal garantía; así como las condiciones, forma, plazo y lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva. Toda garantía deberá individualizar a la persona natural o jurídica que la otorga, así como los establecimientos y condiciones en que operará.

Art. 12.- Productos Deficientes o Usados.- Cuando se oferten o expendan al consumidor productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, tales circunstancias deberán indicarse de manera visible, clara y precisa, en los anuncios, facturas o comprobantes.

Art. 14.- Rotulado Mínimo de Alimentos.- Sin perjuicio de lo que dispongan las normas técnicas al respecto, los proveedores de productos alimenticios de consumo humano deberán exhibir en el rotulado de los productos, obligatoriamente, la siguiente información:

- a) Nombre del producto;
- b) Marca comercial;
- c) Identificación del lote.

- d) Razón social de la empresa.
- e) Contenido neto.
- f) Número de registro sanitario.
- g) Valor nutricional.
- h) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo.
- i) Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones.
- j) Precio de venta al público.
- k) País de origen; y.
- l) Indicación si se trata de alimento artificial, irradiado o genéticamente modificado.

CAPITULO V

RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor.

Art. 19.- Indicación del Precio.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente. El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo. El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal. Las farmacias, boticas, droguerías y similares deberán exhibir de manera visible, además del valor final impreso en cada uno de los medicamentos o bienes de expendio, la lista de precios oficiales de los medicamentos básicos, aprobados por la autoridad competente.

Art. 20.- Defectos y Vicios Ocultos.- El consumidor podrá optar por la rescisión del contrato, la reposición del bien o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan inadecuada o disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad del uso al que habitualmente se le destine, que, de haberlos conocido el consumidor, no la habría adquirido o hubiera dado un menor precio por ella.

Art. 22.- Reparación Defectuosa.- Cuando un bien objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho, dentro de los noventa días contados a partir de la recepción del bien, a que se le repare sin costo adicional o se reponga el bien en un plazo no superior a treinta días, sin perjuicio a la indemnización que corresponda. Si se hubiere otorgado garantía por un plazo mayor, se estará a este último.

Art. 25.- Servicio Técnico.- Los productores, fabricantes, importadores, distribuidores y comerciantes de bienes deberán asegurar el suministro permanente de componentes, repuestos y servicio técnico, durante el lapso en que sean producidos, fabricados, ensamblados, importados o distribuidos y posteriormente, durante un período razonable de tiempo en función a la vida útil de los bienes en cuestión, lo cual será determinado de conformidad con las normas técnicas del Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN -

CAPITULO VIII

CONTROL DE LA ESPECULACION

Art.51.- Sin perjuicio de lo que al respecto establecen las normas penales, queda absolutamente prohibida la especulación. Igualmente queda prohibida cualquier otra práctica desleal que tienda o sea causa del alza indiscriminada de precios de bienes y/o servicios.

Así mismo, se adoptarán las medidas necesarias para evitar la fuga de alimentos fuera del territorio nacional, que pudieran provocar desabastecimiento de los mercados internos.

Art.53.- Cuando se detecte indicios de procesos especulativos los intendentes de Policía, subintendentes de Policía, comisarios nacionales y demás autoridades

competentes, a petición de cualquier interesado o aún de oficio podrán realizar los controles necesarios a fin de establecer la existencia de tales procesos especulativos.

CAPITULO IX

PRACTICAS PROHIBIDAS

Art.55.- Constituyen prácticas abusivas de mercado, y están absolutamente prohibidas al proveedor, entre otras, las siguientes:

1. Condicionar la venta de un bien a la compra de otro o a la contratación de un servicio, salvo que por disposición legal el consumidor debe cumplir con algún requisito;
2. Rehusar atender a los consumidores cuando su stock lo permita;
3. Enviar al consumidor cualquier servicio o producto sin que éste lo haya solicitado. En tal hipótesis, se entenderá como muestras gratis los bienes y/o servicios enviados.
4. Aprovecharse dolosamente de la edad, salud, instrucción o capacidad del consumidor para venderle determinado bien o servicio.
5. Colocar en el mercado productos u ofertar la prestación de servicios que no cumplan con las normas técnicas y de calidad expedidas por los órganos competentes;
6. Aplicar fórmulas de reajuste diversas a las legales o contractuales,
7. Dejar de fijar plazo para el cumplimiento de sus obligaciones, o dejarlo a su único criterio.
8. El redondeo de tiempos para efectivizar el cobro de intereses, multas u otras sanciones económicas en tarjetas de crédito, préstamos bancarios y otros similares.

CAPITULO X

PROTECCION A LA SALUD Y SEGURIDAD

Art.57.- Advertencias Permanentes.- Tratándose de productos cuyo uso resultare potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores, para la seguridad de sus bienes o del ambiente, el proveedor deberá incorporar en los mismos, o en instructivos anexos, las advertencias o indicaciones necesarias para que su empleo se efectúe con la mayor seguridad posible. En cuanto al expendio de bebidas alcohólicas,

cigarrillos y otros derivados del tabaco y productos nocivos para la salud, deberá expresarse clara, visible y notablemente la indicación de que su consumo es peligroso para la salud, de acuerdo a lo que al respecto regule el Reglamento a la presente Ley. Dicha advertencia deberá constar, además, en toda la publicidad del bien considerado como nocivo. En lo que se refiere a la presentación de servicios riesgosos, deberán adoptarse por el proveedor las medidas que resultaren necesarias para que aquella se realice en adecuadas condiciones de seguridad, informando al usuario y a quienes pudieren verse afectados por tales riesgos, de las medidas preventivas que deban usarse

Art.59.- Prohibición de Comercialización.- Comprobada por cualquier medio idóneo, la peligrosidad o toxicidad de un producto destinado al consumo humano, en niveles considerados como nocivos o peligrosos para la salud del consumidor, la autoridad competente dispondrá el retiro inmediato de dicho bien o producto del mercado y la prohibición de circulación del mismo. Los daños y perjuicios producidos por la acción de dichos bienes o productos serán de cargo del proveedor, sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar.

CAPITULO XII

CONTROL DE CALIDAD

Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

Art. 66.- Normas Técnicas.- El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de

Normalización INEN - , entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización, para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados, quienes prestarán obligatoriamente sus servicios y colaboración. Las normas técnicas no podrán establecer requisitos ni características que excedan las establecidas en los estándares internacionales para los respectivos bienes.

Art. 67.- Delegación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN- y las demás autoridades competentes, podrán, de acuerdo con la Ley y los Reglamentos, delegar la facultad de control de calidad mencionada en el artículo anterior, a los municipios que cuenten con la capacidad para asumir dicha responsabilidad.

Art. 68.- Unidades de Control.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- promoverá la creación y funcionamiento de los departamentos de control de calidad, dentro de cada empresa pública o privada,

Proveedora de bienes o prestadora de servicios. Así mismo, reglamentará la posibilidad de que, alternativamente, se contraten laboratorios de las universidades y escuelas politécnicas o laboratorios privados debidamente calificados para cumplir con dicha labor.

Art. 69.- Capacitación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- realizará programas permanentes de difusión sobre normas de calidad a los proveedores y consumidores, utilizando, entre otros medios, los de comunicación social, en los espacios que corresponden al Estado, según la Ley.

V.2.3. LEGISLACIÓN ARGENTINA.

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Ley N° 24.240

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Objeto. Consumidor. Equiparación. La presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Queda comprendida la adquisición de derechos en tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines.

Se considera asimismo consumidor o usuario a quien, sin ser parte de una relación de consumo, como consecuencia o en ocasión de ella adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de consumo.

Art. 2.- PROVEEDOR. Es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios. Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente ley.

No están comprendidos en esta ley los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento. Ante la presentación de denuncias, que no se vinculen con la publicidad de los servicios, presentadas por los usuarios y consumidores, la

autoridad de aplicación de esta ley informará al denunciante sobre el ente que controle la respectiva matrícula a los efectos de su tramitación.

CAPITULO II

INFORMACION AL CONSUMIDOR Y PROTECCION DE SU SALUD

Art. 4.- Información. El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada con claridad necesaria que permita su comprensión.

Art. 5.- Protección al Consumidor. Las cosas y servicios deben ser suministrados o prestados en forma tal que, utilizados en condiciones previsibles o normales de uso, no presenten peligro alguno para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios.

CAPITULO X

RESPONSABILIDAD POR DAÑOS

Art. 40.- Si el daño al consumidor resulta del vicio o riesgo de la cosa o de la prestación del servicio, responderán el productor, el fabricante, el importador, el distribuidor, el proveedor, el vendedor y quien haya puesto su marca en la cosa o servicio. El transportista responderá por los daños ocasionados a la cosa con motivo o en ocasión del servicio.

Art. 40 bis: Daño directo. Es todo perjuicio o menoscabo al derecho del usuario o consumidor, susceptible de apreciación pecuniaria, ocasionado de manera inmediata sobre sus bienes o sobre su persona, como consecuencia de la acción u omisión del proveedor de bienes o del prestador de servicios.

La autoridad de aplicación podrá determinar la existencia de daño directo al usuario o consumidor resultante de la infracción del proveedor o del prestador de servicios y obligar a éste a resarcirlo, hasta un valor máximo de CINCO (5) Canastas Básicas Total para el Hogar 3, que publica el Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (INDEC).

TITULO II

AUTORIDAD DE APLICACION PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

CAPITULO XI

AUTORIDAD DE APLICACION

Art. 41.- Aplicación nacional y local. La Secretaría de Comercio Interior dependiente del Ministerio de Economía y Producción, será la autoridad nacional de aplicación de esta ley. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las provincias actuarán como autoridades locales de aplicación ejerciendo el control, vigilancia y juzgamiento en el cumplimiento de esta ley y de sus normas reglamentarias respecto de las presuntas infracciones cometidas en sus respectivas jurisdicciones.

CAPITULO XII

PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

Art.45.-Actuaciones Administrativas. La autoridad nacional de aplicación iniciará actuaciones administrativas en caso de presuntas infracciones a las disposiciones de esta ley, sus normas reglamentarias y resoluciones que en consecuencia se dicten, de oficio o por denuncia de quien invocare un interés particular o actuare en defensa del interés general de los consumidores.

Previa instancia conciliatoria, se procederá a labrar acta en la que se dejará constancia del hecho denunciado o verificado y de la disposición presuntamente infringida.

En el acta se dispondrá agregar la documentación acompañada y citar al presunto infractor para que, dentro del plazo de CINCO (5) días hábiles, presente por escrito su descargo y ofrezca las pruebas que hacen a su derecho.

Si se tratare de un acta de inspección, en que fuere necesaria una comprobación técnica posterior a los efectos de la determinación de la presunta infracción y que resultare positiva, se procederá a notificar al presunto responsable la infracción verificada, intimándolo para que en el plazo de CINCO (5) días hábiles presente por escrito su descargo. En su primera presentación, el presunto infractor deberá constituir domicilio y acreditar personería.

Las pruebas se admitirán solamente en casos de existir hechos controvertidos y siempre que no resulten manifiestamente inconducentes. Contra la resolución que deniegue medidas de prueba sólo se concederá el recurso de reconsideración. La prueba deberá producirse entre el término de DIEZ (10) días hábiles, prorrogables cuando haya causas justificadas, teniéndose por desistidas aquellas no producidas dentro de dicho plazo por causa imputable al infractor.

Contra los actos administrativos que dispongan sanciones se podrá recurrir por ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal, o ante las cámaras federales de apelaciones con asiento en las provincias, según corresponda de acuerdo al lugar de comisión del hecho.

El recurso deberá interponerse ante la misma autoridad que dictó la resolución, dentro de los DIEZ (10) días hábiles de notificada y será concedido en relación y con efecto suspensivo, excepto cuando se hubiera denegado medidas de prueba, en que será concedido libremente.

Las disposiciones de la Ley N° 19.549 de Procedimientos Administrativos, en el ámbito nacional y en lo que ésta no contemple las disposiciones del Código Procesal, Civil y Comercial de la Nación, se aplicarán supletoriamente para resolver cuestiones no

previstas expresamente en la presente ley y sus reglamentaciones, y en tanto no fueren incompatibles con ella.

Art. 46.- Incumplimiento de Acuerdos Conciliatorios. El incumplimiento de los acuerdos conciliatorios se considerará violación a esta ley. En tal caso, el infractor será pasible de las sanciones establecidas en la presente, sin perjuicio del cumplimiento imperativo de las obligaciones que las partes hubieran acordado.

Art. 47.- Sanciones. Verificada la existencia de la infracción, quienes la hayan cometido serán pasibles de las siguientes sanciones, las que se podrán aplicar independiente o conjuntamente, según resulte de las circunstancias del caso:

a) Apercibimiento.

b) Multa de PESOS CIEN (\$ 100) a PESOS CINCO MILLONES (\$ 5.000.000).

c) Decomiso de las mercaderías y productos objeto de la infracción.

d) Clausura del establecimiento o suspensión del servicio afectado por un plazo de hasta TREINTA (30) días.

e) Suspensión de hasta CINCO (5) años en los registros de proveedores que posibilitan contratar con el Estado.

f) La pérdida de concesiones, privilegios, regímenes impositivos o crediticios especiales de que gozare.

En todos los casos, el infractor publicará o la autoridad de aplicación podrá publicar a costa del infractor, conforme el criterio por ésta indicado, la resolución condenatoria o una síntesis de los hechos que la originaron, el tipo de infracción cometida y la sanción aplicada, en un diario de gran circulación en el lugar donde aquélla se cometió y que la autoridad de aplicación indique. En caso que el infractor desarrolle la actividad por la

que fue sancionado en más de una jurisdicción, la autoridad de aplicación podrá ordenar que la publicación se realice en un diario de gran circulación en el país y en uno de cada jurisdicción donde aquél actuare. Cuando la pena aplicada fuere de apercibimiento, la autoridad de aplicación podrá dispensar su publicación.

Art. 48. — Denuncias Maliciosas. Quienes presentaren denuncias maliciosas o sin justa causa ante la autoridad de aplicación, serán sancionados según lo previsto en los incisos a) y b) del artículo anterior, sin perjuicio de las que pudieren corresponder por aplicación de las normas civiles y penales.

Art. 49. — Aplicación y graduación de las sanciones. En la aplicación y graduación de las sanciones previstas en el artículo 47 de la presente ley se tendrá en cuenta el perjuicio resultante de la infracción para el consumidor o usuario, la posición en el mercado del infractor, la cuantía del beneficio obtenido, el grado de intencionalidad, la gravedad de los riesgos o de los perjuicios sociales derivados de la infracción y su generalización, la reincidencia y las demás circunstancias relevantes del hecho.

DISPOSICIONES FINALES

CAPITULO XVI

EDUCACION AL CONSUMIDOR

Art. 60. — Planes educativos. Incumbe al Estado nacional, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a las provincias y a los Municipios, la formulación de planes generales de educación para el consumo y su difusión pública, arbitrando las medidas necesarias para incluir dentro de los planes oficiales de educación inicial, primaria, media, terciaria y universitaria los preceptos y alcances de esta ley, así como también fomentar la creación y el funcionamiento de las asociaciones de consumidores y usuarios y la participación de la comunidad en ellas, garantizando la implementación de programas destinados a aquellos consumidores y usuarios que se encuentren en situación desventajosa, tanto

en zonas rurales como urbanas.

Art. 61.- Formación del Consumidor. La formación del consumidor debe facilitar la comprensión y utilización de la información sobre temas inherentes al consumidor, orientarlo a prevenir los riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de los servicios. Para ayudarlo a evaluar alternativas y emplear los recursos en forma eficiente deberán incluir en su formación, entre otros, los siguientes contenidos:

a) Sanidad, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y adulteración de los alimentos:

b) Los peligros y el rotulado de los productos.

c) Legislación pertinente, forma de obtener compensación y los organismos de protección al consumidor.

d) Información sobre pesas y medidas, precios, calidad y disponibilidad de los artículos de primera necesidad.

VI.1. PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO.

Habiéndose desarrollado el tema de la investigación y analizado las Normas Jurídicas correspondientes a la Defensa del Consumidor, desde un punto de vista institucional, cronológica y actual; debemos pasar ahora hacer un diagnóstico sobre el tema de la investigación como base en la información obtenida del trabajo de campo, es decir a través de las entrevistas y encuestas realizadas.

La presente investigación de campo considera la información obtenida de las instituciones públicas como privadas, también la información obtenida de las entrevistas y encuestas realizadas al público, siempre tomando en cuenta el ámbito de aplicación espacial.

VI.1.1. RECOLECCIÓN DE DATOS

En la presente investigación, se obtuvo información a través de las técnicas de la *entrevista y encuesta*. Esta técnica permite recoger información de grandes grupos humanos, como es en el presente caso, sus niveles de información es tal que son los medios más usados en las ciencias Sociales por ser confiables y de mayor validez, por tanto es el instrumento perfecto para realizar el trabajo de campo en el tema de la problemática que entraña el problema de la protección y defensa de los derechos de los consumidores.

VI.1.2. SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este trabajo de investigación Socio - Jurídico tal como se propuso en el perfil de tesis, el mismo se realizó en la ciudad de La Paz, Provincia Los Andes, en la Población de "Pucarani", que gracias a la cooperación de la población y de la Alcaldía Municipal se aplicó la técnica de investigación.

VI.2. ENTREVISTA A LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL AREA URBANA.

Una vez propuesta y señaladas los parámetros de la investigación se llevo acabo el trabajo de campo consistente en la recolección de datos concerniente al objeto de estudio, se realizo entrevista ha Instituciones Publicas seleccionados como sujetos de estudio.

VI.2.1. ENTREVISTA AL VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y USUARIO (VDDUC)

Lo que al respecto concierne la Dirección General del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Consumidor y Usuario, a cargo del Arquitecto Nelson Guzmán, informo que el Viceministerio de Defensa de los Derechos del usuario y Consumidor es un Viceministerio de reciente creación, esta realizando **por una parte**, políticas preventivas de seguridad ante la hola de accidentes de trancito, en coordinación con el Viceministerio de Trasporte y el Viceministerio de Seguridad Ciudadana, precautelando así la vida de los usuario, contemplando medidas de prevención y seguridad vial, como por ejemplo un sistema de control y registro confiable de los servicios de taxis y radio taxis

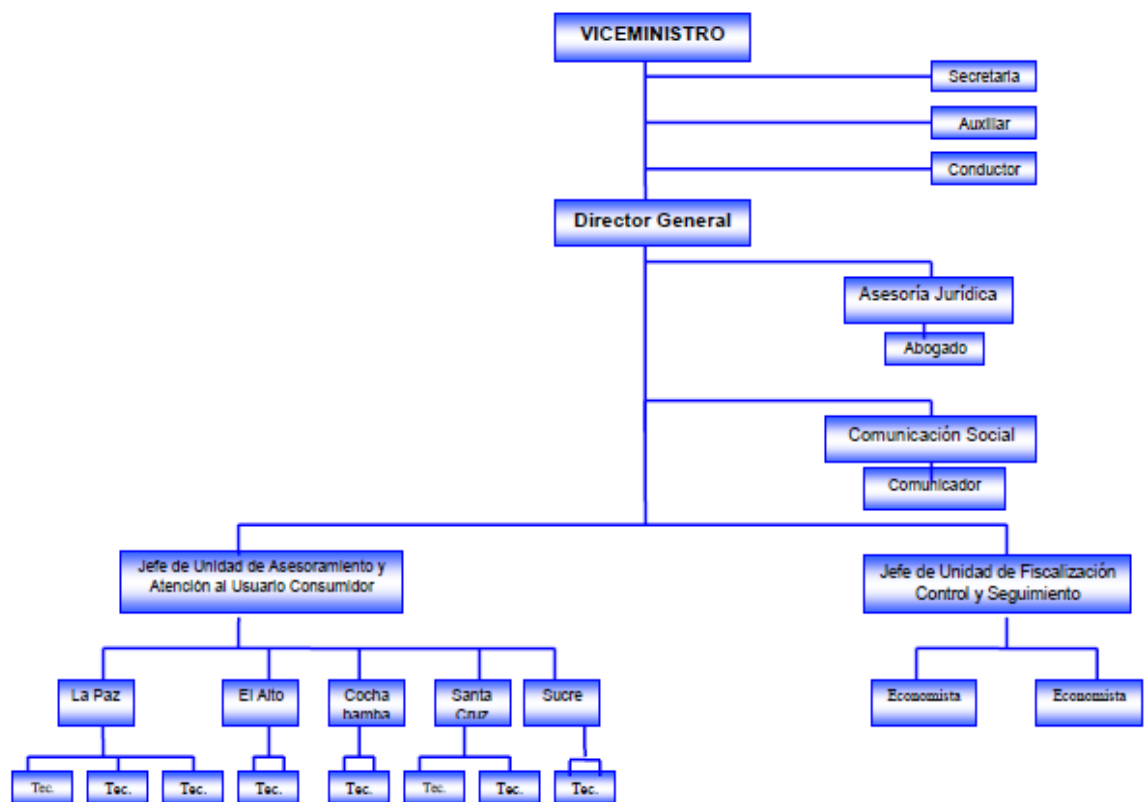
De la misma forma se realizan inspecciones sorpresas, coordinado con otras entidades como la Guardia Municipal de la Alcaldía, para impedir el incremento de los precios de la “Canasta Familiar, para ello se fiscaliza a proveedores, distribuidores, mayoristas y mercados.

Por otra parte el (VDDUC), en coordinación con el Viceministerio de Salud **fiscalizo** a las farmacias para el decomiso de productos adulteradas, falsificados o con fechas de vencimiento; también se realizo ferias interministeriales (mes de enero 2010)en la Paz como en otros departamentos como ser Cochabamba , Santa Cruz Trinidad y Cobija, con el fin de establecer un contacto directo con la población y hacer conocer al publico, sus derechos de usuarios y consumidores.

Se realizo una intensa campaña de difusión de los derechos de los usuarios y consumidores, mediante espacian de comunicación y en la red nacional TVB en

el micro programa Defensa del Consumidor, para mostrar las intervenciones del Viceministerio para el arreglo, cambio y/o devoluciones de artefactos defectuosos.

Entre otras acciones y programas por parte del **Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor (VDDUC)**, se realizaron seminarios, talleres conferencias y encuentro con la población para convocar al ejercicio pleno de sus derechos



VI.2.2. ENTREVISTA AL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO Y CONSUMIDOR.

Nos dirigimos al **Centro de Atención al Usuario y Consumidor**, de la ciudad de El Alto, distrito 1, Zona Santa Rosa, Avenida Cívica, Esquina Calle 2. Toda vez que es el único Centro de Atención al Usuario y Consumidor a nivel ciudad de El Alto.

Este centro de atención al consumidor se encuentra a cargo de la Licenciada en

Sociología Gueily Selaez, quien nos dio el siguiente informe:

Este centro de atención es parte del mismo Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, proporcionamos apoyo a los conflictos que se presentan entre los usuarios y consumidores, mas aun se reciben denuncias de los mismos usuarios y consumidores para poder solucionarlos y si es posible llegar a una conciliación que pueda favorecer tanto al consumidor como al proveedor.

Estas denuncias son recepcionadas en unos formularios de reclamación; existen dos tipos de formulario uno para el sector regulado y otro para el sector no regulado.

El sector regulado esta establecido por el Decreto Supremo N° 0071, en las que se crean las Autoridades de fiscalización y Control Social, como por ejemplo la ATT. es la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transportes, la AAPS. Autoridad de Fiscalización y Control Social de Agua Potable y Saneamiento Básico.

El sector no regulado Comprenden los servicios relacionados a equipamientos, salud, educación, transporte urbano, transporte interprovincial, restaurantes, y otros servicios.

Nosotros como Centro de Atención al Usuario y Consumidor para poder solucionar las denuncias establecidas, nos dirigimos personalmente al lugar de la transacción es decir el lugar de la compra venta del producto, sea una tienda, un puesto.

Tratamos de establecer soluciones rápidas, coordinado directamente con los encargados, en este caso el proveedor o vendedor, generalmente llegamos a una conciliación que muchas veces llegan incluso a cambiar el producto defectuoso o dañado.

¿Que tipos de denuncias reciben? Se reciben denuncias que generalmente se traducen en artefacto electrónicos, electrodomésticos, así también celulares radios televisores; son muy pocas las denuncias de productos comestibles.

Hasta este momento el porcentaje de denuncias es muy bajo, a diario recibimos un promedio de 2 a 3 denuncias, ¿esto a que se debe? Puede ser por distintos factores primero: la falta de conocimiento de las personas de donde acudir, es decir que no

tienen conocimiento alguno que existe un Centro de protección al consumidor; segundo por que ignoran su derecho y muchas veces las personas dejan pasar el tiempo.

Por otra parte se esta realizando compañías, a nivel ciudad de El Alto, para orientar y hacer conocer a los usuario y consumidores de sus derechos, algunas de las actividades que se realizaron son las ferias publicas, así también se repartió volantes y trípticos en distintos lugares de la ciudad de El Alto, como es la zona 16 de julio, la Ceja de El Alto, lugares próximos a este Centro, pero por los pocos recursos y la falta de personal abarcamos muy poco a nivel ciudad de El Alto.

¿Este centro llego a abarcar a las provincias? No Como indicamos no contamos con recursos ni personal suficiente.

¿Entonces si un consumidor en provincia tiene algún reclamo donde acude?

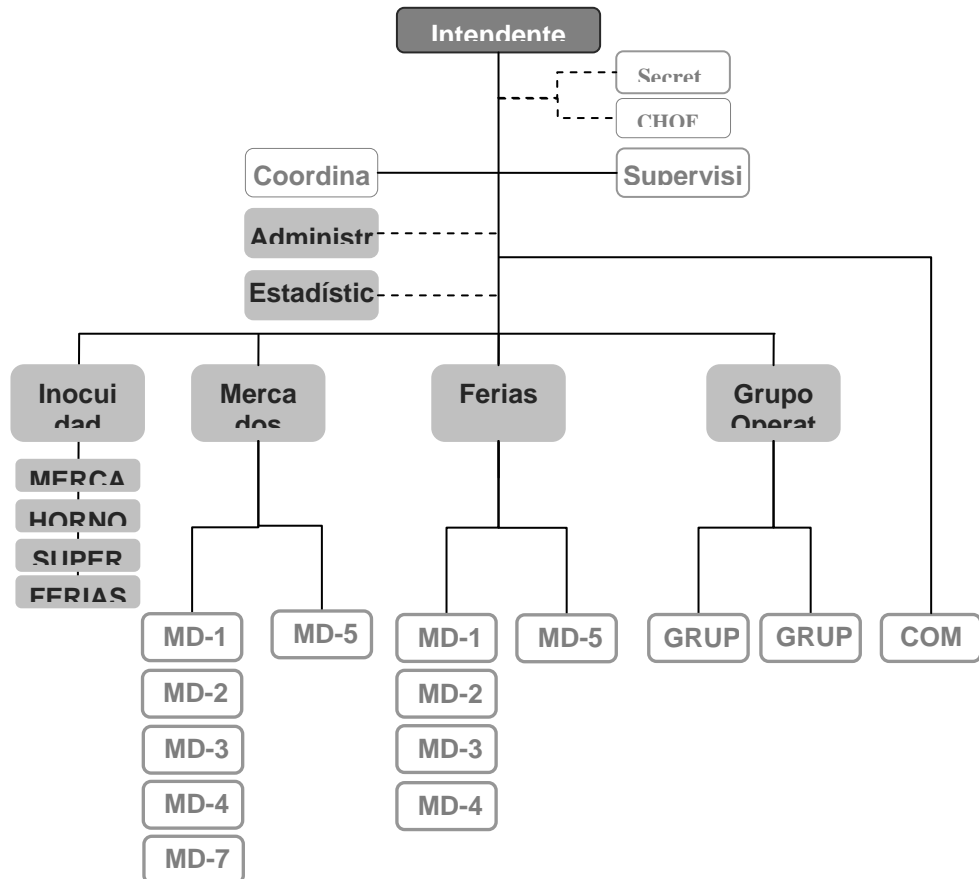
Tendría que apersonarse a este centro para formular su denuncia, puesto es que no contamos con otro centro de atención al consumidor en la ciudad de El Alto, este es el único centro.

VI.2.3. ENTREVISTA A LA INTENDENCIA MUNICIPAL DE LA PAZ

Nos entrevistamos con el Dr. Mauricio Ruiz Intendente Municipal de La Paz quien nos dio la siguiente información acerca de políticas y operativos de control que va realizando:

La Intendencia Municipal de La Paz dependiente de la Oficialía Mayor de Promoción Económica, tiene como misión el control de los Mercados, Hornos de Panificación, Supermercados y Mataderos Clandestinos. Es responsable de cumplir y hacer cumplir la normativa emanada por el Honorable Consejo Municipal y Ejecutivo Municipal; en las diferentes áreas de su competencia.

Esta conformada bajo la siguiente estructura:



Se cuenta con **14 funcionarios administrativos** y **47 Guardias Municipales** que cumplen funciones operativas y que contribuyen con las demandas y exigencias que la ciudadanía requiere, en cuanto al Control de la Actividad Económica, Inocuidad Alimentaria, Buenas Prácticas de Manipulación en los Centros de Comercialización de Alimentos y otros servicios que la Intendencia Municipal presta precautelando la Salud de la Población.

¿Dr. Como realiza los operativos de control? R. los realizamos en primer lugar zonificando el sector, es decir los realizamos por macro distrito cada distrito tiene entre mercados, supermercados puestos de ventas (ferias), y otros. Los controles lo realizamos según como avancemos en las inspecciones y controles en cada distrito

por lo que se generan los realizamos trimestralmente, independientemente de las denuncias que se puedan recibir en cada distrito, así también realizamos políticas de control y contingencia para las distintas festividades que se presentan en la ciudad como las fiestas de fin de año.

¿Que tipo de sanción reciben los que venden productos adulterados, caducos u otros?

Como se puede observar en los cuadros que se le esta proporcionando (Ver Cap. IV) existen sanciones como, la suspensión del puesto de venta, el decomisote de los productos en mal estado para luego poder desecharlo puesto es que ya no son aptos para el consumo.

¿Son efectivos estos controles? R. estos controles son efectivos; si no fuera así no se tendría productos decomisados, puestos suspendidos, el levantamiento de puestos ilegales, hornos de panificación cerrados, con lo que se demuestran la efectividad de los controles es por eso que se tiene que realizar estos controles constantemente.

VI.2.3. ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE PUCARANI.

Nos entrevistamos con el Alcalde de Pucarani el Sr. Félix Espinosa Coro, el mismo nos informo que se realizan actividades de control de expendio de alimentos e higienes por parte de la Intendencia Municipal de Pucarani, por lo que nos pidió que nos apersonemos a la Intendencia de Pucarani para la obtención de la información mas concreta

La Intendencia de Pucarani se encuentra a cargo del Sr. Rene Aruquipa Lazo (Intendente), el mismo nos dio la siguiente información.

La Intendencia Municipal esta únicamente compuesta por.

- **Intendente.**
- **2 Auxiliares.**

- **2 Guardias Municipal**
- **2 Personales de limpieza.**
- **2 Personales del aria verde**

La Intendencia Municipal de Pucarani se encarga en primer lugar de la limpieza en general del municipio este comprende: plazas, avenidas y calles, también realizamos los debidos controles e inspecciones en la venta de productos alimenticios como es la venta de comidas, la venta de medicamentos “farmacias”, por otra parte realizamos controles de higiene y salubridad.

¿Existe algún Centro de Defensa de los Derechos al Consumidor en Pucarani? R. No como se puede observar no existe ningún centro de atención al consumidor, nosotros como intendencia somos los únicos que nos encargamos de controlar la venta de productos, así como de recepcionar cualquier tipo de denuncias.

¿Cree Usted que es necesario que se instale un centro de atención al consumidor en esta localidad? R. Por supuesto especialmente en este lugar que es la capital de la provincia Los Andes, como capital nosotros contamos con 12 cantones y dentro de estos cantones existen varias comunidades en total son 180 comunidades, nosotros como intendencia abarcamos todos estos lugares, es muy difícil controlar, ayudaría en grande un centro de atención al consumidor, los comunarios acudirían a este lugar para formular sus denuncias siempre y cuando existiera un centro al consumidor.

VI.2.4. ENTREVISTA A LOS CONSUMIDORES DE “PUCARANI”.

Con relación a los entrevistados de la población de Pucarani, se realizo la misma en la feria que se va realizando todos los días domingos, la entrevista fue realizada al azar a un grupo de personas.

Primero: El público entrevistados en un 70% indican que no logran adquirir todos sus productos que requieren en su localidad, por lo que se ven en la necesidad de dirigirse por lo general a dos lugares; zona 16 de julio de la ciudad de El Alto el segundo la Ceja de El Alto.

Segundo: Por otra parte informaron que la única autoridad encargada del cuidado e higiene de los productos, tiendas, de la plaza calles y avenidas es la Intendencia Municipal de Pucarani.

Tercero: El público entrevistado en su mayoría afirma que requieren que exista una institución (Centro de Atención al Consumidor) en su localidad, para poder acudir en algún momento si sus derechos y/o intereses esta siendo dañados o infringido, así también hubo personas que afirmaron que estos centro de atención por lo posible se encuentren en lugares estratégicos como en Pucarani que es la capital de la Provincia Los Andes.

VI.3. DIAGNOSTICO DE LAS ENCUESTAS.

El presente diagnostico considera la información obtenida y/o resultados de las *encuestas* realizadas en la provincia Los Andes Localidad de “Pucarani” llevándose a cabo la encuesta de nueve preguntas relacionadas a los Derechos y Protección de los consumidores, a la implementación de políticas social y marco legal que proteja sus derechos, para este cometido se procedió a la elaboración de cuestionarios, toda vez que es el instrumento mas utilizado para recolectar datos, consiste en un conjunto de preguntas, podemos hablar de preguntas cerradas y abiertas, la primera contienen categorías o alternativas de respuestas que han sido delimitadas, en cambio la segunda no delimita de antemano las alternativas de respuestas.⁴⁶

VI.3.1. RESULTADO DEL DIAGNOSTICO DE LAS ENCUESTAS

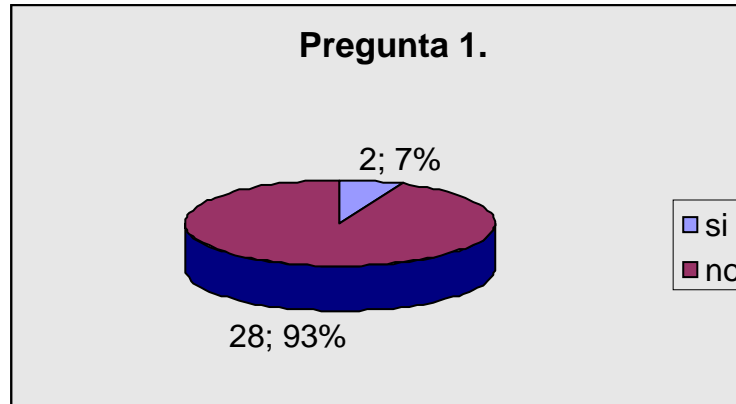
La encuesta se desarrollo ha personas que se encontraban adquiriendo algunos productos en la feria que se la realiza todos los días domingo.

⁴⁶ Sampieri Roberto Fernández, Metodología de la investigación

Las pregunta realizada en la encuesta son las siguientes:

1) ¿Usted Sabe cuales son sus derechos como usuario y Consumidor?

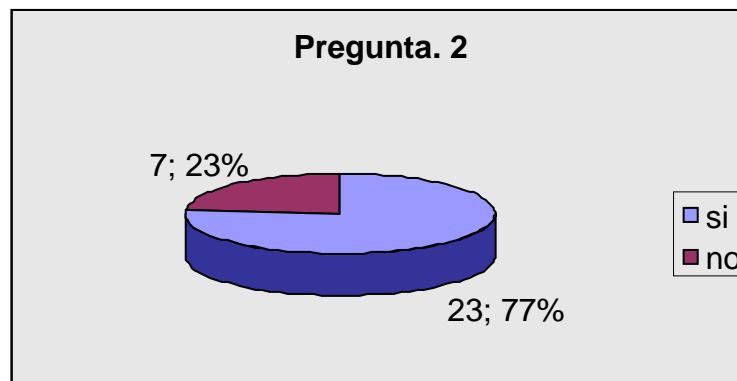
1) Si 2) No



Son solo 2 de cada 30 personas las que conoce básicamente sus derechos, siendo 28 personas de cada 30 personas las no conocen de sus derechos básicos como consumidor

2) ¿Usted cree que los productos que se venden están adulterados?

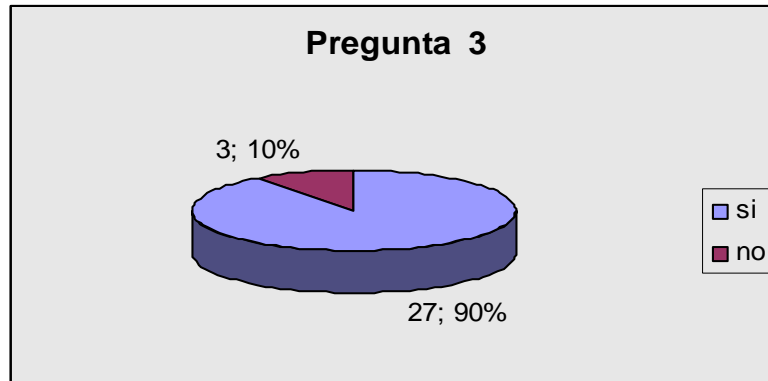
1) Si 2) No



Son 23 de cada 30 personas las que indicaron que los productos que venden se encuentran adulterados, siendo 7 personas de cada 30 personas las no consideran que los productos que adquieren o compran se adulterados.

3) ¿Usted cree que los productos que se venden están con fecha ya vencidas o caducas?

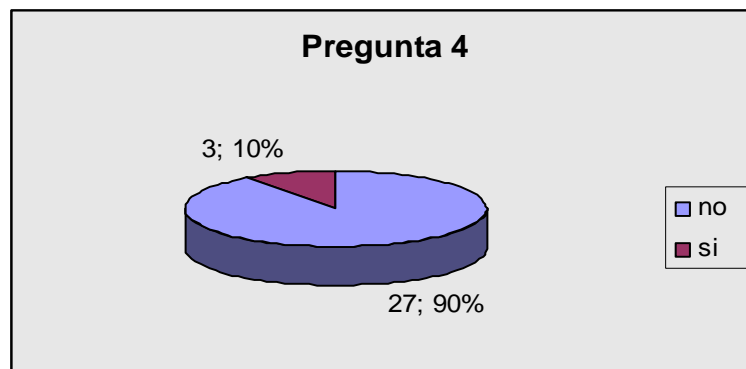
1) Si 2) No



Son 27 de cada 30 personas las que indicaron que los productos que venden se encuentran con fecha de vencimiento ya expirados, siendo 3 personas de cada 30 personas las no consideran que los productos que se venden se encuentren con fecha ya vencidas

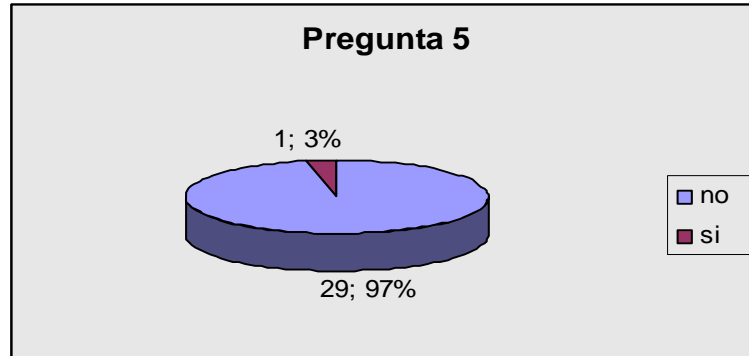
4) ¿Cree usted que existe un control adecuado de precio y peso de los productos que se expendan en el mercado?

1) Si 2) No



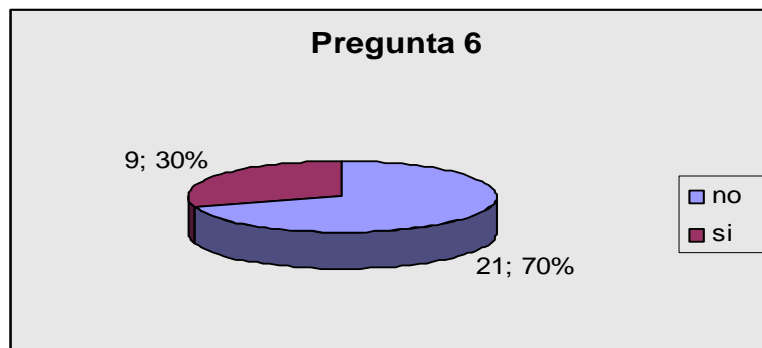
Son 27 de cada 30 personas las que indicaron que no existe un control adecuado en el precio y peso, siendo 3 personas de cada 30 personas las que creen que existe un control adecuado.

5) ¿Sabe usted a que autoridad acudir cuando obtuvo un producto defectuoso o en mal estado?
1) Si 2) No



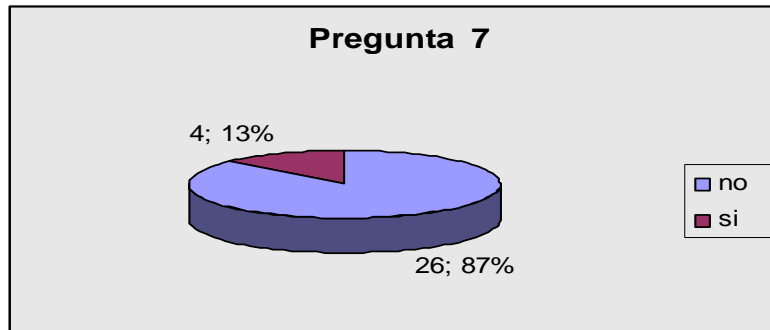
Son 29 de cada 30 personas las que indicaron que no saben donde acudir, siendo 1 persona de cada 30 personas la que sabe a donde acudir

6) ¿Cree usted que el Gobierno se preocupa de crear Políticas de información para la adquisición de productos?
1) Si 2) No



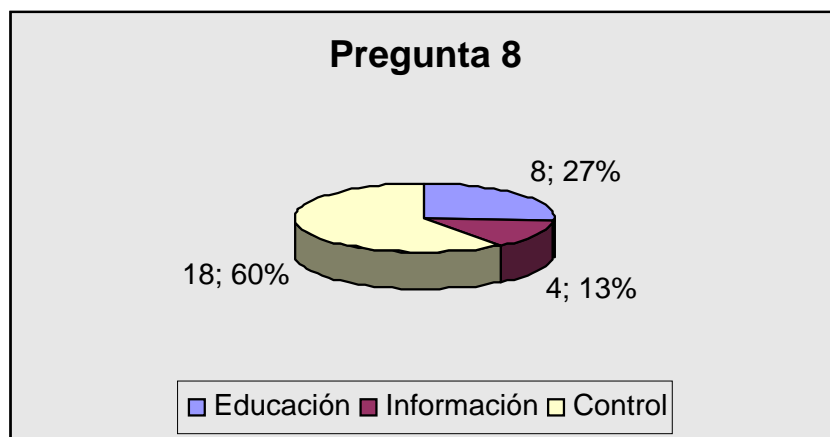
Son 21 de cada 30 personas las que indicaron que el gobierno no se preocupa de crear. Políticas de información para la adquisición de productos, siendo 9 personas de cada 30 personas las que creen que Gobierno se preocupa de crear Políticas de información hacia el consumidor

7) ¿Cree usted que el Gobierno se preocupa de crear políticas de educación para el usuario y consumidor? 1) Si 2) No



Son 26 de cada 30 personas las que indicaron que el gobierno no se preocupa de crear Políticas de Educación para el usuario y consumidor, siendo 4 personas de cada 30 personas las que creen que Gobierno si se preocupa de crear Políticas de información hacia el usuario o consumidor.

8) ¿Según usted que política es necesaria para la protección del usuario y consumidor? Seleccione solo una opción.
a) Educación b) información c) control

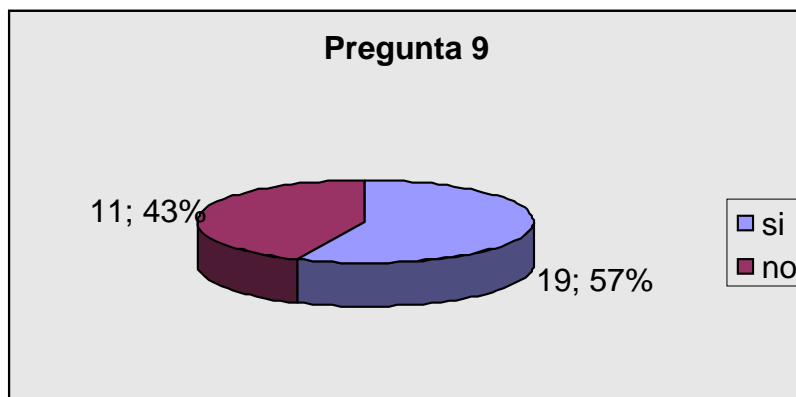


Son 8 de cada 30 personas las que indicaron que se debe crear Políticas de Educación para el usuario y consumidor,

Son 4 personas de cada 30 personas las que indicaron que se debe crear Política de información.

Son 18 personas de cada 30 personas las que indicaron que se debe crear Política de control.

9) Cree que es necesario la creación de un centró de atención al consumidor en esta localidad. 1) Si 2) No



Son 19 de cada 30 personas las que indicaron que si es necesaria la creación de un centro de atención al consumidor, siendo 11 personas de cada 30 personas las que creen que no es necesario de crear un centro de atención al consumidor en esta localidad.

VI.4. ANALISIS Y RESULTADO

Los análisis de la encuesta fueron traducidos en porcentaje y contrastados con la hipótesis planteada, confirma la misma.

Por otra parte de todos los resultados obtenidos se ha analizar que la gran mayoría la población de Pucarani encuestada coincide con la propuesta de esta tesis.

“Hipótesis”

La implementación de Política Social, Cultural y el Establecimiento de un ordenamiento jurídico permitirán la protección de los derechos y garantías de los consumidores, evitando la adulteración, falsificación de los productos, protegiendo a la salud del consumidor.

Por lo tal es necesario que se establezca las políticas necesarias para la protección al consumidor en el área rural, para que estas comunidades como “Pucarani” y otras, no sufran daños al adquirir productos, sin olvidar que se debe establecer una centro de atención donde puedan apersonarse cuando sus derechos sea infringidos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Como resultado de la investigación se han podido alcanzar las siguientes conclusiones y recomendaciones

CONCLUSIONES

Es claro y evidente que en Bolivia existe un vacío legal de protección al usuario y consumidor, no se cuenta aun con una ley especifica de Defensa a los Derechos de los Consumidores, es alarmante la falta de preocupación de los gobernantes de turno por aprobar una ley que proteja a los usuarios y consumidores de los riesgos para la salud y su seguridad. Toda vez que es evidente que la población esta desprotegida por el avasallamiento de productos falsificado y con fecha de vencimiento, no existe una legislación que regule y pueda evitar la venta de productos adulterados y falsificados, el poco control que existe es insuficiente mas aun que no se cuenta con políticas, recurso necesario y personal suficiente para los respectivos controles.

Se ha determinado en la presente investigación que existían disposiciones legales que fueron elaboradas en los anteriores Gobiernos, que de un modo u otro trataron de proteger a los consumidores, normas estas que controlaban la calidad y bondad de los productos, como también el alza de precios y el agio, pero como siempre eran insuficientes, únicamente fueron elaboradas para intentar aplacar la crisis económica que atravesaba el país. Asimismo se analizaron normas jurídicas actuales y se observó que por primera vez y después de muchos años de reformas constitucionales se procedió a la incorporación Constitucional de los Derechos de los Usuarios y los Consumidores “2009”, claro está que únicamente hace mención a los derechos básicos; pero esto se toma como una directriz, aun camino para que las autoridades pongan hincapié en una futura elaboración de una ley del consumidor.

Se pudo ver que de acuerdo a la investigación realizada, los países del exterior poseen normas específicas que protegen a los usuarios y consumidores, además de poseer un mayor control en cuanto a la adquisición de bienes y servicios, poseen leyes completas incluso con definiciones y conceptos claros para que puedan ser de fácil entendimiento. Se deben tomar como ejemplo la iniciativa de los países del exterior, que cuentan con legislaciones completas, se preocupan por defender los intereses y derechos de sus consumidores y usuarios.

Se ha establecido en la presente investigación, la necesidad de que en Bolivia se promueva y se plantee la ejecución de Políticas Sociales, Jurídicas y Culturales para la protección de los consumidores y usuarios, es alarmante y crítico que la población se encuentre desinformada del impacto que genera la venta de productos adulterados, y sobre todo sin conocimiento de sus derechos como consumidores, el estado mediante el ejercicio de su poder de imperio debe imponer la normativa y las sanciones correspondientes.

RECOMENDACIONES

Una vez establecidas las conclusiones de la tesis, se establece algunas recomendaciones, toda vez que una investigación a nivel tesis, plantea un problema que debe culminar con una alternativa o solución a la problemática sobre todo siendo este un problema real.

El Estado boliviano debe cumplir con la obligación de cuidar y salvaguardar los derechos fundamentales de las personas a través de sus Órganos e Instituciones Competentes, controlando la venta de los distintos productos y servicios que son ofrecido en el mercado.

Las instituciones y órganos competentes deben contar con el recurso y el personal suficientes y necesarios para poder cumplir sus objetivos.

Es necesario que se otorguen a estas instituciones de un instrumento jurídico normativo, es por eso que se propone la implementación de una ley de Defensa de los Derechos del Consumidor y Usuarios.

Por otra parte, tratar de establecer más centros de atención al consumidor, en puntos o lugares estratégicos para un fácil acceso y para que el consumidor pueda acudir de forma rápida.

El Estado debe establecer políticas socio-jurídicas y culturales que precautelen la salud de la población.

VI.5. PROPUESTA

A lo largo del desarrollo de este tema se ha establecido la necesidad de proponer políticas que protejan a los usuario y consumidores de los comerciantes inescrupulosos que exponen productos en condiciones lamentables en su calidad.

Por otra parte se ha establecido la necesidad de:

- Incorporar una ley de defensa al Usuario y Consumidor
- Crear Políticas de Educación e Información.
- Optimizar los Control e Inspecciones
- Promover la participación de Organizaciones Sociales para el control social.
- Creación de un Centro de Atención al consumidor

VI.5.1.- PROPUESTA NORMATIVA

De acuerdo con los datos obtenidos en la investigación de tesis, así como de la legislación boliviana y el derecho comparado, la futura legislación sobre protección al consumidor debe contener un:

OBJETIVO.- Preservar el bien jurídicamente protegido.

DEFINICIÓN.- Debe tener en cuenta lo que se entiende por consumidor, Usuario y otros.

APLICACION.- La ley de Protección al Consumidor es de aplicación en todo en territorio Nacional.

DERECHOS Y OBLIGACIONES.- Debe señalar y determinar cuales son los derechos y obligaciones de los consumidores como de los proveedores de bienes y servicios.

SANCION.- La misión fundamental del estado es la preservación a la vida, por lo que se debe establecer una sanción para lo que atentan contra la salud y la economía de las personas.

ANTEPROYECTO DE LEY DE PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y CONSUMIDOR

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Art.1. (Objetivo). La presente ley tiene por objetivo normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

Art.2.- (Definiciones).- Para efectos de la presente Ley, se entenderá por:

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios sean muebles o inmuebles, cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio.

Publicidad engañosa.- Es aquella publicidad que mediante engaños, inexactitudes, ocultamientos y otros, que induzcan a error, engaño o confusión al usuario o consumidor.

Art.3. (Alcance y Aplicación). La presente ley se aplicara en todo el territorio Nacional.

CAPITULO II

DE LOS DERECHOS y OBLIGACIONES

Art. 4.- Son derechos de los consumidores y usuarios

1) La protección de su salud y su seguridad

- 2) La información adecuada sobre los diferentes bienes y servicios, con especificaciones de cantidad, calidad peso y precios.
- 3) Protección de sus intereses económicos y reparación o compensación de daños.
- 4) Derecho a una educación e instrucción sobre la adquisición y utilización de bienes y servicios.
- 5) Derecho a la protección contra la publicidad engañosa.
- 6) derecho a un ambiente saludable y digno

Art. 5.- Los derechos de los consumidores y usuarios consagrados en esta ley son irrenunciables.

Art. 6. (Obligaciones del Proveedor de Bienes y Servicios)

1.-El proveedor deberá emitir al consumidor factura, comprobante o recibo que acredite la operación realizada.

2.- El proveedor deberá entregar al consumidor o usuario el bien o servicio objeto de la transacción en buen estado.

3.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público usuario o consumidor de los valores o precios finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan. El valor se difundirá en moneda de curso legal.

Las farmacias, tiendas de comercialización y similares deberán exhibir de manera visible el precio de los productos que se ofrezcan.

4.- Cuando un bien presente defectos relacionados, el consumidor tendrá derecho, dentro de los noventa días contados a partir de la recepción del bien, a que se le repare sin costo adicional o se reponga el bien en un plazo no superior a treinta días.

5.- Los productores, fabricantes, importadores, distribuidores y comerciantes de bienes deberán asegurar el suministro permanente de componentes, repuestos y servicio técnico

Art. 7.- (Registro de Reclamos).- Las empresas proveedoras de servicios públicos domiciliarios deben contar con una oficina y un registro de reclamaciones en donde constarán las presentadas por los consumidores. Dichos reclamos deberán ser subsanados en el plazo perentorio que contendrá el Reglamento a la presente Ley.

CAPITULO III

INFRACCIONES Y SANCIONES

Art. 8.- Sanción General.- Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley, siempre que no tengan una sanción específica, serán sancionadas con días multa conforme lo establece el Art. 29 del código penal.

El pago de las sanciones pecuniarias no libera al proveedor de cumplir con las obligaciones contraídas.

Art. 9.- Los consumidores tendrán derecho, además de la indemnización por daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien y, cuando no sea posible, a su reposición o a la devolución de la cantidad pagada, en un plazo no superior a treinta días, en los siguientes casos:

1. Cuando en el producto que se hubiere adquirido con determinada garantía y, dentro del plazo de ella,
2. Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual.

Art. 10.- cuando el producto afecte a la salud del usuario o consumidor, sea por la falsificación, adulteración y otro será sancionado conforme al 216 del código penal.

Cuando algún hecho sea de forma culposa se impondrá sanción conforme al Art. 220 del código penal.

Art. 11.- El proveedor cuya publicidad sea considerada engañosa o abusiva, será sancionado con días multa conforme al Art. 7 de la presente ley.

Cuando un mensaje publicitario sea engañoso o abusivo, la autoridad competente dispondrá la suspensión de la difusión publicitaria.

Art. 12.- Suspensión Injustificada del Servicio.- El que suspendiere, paralizare un servicio será sancionado con días multa conforme el Art. 7 de la presente ley.

Art. 13.- (Competencia).- el usuario y consumidor podrá reclamar ante dependencias del Viceministerio de Defensa de los derechos del usuario y consumidor.

Asimismo las denuncias se podrán realizar, si corresponde al sector regulado,

ante las oficinas de las Autoridades de Fiscalización y Control Social, independientemente de las entidades que suministran productos y/o servicios.

DISPOSICIONES FINALES

Art.14.- El órgano ejecutivo se encargara de la reglamentación de la presente ley, en base a un proceso de concertación y participación social.

La presente ley es de orden público, rige en todo el territorio nacional y entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en la Gaceta Oficial de Bolivia

Pase al poder ejecutivo para fines constitucionales.

Es dada en la de sesión de la Honorable Asamblea Constituyente del Estado Plurinacional de Bolivia, a los veintiún días del mes de abril del dos mil once años.

BIBLIOGRAFIA

- **ATILIO, Anival Alterine, Contratos Civiles-Comerciales-de Consumo. 2º Ed 2005 Editorial Ebeledo, Buenos Aires Argentina.**
- **AIS-CODECO, Acción Internacional par a la Salud, boletín N° 164 mayo – junio 2008**
- **BENJAMÍN, Miguel Harb, “Derecho Penal” tomo II, Editorial Juventud, La Paz Bolivia 1988.**
- **CERVERA PILAR, CLOPES JAIME, REGALFAS PILAR, Alimentación y Dietoterapia, Segunda Edición México - 1993**
- **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO, Impresiones: Artes Graficas Sagitario “Corte Nacional Electoral” Enero – 2009.**
- **CÓDIGO PENAL BOLIVIANO, Ley N° 1768 de 18 de Marzo de 1997, UPS - Editorial**
- **GACETA JURÍDICA DE BOLIVIA, Decreto Supremo N° 0065, firmado por El actual Presidente Evo Morales Ayma, 3 de abril de 2009.**
- **H A. JHON GREEN, Curso de Economía Moderna, Teoría del Consumo. Editorial Alianza S.A. 1993**
- **JAIMES FREYRE Luisa Valda, Cultura Aymará en La Paz 1982.**
- **LEY DE MUNICIPALIDADES, Ley N° 2028 de 28 de Octubre de 1999, Editorial - UPS**

- **OSORIO, Manuel, Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Editorial Heliasta, 2003**

- **TINGLITZ, Gabriel y Rubén, Derechos y Defensa de los Consumidores. Edit. La Rocca, Buenos Aries - Argentina 1994**

- **SECCO, Illauri, Historia Antigua, Barcelona España, 1975**

- **SOPENA, Diccionario Enciclopédico, Editorial Ramón Sopena S.A. 1985**

- **WOLFGANG, Hellen, Diccionario de Economía Política. 1996**

- **www. cne.org.bo. C.N.E. Corte Nacional Electoral**

- **www. La-razon .com .bo/.**