

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

CARRERA DE DERECHO

BIBLIOTECA



PROCESO DE DIGITALIZACIÓN DEL FONDO BIBLIOGRÁFICO DE LA BIBLIOTECA DE DERECHO

GESTION 2017

Nota importante para el usuario:

“Todo tipo de reproducción del presente documento siempre hacer mención de la fuente del autor y del repositorio digital para evitar cuestiones legales sobre el delito de plagio y/o piratería”.

La dirección de la Biblioteca



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y SEMINARIOS**



TESIS DE GRADO

**"PRINCIPIOS SOCIOJURÍDICOS PARA LA ELABORACIÓN DE
UNA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR"**

Postulante : Omar Orlando Alavi Zárate
Tutor : Dr. Ricardo Tito Atahuichi Salvatierra

La Paz - Bolivia

2012

DEDICATORIA

*A Dios mi Amigo Incondicional,
A mis Padres por su amor incondicional,
su ayuda y apoyo.*

AGRADECIMIENTO

*Agradezco a la Universidad Mayor de San Andrés,
A la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas,
A todos mis docentes por su enseñanza, y sus
valiosos conocimientos.*

RESUMEN ABSTRACT

La presente tesis trata la problemática de la protección al consumidor, mediante la elaboración de una ley específica. En la actualidad el ordenamiento jurídico vigente en nuestro país no cuenta con una norma específica que proteja los derechos del consumidor. El presente trabajo de investigación comienza con el delineamiento de la investigación que contiene el problema, pregunta de investigación, objetivos, hipótesis y variables. Asimismo se establecen la metodología utilizada, partiendo de los métodos hasta llegar a la estructuración de los instrumentos como ser la encuesta y la entrevista. También se presenta un marco histórico, teórico conceptual y jurídico que permiten desde cada uno de sus ámbitos establecer las características del derecho del consumidor.

Finalmente se presenta la propuesta jurídica a la que arriba la investigación en la cual se identifican los siguientes principios socio-jurídicos: Principio de protección a la salud y la seguridad corporal de los consumidores; Principio de protección a los intereses económicos; Principio de la protección eficaz ante el daño provocado por un producto defectuoso; Principio de protección eficaz ante riesgos previstos y previsibles; Principio de la promoción y difusión de los derechos del consumidor.

Finalizando se realizan las conclusiones y recomendaciones del trabajo, así como los resultados y la interpretación de los datos obtenidos en las pruebas de campo realizadas.

Aspectos que permitieron el cumplimiento de los objetivos planteados y la estructuración de una propuesta jurídica acorde a la realidad boliviana plasmada en una ley de protección al consumidor.

ÍNDICE GENERAL

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
3.	PROBLEMATIZACIÓN.....	4
4.	DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	4
	4.1 Delimitación Temática.....	4
	4.2 Delimitación Temporal	4
	4.3 Delimitación Espacial.....	5
5.	FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA DE TESIS	5
6.	OBJETIVOS DEL TEMA DE LA TESIS.....	6
	6.1 Objetivo General	6
	6.2 Objetivos Específicos.....	6
7.	MARCO DE REFERENCIA.....	7
	7.1 Histórico.....	7
	7.2 Teórico.....	8
	7.3 Conceptual.....	9
	7.4 Jurídico.....	11
	7.4.1 Constitución Política del Estado	12
	7.4.2 Decreto Supremo N° 29519	13
	7.4.3 Decreto Supremo N° 0065	13
8.	HIPÓTESIS.....	14
	8.1 Variables de la Investigación	14
	8.1.1 Variable Independiente	14
	8.1.2 Variable Dependiente.....	14
9.	MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA TESIS.....	14

9.1	Métodología de la Investigación.....	14
9.2	Métodos.....	15
9.2.1	Método General.....	15
9.2.1.1	Método Deductivo.....	15
9.2.2	Métodos Específicos	15
9.2.2.1	Método Jurídico	15
9.2.2.2	Método Comparativo	16
9.3	Tipo de Investigación.....	16
9.3.1	Investigación Propositiva.....	16
10.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	16
10.1	La Observación Documental.....	17
10.2	La Encuesta.....	17
10.3	La Entrevista.....	17
11.	INSTRUMENTOS.....	18
11.1	Fichas Bibliográficas	18
11.2	El Cuestionario	18
11.3	Guía de Entrevista	18
12.	DESCRIPCIÓN DE LAS UNIDADES DE ESTUDIO.....	19
12.1	Universo o Población.....	19
12.2	Muestra.....	20
12.2.1	Determinación de la Muestra	20
12.2.1.1	Muestra Abogados Colegiados de La Paz	21
12.3	Procedimiento de Aplicación y Procesamiento de la Información.....	22
12.3.1	Procesamiento y Análisis de Datos.....	22

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

1.1	Derechos del Consumidor	23
1.1.1	Primera Etapa	23
1.1.2	Segunda Etapa	25
1.1.3	Tercera Etapa	26
1.1.3.1	Estados Unidos de América	27
1.1.3.2	Europa - Carta Europea de Protección de los Consumidores	27

CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS Y MODELOS TEÓRICOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR

2.1	Definición.....	32
2.1.1	Definición de Consumidor	33
2.2	Objeto.....	34
2.3	Caracteres.....	34
2.3.1	Enfoque Colectivo	34
2.3.2	Función Preventiva y Tutela.....	34
2.3.3	Carácter Interdisciplinario.....	35
2.3.4	Carácter Imperativo de las Normas e Importancia de los Usos.....	35
2.3.5	Universalidad	35
2.4	Ámbito de Estudio.....	36
2.5	Sujetos de la Relación de Consumo.....	36
2.6	Modelos Teóricos de los Sistemas de Protección al Consumidor.....	37

2.6.1	Modelo Formal: Individualista y Autónomo.....	37
2.6.2	Modelo Adaptador: Dualista y Colectivo.....	38
2.6.3	Modelo Participativo y Voluntario	39

CAPÍTULO III

DERECHO POSITIVO NACIONAL E INTERNACIONAL REFERENTE A LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

3.1	Legislación Nacional.....	40
3.1.1	Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia	40
3.1.2	Decreto Supremo N° 29519	42
3.1.3	Decreto Supremo N° 0065	42
3.2	Legislación Comparada	44
3.2.1	República del Ecuador	44
3.2.1.1	Ley Orgánica del Consumidor	44
3.2.2	República del Perú.....	49
3.2.2.1	Código de Protección y Defensa del Consumidor.....	49
3.2.3	España.....	56
3.2.4	Venezuela.....	58
3.2.5	Comparación.....	60

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1	Ámbitos de Protección al Consumidor.....	62
4.2	Enunciación de Principios Sociojurídicos.....	65
4.2.1	Principio de Protección a la Salud y la Seguridad Corporal de los Consumidores.....	65

4.2.2	Principio de Protección a los Interésés Económicos... ..	67
4.2.3	Principio de Protección Eficaz ante el Daño Provocado por un Producto Defectuoso	68
4.2.4	Principio de Protección Eficaz ante Riesgos Previstos y Previsibles.....	69
4.2.5	Principio de Promoción y Difusión de los Derechos del Consumidor	69

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones.....	71
5.1.1	Conclusiones en Función al Objetivo General.....	71
5.1.2	Conclusiones en Función a los Objetivos Específicos	72
5.2	Recomendaciones	73

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1	Propuesta Anteproyecto de Ley
Anexo N° 2	Análisis e Interpretación de Resultados
Anexo N° 3	Normas Jurídicas Consultadas

“PRINCIPIOS SOCIOJURÍDICOS PARA LA ELABORACIÓN DE UNA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR”

1. INTRODUCCIÓN

Hace algunos años, se pensaba que el problema de la protección al consumidor, no concernía sino a países desarrollados, a sociedades de consumo donde la existencia de múltiples y poderosos comerciantes privados, y la intensa actividad comercial en que participan los ciudadanos requiere de la intervención del Estado para la protección de éstos últimos ante los primeros.

En un mundo globalizado, en el cual la tecnología, el conocimiento y el avance científico se expanden y distribuyen con gran facilidad, llegando a todos los rincones del planeta, y en el cual se propicia una dinámica de mercado rápida y una producción en masa, se hace necesaria una protección a todas las personas que adquieran bienes y servicios de manera genérica y producidos por terceros para satisfacer sus necesidades.

Protección que les permita exigir que el producto tenga garantías mínimas, que se les dé información veraz y suficiente sobre lo que adquieren, que no los confundan con publicidades engañosas, que efectivamente reciban lo ofrecido, que puedan acceder a bienes y servicios de suficiente calidad e idoneidad, que les respondan por los daños que se les cause con un producto o una prestación de un servicio inadecuado o defectuoso.

La política global de protección a los consumidores es un fenómeno relativamente reciente, el cual surge a partir de los años sesenta en los estados más avanzados y en el propio ámbito comunitario, en un comienzo a través de asociaciones, hasta que comenzó a elaborarse en gran parte del mundo lo que constituye en la actualidad la legislación de Protección al Consumidor.

Esta protección es necesaria, ya que la relación del consumidor con los productores y comerciantes es por naturaleza desequilibrada, en la que productores y comercializadores suelen ser gigantes organizaciones que imponen unilateralmente las condiciones y los consumidores o usuarios son personas del común, con ingresos restringidos, y muchas veces en situación de pobreza, que no pueden negociar y simplemente pueden tomarlo o dejarlo, y muchas veces lo toman por necesidad.

Si tenemos en cuenta que en el mundo actual son mínimos los actos en la vida de los seres humanos que no tengan que ver con el consumo, podemos ver la marcada importancia que tiene esa protección actualmente: con el simple hecho de poner el pie en su casa, está actuando como consumidor, pues si la vivienda es arrendada, está consumiendo con el arrendamiento, y si la casa es propia, esta le ocasiona impuestos, mantenimiento, refacciones y valorizaciones.

Si bien los consumidores han existido siempre, el legislador no tenía una percepción clara de su marco, como sujeto diferenciado de categorías tradicionales y los mecanismos previstos para su tutela resultaban inadecuados.

Las intensas transformaciones en las relaciones de consumo, ha provocado en los operadores del derecho inquietudes respecto a la forma en que habrá de protegerse a los consumidores.

2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a la inexistencia de una ley de protección al consumidor en nuestro país y la poca normatividad jurídica en materia de consumo, la población en general poco conoce sus derechos y no tiene los mecanismos eficientes para pedir tutela jurídica al Estado en caso de que hubiere experimentado un daño o se vea menoscabado su patrimonio debido al uso de productos defectuosos, en consecuencia necesitamos crear las bases o lineamientos socio jurídicos contenidos en una ley que proteja eficientemente al consumidor. En consecuencia es necesaria la existencia de una Ley de protección al consumidor que contemple principios socio-jurídicos fundamentales como ser:

- Principio de protección a la salud y la seguridad corporal de los consumidores
- Principio de protección a los intereses económicos
- Principio de la protección eficaz ante el daño provocado por un producto defectuoso.
- Principio de protección eficaz ante riesgos previstos y previsibles.
- Principio de la promoción y difusión de los derechos del consumidor.

Los mismos que permitirán la protección de los consumidores y/o usuarios en forma efectiva.

3. PROBLEMATIZACIÓN

¿Cuáles serían las bases o lineamientos que englobaría una Ley eficaz de protección al consumidor en nuestro país?

¿Cuál es la normativa vigente en nuestro país en materia de defensa del consumidor?

¿Cómo debería ser la protección jurídica efectiva de los consumidores y/o usuarios?

4. DELIMITACIÓN DEL TEMA

4.1 DELIMITACIÓN TEMÁTICA

El tema de investigación objeto de la tesis se circunscribe en el área privada en su mayor aplicación, pero también se sustenta en el área social, porque el derecho del consumo que es de data moderna descansa sobre estas bases y su tratamiento es complementario con otras áreas del derecho y con otras disciplinas científicas.

4.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL

En la presente investigación se tomó en cuenta temporalmente, desde el primer semestre del año 2008 hasta el primer trimestre de la Gestión 2012.

Se tomó desde el primer semestre de 2008, debido a que en esta gestión se promulgó el Decreto Supremo No. 29519, cuyo objeto fue regular la

competencia y la defensa del consumidor frente a conductas lesivas que influyan negativamente en el mercado.

Así mismo, se tomo hasta el primer trimestre de la Gestión 2012 periodo en el cual se terminó de realizar el trabajo de recolección de información y el trabajo de campo.

4.3 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación en el ámbito espacial se limitó a la ciudad de La Paz, principalmente, por ser sede de gobierno e importante centro de consumo y de importación, pero sin olvidarnos del eje troncal económico que tiene nuestro país.

5. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA DE LA TESIS

Existe en nuestra actual economía jurídica dos Decretos Supremos que ha emitido el Poder Ejecutivo, el primero del 16 de Abril del año 2008 concordante con la anterior constitución. Mediante este decreto, por primera vez en nuestro país se regula un tema referido al consumo.

Se regula este tema de manera inicial mediante un decreto debido principalmente a la urgencia del gobierno de regular y sancionar en materia de consumo a los fabricantes e importadores legales y contrabandistas, ante la especulación y el agio que se vivía desde el primer trimestre del año 2008.

Posteriormente y una vez promulgada la nueva Constitución Política del Estado, se ha emitido el Decreto Supremo N° 0065 que norma la defensa, la protección efectiva y la promoción de los derechos de los consumidores y usuarios, así también establece los procedimientos para la admisión, gestión y seguimiento de las denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicios y suministro de productos, tanto del sector regulado, como del no regulado, con la finalidad de contribuir al vivir bien.

Sin embargo estas dos normas no protegen de manera eficaz al consumidor de acuerdo a los avances en materia de consumo, es por ello que es necesaria la implementación en nuestro ordenamiento jurídico de una ley de protección al consumidor que reúna en un solo cuerpo normativo todo lo referente al consumidor.

6. OBJETIVOS DEL TEMA DE LA TESIS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer los principios socio-jurídico para la elaboración de una ley de protección al consumidor

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la teoría existente referida al derecho del consumidor.
- Establecer la normativa existente en nuestra actual economía jurídica referida al derecho del consumidor.

- Determinar la inexistencia en nuestro ordenamiento jurídico de una ley de protección al consumidor.
- Obtener una propuesta de Ley que proteja los derechos de los consumidores.

7. MARCO DE REFERENCIA

7.1 HISTÓRICO

El tráfico ordinario de las transacciones comerciales tienen como punto referencial al trueque como la forma comercial más primitiva, que por su utilidad ha tenido un largo tránsito por las sociedades antiguas que satisficieron sus necesidades intercambiando productos o bienes por otros que les hacía falta. Poco a poco fueron avanzando estas transacciones hasta llegar a lo que hoy se conoce en la actualidad y formarse la relación entre el consumidor y el proveedor.

“Pero a la par, con el aumento de las transacciones aumentó el número de conflictos y disputas surgidos entre vendedores y compradores originados las más de las veces en defectos o vicios, que lo hacían inútil o útil de manera parcial, lo cual no satisfacía los objetivos que el comprador perseguía al momento de obtener el bien”.¹

“Entonces, se hizo necesario crear mecanismos de protección para salvaguardar los derechos de aquellos consumidores, que siendo destinatarios finales de bienes adquiridos, fueran perjudicados por adquirir bienes o

¹ PLATA Luís, “Responsabilidad por Productos Defectuosos”, 2006 Pág. 371.

servicios parcial o totalmente inservibles. Por tanto se hace necesaria una protección especial para los derechos de los consumidores, término que inicialmente en el auge del individualismo filosófico y el rápido desarrollo de la tecnología operado a mediados del siglo XVIII hicieron posible la revolución industrial y el desarrollo del sistema precapitalista de acumulación privada”.²

7.2 TEÓRICO

“Desde la Revolución Industrial en los albores del siglo XVIII hasta la segunda parte del siglo XX, no se consiguió una legislación que protegería los derechos de los consumidores en el mercado, reequilibrando la posición de los mismos frente a los empresarios y limitando y erradicando las posiciones abusivas de estos”.³

“Es evidente la existencia del conjunto teórico en materia de consumo, por el desequilibrio que ha existido durante mucho tiempo entre los empresarios y el consumidor, como sostiene Stiglitz, no se pretende dotar de prerrogativas especiales ni derechos de carácter privilegiado, sino 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, a la hora de informarse sobre los productos ofrecidos, de negociar con los proveedores, de asumir obligaciones y de consumir los bienes, tal afirmación es necesaria plasmarla en el ámbito de una ley específica para nuestro país, que regule prácticamente los dos pilares en los cuales se sustenta el contenido y los principios del derecho del consumo: 1) En primer lugar, se

² WEINGARTEN Celia, “Derecho del Consumidor”, 2007, Pág. 55.

³ REAL María, “Incidencia del Cooperativismo en la Construcción del Derecho de Consumo”, 2000.

protege la salud y la seguridad corporal de los consumidores. 2) En segundo lugar, se trata de la protección de sus intereses económicos”.⁴

En función de los dos pilares fundamentales descritos anteriormente, los principios sociojurídicos objeto de nuestra tesis, serán los siguientes:

- Principio de protección a la salud y la seguridad corporal de los consumidores.
- Principio de protección a los intereses económicos.
- Principio de la protección eficaz ante el daño provocado por un producto defectuoso.
- Principio de protección eficaz ante riesgos previstos y previsibles.
- Principio de la promoción y difusión de los derechos del consumidor.

7.3 CONCEPTUAL

Para un mejor entendimiento específico y técnico en la terminología, se propone el siguiente marco conceptual:

- **DERECHO DEL CONSUMIDOR.-** “Es un sistema global de normas principios, instituciones e instrumentos de

⁴ GILLES Paisant, “Protección de los Consumidores en el Derecho Francés”, 2007.

implementación, consagrados por el ordenamiento jurídico en favor del consumidor”.⁵

- **CONSUMIDOR Y USUARIO.-** “Son consumidores y/o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes, muebles, inmuebles, productos, servicios y/o actividades, sea de naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes lo producen, facilitan, suministran o expiden”.⁶
- **CONSUMO.-** El término consumo (de consumir) significa “Acción y efecto de consumir (comestibles y otros géneros de vida efímera”) y también “gastar energía”.

Consumir pues implica utilizar elementos para satisfacer necesidades o deseos y gastar energía o un producto energético”.⁷

- **PRODUCTO DEFECTUOSO.-** “Es aquel producto que no ofrece la seguridad que legítimamente puede esperarse”.⁸
- **BIENES.-** “Denominación genérica que se da a todas las cosas que suministran a su poseedor alguna utilidad o beneficio”.⁹

⁵ STIGLITZ Gabriel, “*Derechos y Defensa de los Consumidores*”, 1994, Pág. 67.

⁶ DECRETO SUPREMO N° 0065, 2009.

⁷ WEINGARTEN Celia, “*Derecho del Consumidor*”, 2007, Pág. 31.

⁸ IBIDEM, Pag. 240

⁹ ANDRADE Simón, “*Diccionario de Finanzas Economía y Contabilidad*” 1996.

- **COMERCIANTE.-** Es la persona dedicada a realizar transacciones de compra – venta en un mercado ya sea como empresario individual, o en la representación de una sociedad.¹⁰
- **EMPRESARIO.-** “Es aquella persona natural o jurídica que generalmente es titular de una unidad de producción o servicio, y como tal, éste asume el riesgo principal de la misma, siendo la circunstancia que le diferencia del ejecutivo.
- **INTERMEDIARIO.-** Quienes en el tráfico comercial o de influencias actúan como vínculo entre dos o más segmentados de un proceso; los asentadores en los mercados centrales y las sociedades mediadoras del mercado de dinero”.¹¹

7.4 JURÍDICO

La realidad jurídica de nuestro país se caracteriza por una evidente carencia de normas generales y más que todo específicas, que reconozcan y tiendan a proteger los derechos de los consumidores.

Existe, en general, un desconocimiento de la importancia de la aplicación de las directrices de organismos internacionales y de la normativa vigente en otros países, en materia de derechos de los consumidores y no se ha avanzado de manera efectiva para solucionar esta carencia.

¹⁰ IDEM, Pag. 138

¹¹ IBIDEM, Pag. 228

7.4.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO

Cabe señalar según el orden jerárquico normativo, nuestro país cuenta con una nueva Constitución Política del Estado promulgada el 7 de febrero del 2009, en la cual existe una clara disposición en su Artículo 75 referida a los usuarios y/o consumidores la misma establece:

Artículo 75.-

“Las usuarias y los usuarios y las consumidoras y los 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 los productos que consuman y servicios que utilicen”.¹²*

Artículo 76.-

“El Estado garantiza el acceso a un sistema de transporte integral en sus diversas modalidades. La ley determinará que el sistema de transporte sea eficiente y eficaz, y que genera beneficios a los usuarios y a los proveedores”.¹³

¹² CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, 2009, Art. 75.

¹³ IDEM, Art. 76.

Estos dos artículos transcritos de la Constitución Política de Estado indican claramente aquellos derechos que son fundamentales, en materia de consumo.

7.4.2 DECRETO SUPREMO Nº 29519

El Decreto Nº 29519 de 16 de Abril de 2008 regula la defensa del consumidor frente a conductas lesivas que influyan negativamente en el mercado, provocando especulación en precios y cantidad, a través de mecanismos adecuados a ser ejecutados por el Instituto Boliviano de Metrología IBMETRO y la superintendencia de Empresas. Es un Decreto Supremo, que hace mención conceptual de los sujetos que intervienen en las relaciones de consumo, el ámbito de aplicación, distingue entre bienes y servicios, las conductas anticompetitivas y las autoridades competentes y finalmente el régimen de sanciones.

7.4.3 DECRETO SUPREMO Nº 0065

El Decreto Supremo Nº 0065 de 3 de Abril de 2009 norma la defensa, la protección efectiva y la promoción de los derechos de las consumidoras, consumidores, usuarias y usuarios, así también establece los procedimientos para la admisión, gestión y seguimiento de las denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicios y suministros de productos, tanto del sector regulado, como de no regulado, con la finalidad de contribuir al vivir bien.

En este decreto además se encuentran claramente descritos los derechos de los usuarios y/o de los consumidores; las competencias y atribuciones del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor.

8. HIPÓTESIS

El establecimiento de principios socio-jurídicos permitirá la elaboración de una ley de protección al consumidor que garantice la tutela efectiva del derecho de los consumidores.

8.1 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

La Hipótesis del trabajo tiene las siguientes variables:

8.1.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

El establecimiento de principios socio-jurídicos.

8.1.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Permitirá la elaboración de una ley de protección al consumidor que garantice la tutela efectiva del derecho de los consumidores.

9. MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA TESIS

9.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

“La metodología a utilizar representa la manera de organizar el proceso de la investigación, de controlar sus resultados y de presentar posibles soluciones a un problema”.¹⁴

¹⁴ ZORRILLA Santiago y TORREZ Miguel, “*Guía para Elaborar la Tesis*”, 1998, Pág. 31.

En el trabajo se utilizó la Metodología de la Analítica Jurídica, la cual consiste en la descomposición del problema jurídico de la investigación para proceder mediante el análisis de sus componentes, de sus categorías inmanentes, propias y convenientes.

9.2 MÉTODOS

De acuerdo a las características y los objetivos de la investigación se utilizaron los siguientes métodos:

9.2.1 MÉTODO GENERAL

9.2.1.1 MÉTODO DEDUCTIVO

El método deductivo tiene la característica de partir de principios y teorías generales para llegar a conocer un fenómeno particular, en el presente trabajo permitió conocer a cabalidad los principios y teorías del Derecho del Consumidor a fin de establecer los principios socio - jurídicos para la elaboración de una Ley de Protección al Consumidor.

9.2.2 MÉTODOS ESPECÍFICOS

9.2.2.1 MÉTODO JURÍDICO

Este método fue útil a la investigación por que permitió conocer a profundidad las normas jurídicas relacionadas a los Derechos del Consumidor.

9.2.2.2 METODO COMPARATIVO

El método comparativo, permite comparar diversos fenómenos, hechos o procesos jurídicos, ante situaciones diferentes, para analizar sus diferencias y similitudes. En la investigación propiamente dicha se aplicó este método por la necesidad de establecer un marco de comparación de la legislación Nacional con la legislación Extranjera en materia de consumo y defensa del consumidor.

9.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo propositiva.

9.3.1 INVESTIGACIÓN PROPOSITIVA

“Según Witker, en estas investigaciones se trata de cuestionar una determinada situación para luego de evaluar sus fallos, proponer cambios, reformas, etc., estos trabajos culminan con la proposición o planteamiento de una propuesta”.¹⁵

La investigación es propositiva ya que el trabajo plantea una Ley de Protección al Consumidor que contemple como base de su fundamento principios socio-jurídicos.

10. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Como técnicas de investigación se utilizaron la observación; la encuesta y la

¹⁵ MOSTAJO, Max, “Seminario Taller de Grado”, Pág. 26.

entrevista.

10.1 LA OBSERVACIÓN DOCUMENTAL

Es la investigación bibliográfica realizada en diversos tipos de documentos, tales como libros, documentos académicos, actas o informes, manuales y todo tipo de archivos. Se utilizó la técnica de la observación documental ya que esta es la más relacionada al tipo de investigación, esta técnica facilitará la búsqueda y aprovechamiento de las fuentes de conocimiento. Por lo tanto, la revisión de archivos, de doctrina y de documentos jurídicos permitirá concretar los objetivos planteados.

10.2 LA ENCUESTA

“Consiste en obtener información proporcionada por los sujetos mismos sobre opiniones, conocimientos, actitudes y sugerencias”.¹⁶

La técnica de la encuesta, brinda la obtención de información en forma precisa, mediante este instrumento se logra captar las percepciones en la diversidad de criterios y áreas necesarias.

10.3 LA ENTREVISTA

“Es una de las técnicas más utilizadas en la investigación. Mediante ésta, una persona (entrevistador) solicita información a otra (entrevistado). La entrevista puede ser uno de los instrumentos más valiosos para obtener información, es posible definir a la entrevista como el arte de escuchar y captar información”.¹⁷

¹⁶ MOSTAJO Max, “Seminario Taller de Grado”, U.M.S.A., Pag. 129.

¹⁷ HERNANDEZ, Sampieri, “*Metodología de la Investigación*”, 2001, Pág. 62.

La entrevista brindará información que servirá de sustento para el trabajo.

11. INSTRUMENTOS

“El procedimiento para realizar la observación documental parte inicialmente de la revisión bibliográfica; después se integra el fichero bibliográfico, en donde se organiza toda la bibliografía y documentación”.¹⁸

11.1 FICHAS BIBLIOGRÁFICAS

Las fichas bibliográficas sirven para registrar fuentes que se han utilizado; estas proporcionan los datos para anotar la bibliografía.

11.2 EL CUESTIONARIO

En el caso de la encuesta el instrumento a utilizado fue el Cuestionario. Para su elaboración se emplearan preguntas cerradas de opción múltiple con respuesta prefijada, las mismas que facilitarán la tabulación, el análisis e interpretación de los datos.

11.3 GUÍA DE ENTREVISTA

En el caso de la entrevista se utilizó como instrumento la Guía de Entrevista, para la elaboración de la guía se utilizarán preguntas abiertas a fin de permitir al entrevistado que conteste con total libertad.

¹⁸ MÜNCH Lourdes, “*Métodos y Técnicas de Investigación*”, 2003, Pág. 51.

12. DESCRIPCIÓN DE LAS UNIDADES DE ESTUDIO

Como unidades de estudio se tomaron en cuenta las siguientes:

- Encuestas: Abogados colegiados en el Colegio de Abogados del Departamento de La Paz.
- Entrevistas: Funcionario del Ministerio de Justicia
Funcionario del Viceministerio de Defensa del Usuario y del Consumidor.

12.1 UNIVERSO O POBLACIÓN

“El universo de estudio constituye el conjunto de unidades de análisis para los cuales serán válidos los resultados y conclusiones del trabajo”.¹⁹

Para la presente investigación como universo de estudio se consideró a:

- Abogados registrados en el Colegio de Abogados del Departamento de La Paz, que de acuerdo a esta institución al “31 de Enero de 2011 se cuentan con 9.726”²⁰ colegiados.
- Funcionario del Ministerio de Justicia.

¹⁹ PIURA J, “Introducción a la Metodología de Investigación”, 1994, Pág. 42.

²⁰ ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE LA PAZ, “Datos Estadísticos”, 2010.

- Funcionario del Viceministerio de Defensa del Usuario y del Consumidor.

12.2 MUESTRA

“La muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación, con el fin posterior de generalizar los hallazgos al todo”.²¹

El muestreo es el procedimiento por el cual se escoge un grupo de una población siempre que tenga las características de toda ella, de tal modo que todo lo que se diga del grupo escogido corresponde también a la población a la que pertenece.

12.2.1 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

“Para la determinación de la muestra correspondiente a la población de abogados colegiados se utilizó la siguiente fórmula”.²²

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{Z^2 * (p * q) + (N * e^2)}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza

²¹ PINEDA E., “Metodología de la Investigación”, 1994, Pág.109.

²² MUNCH Lourdes, “Métodos y Técnicas de Investigación”, 2001, Pág. 69.

- N = Universo o población
- p = Probabilidad de ser elegidos
- q = Probabilidad de no ser elegidos
- e = Error de estimación
- n = Tamaño de la muestra

12.2.1.1 MUESTRA ABOGADOS COLEGIADOS DE LA PAZ

N	=	9.726 - Población o universo
Z	=	1,96 Desviación con relación a una distribución y equivale a un nivel de confianza del 93 %
e	=	Error máximo admisible = 0,07
p	=	Probabilidad de ser elegidos = 0,50
q	=	Probabilidad de no ser elegidos = 0,50

Reemplazando valores se tiene lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 \times 9.726 \times 0.5 \times 0.5}{1.96^2 \times (0.5 \times 0.5) + (9.726 \times 0.07^2)}$$

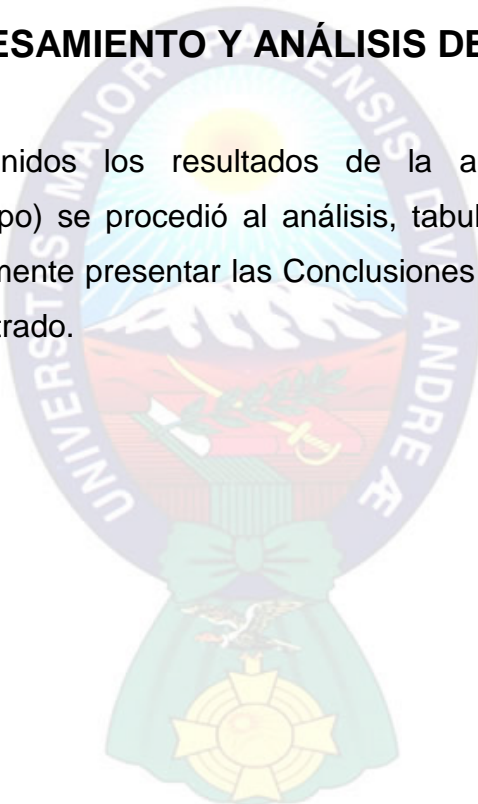
$$n = 192$$

Por tanto se aplicaron 192 encuestas a los Abogados Colegiados del Departamento de La Paz.

12.3 PROCEDIMIENTO DE APLICACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

12.3.1 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Una vez obtenidos los resultados de la aplicación de las encuestas (trabajo de campo) se procedió al análisis, tabulación e interpretación de los datos para finalmente presentar las Conclusiones y la Propuesta de solución al problema encontrado.



CAPÍTULO I

DERECHO DEL CONSUMIDOR Y SUS ANTECEDENTES

En este primer Capítulo se realiza la evolución histórica de los derechos del consumidor.

1.1 DERECHO DEL CONSUMIDOR

“El hombre ha consumido desde siempre, en sus inicios, el consumo se presentó como parte de una sociedad de subsistencia, en donde se procuraba la satisfacción de necesidades vitales. Todavía no existía una clara distinción entre producción y consumo. En suma, la idea de satisfacer sus necesidades llevo al hombre a explotar los bienes que estaban a su alcance, para luego consumir los frutos obtenidos”.²³

“El Derecho de Consumo nació fruto de la cuestión problemática surgida durante dos siglos por existir una separación entre la teoría y la práctica del funcionamiento del mercado”.²⁴

La historia de los Derechos del Consumidor se encuentra marcada por tres etapas bien definidas:

1.1.1 PRIMERA ETAPA

Esta primera etapa podría ser caracterizada como un periodo fronterizo previo

²³ CALLE, Jean Paúl, “Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa”, 2002, Pág. 42.

²⁴ REAL, María Jesús, “Incidencia del Cooperativismo en la Construcción del Derecho de Consumo”, 2000, Pág. 87.

al advenimiento de la sociedad de consumo, en la cual no se distinguía suficientemente al consumidor como grupo social y no se era consciente de su estado de vulnerabilidad.

“Este derecho tiene su génesis histórica en la edad media estrechamente vinculada al tráfico de mercancías entre comerciantes y por ello toma como punto de referencia a este sujeto y su actividad profesional”.²⁵

En esta epata los Derechos del Consumidor se “hacían derivar de los contratos que los consumidores celebraban con los proveedores, los cuales en términos generales, no otorgaban una protección específica a los consumidores y se basaban en el principio de la autonomía de la voluntad o libertad de estipulaciones. El consumidor, con su poca información sobre bienes y servicios del mercado y sobre sus derechos y obligaciones, debía enfrentar solo sus relaciones de consumo con proveedores que contaban con mayor información y experiencia”.²⁶

“En los países anglosajones como antecedente se encuentra la doctrina del *caveat emptor* (que significa el consumidor sea consciente) que en la formación e interpretación de los contratos, postulaba como algo lógico y natural que el empresario trataría de obtener ventajas del consumidor y si este no utilizaban el sentido común para evitarlo entonces no debía quejarse”.²⁷

Por su parte, “en el derecho occidental moderno se arraigaron ciertos principios que datan de la Revolución Francesa. Efectivamente, si a todos los hombres se los consideraba libres e iguales, era lógico que la contratación esté regida por el

²⁵ PIRIS Cristian, “Evolución de los Derechos del Consumidor”, 2000, Pág. 2

²⁶ OVALLE, José, “Derechos del Consumidor”, 2000, Pág. 3.

²⁷ PIRIS Cristian, “Evolución de los Derechos del Consumidor”, 2000, Pág. 2

principio de autonomía de la voluntad y que entonces el contrato fuera ley para las partes.

Por otra parte en los tiempos previos a la sociedad de consumo el contrato era un acto casi excepcional, y que por ese motivo resultaba previamente negociado, discutido y acordado casi en detalle. El derecho, entonces, sólo debía intervenir para velar que la voluntad manifestada fuera realmente libre y en definitiva rodear de garantías a los negocios jurídicos de los particulares”.²⁸

1.1.2 SEGUNDA ETAPA

“Desde la primera mitad del siglo XX se manifestaron los primeros movimientos de los consumidores que reclamaron nuevas regulaciones sobre cuestiones específicas, particularmente en los Estados Unidos de América”.²⁹

Ya en los albores de la sociedad de consumo, se empiezan a regular ciertos institutos que si bien no tendían directamente a la protección del consumidor empiezan a procurar una mejoría en su status jurídico, en esta etapa se encuentran normas y principios que regulan genéricamente la situación del consumidor protegiéndolo directamente.

“El movimiento inicial se desarrolló en el primer decenio del siglo XX y fue provocado, entre otros factores, por el aumento de los precios, los escritos polémicos de Upton Sinclair y los escándalos relativos a las sustancias farmacéuticas”.³⁰

²⁸ ARRIGHI, Jean, “Comercio internacional y Protección del Consumidor, en Defensa de los Consumidores de Productos y Servicios”, 1994, Pág. 369.

²⁹ OVALLE, José, “Derechos del Consumidor”, 2000, Pág. 3.

³⁰ IBIDEM, Pág. 4.

El movimiento de protección a los Derechos del Consumidor comienza en Estados Unidos de América con la aprobación de dos leyes fundamentales: la primera denominada Ley sobre la Genuinidad de las Sustancias Alimenticias y Farmacéuticas; la segunda denominada Ley sobre Inspección de Carne, ambas leyes fueron promulgadas el año de 1906.

“Otro suceso importante fue marcado por la creación de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission) en 1914 a partir de la cual se empezó a proteger al consumidor, esta protección era más bien incidental como consecuencia de reglar la actividad comercial e impedir la aplicación de prácticas comerciales desleales. No obstante la idea de identificar al consumidor como un grupo social diferenciado y brindarle protección especial empezó a ganar fuerzas”.³¹

1.1.3 TERCERA ETAPA

En esta etapa se produce el reconocimiento de los consumidores como grupo social definido, esta etapa se caracteriza por la toma de conciencia sobre los derechos de los consumidores y usuarios en sus relaciones de consumo y deliberadamente se sancionan normas tendientes a su protección.

“Los derechos del consumidor, como conjunto de derechos que se confieren específicamente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios, han sido reconocidos sólo a partir de la segunda mitad del siglo XX”.³²

³¹ PIRIS Cristian, *“Evolución de los Derechos del Consumidor”*, 2000, Pág. 2.

³² OVALLE, José, *“Derechos del Consumidor”*, 2000, Pág. 3.

1.1.3.1 ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

La actividad de control y protección de los Derechos del Consumidor tuvo como corolario la actitud del Presidente Kennedy en 1962, quien decisivamente reconoció a los consumidores como grupo económico y asumió la defensa de sus derechos y “emitió con carácter general, el primer pronunciamiento sobre los derechos de los consumidores, reconociéndose por primera vez a dicho agente como sujeto de derecho específico. Así en su célebre “Special Message to the Congreso on the Protecting Consumer Interest” del 15 de marzo de 1962, menciona Kennedy cuatro derechos fundamentales a favor del consumidor: el derecho a la seguridad mediante protección contra la venta de bienes peligrosos para la salud o la vida; el derecho a ser informado como protección contra la información marcadamente engañosa; el derecho a elegir, creando el acceso a la variedad de productos y servicios a precios competitivos; y el derecho a ser oído”.³³

Kennedy propició así, la primera Ley de Defensa del Consumidor en el mundo. Con esta norma, por primera vez se empieza a elaborar normas y principios que regulan específicamente la situación del consumidor, teniendo por objetivo la defensa del mismo.

1.1.3.2 EUROPA - CARTA EUROPEA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

“Un hito de gran envergadura lo constituyó las directrices para la protección del consumidor, que se aprobaron por unanimidad en el año 1985 en la Asamblea General de las Naciones Unidas, allí los países signatarios se plantearon los siguientes objetivos:

³³ CALLE, Jean Paúl, “Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa”, 2002, Pág. 60.

- Ayudar a los países a lograr una protección adecuada de sus habitantes consumidores.
- Instar a los productores y distribuidores a adoptar normas de ética de conducta.
- Ayudar a poner freno a las prácticas comerciales abusivas.
- Facilitar la creación de grupos defensores de consumidores.
- Fomentar la cooperación internacional.
- Promover condiciones que den a los consumidores mayor selección a precios más bajos.

Para procurar los objetivos propuestos se establecieron las siguientes directrices:

- Seguridad Física.- los productos deben ser inocuos o previsibles.
- Promoción y protección de los intereses económicos.- las políticas de los Estados deben favorecer el máximo beneficio posible para los consumidores.
- Normas de seguridad y calidad.- deben tener la publicidad adecuada y actualizarse.
- Medidas de compensación.- medidas legales y administrativas para obtener compensaciones y solucionar controversias.

- Programas de educación y formación.- para que sepan discernir y conocer sus derechos”.³⁴

En Europa, mediante Resolución N° 543/73 la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa, aprobó la Carta de Protección del Consumidor por, cuanto se afirmó “en forma explícita la necesidad de proteger al consumidor, enunciándose a partir de entonces como derechos fundamentales de los consumidores los siguientes:

- El Derecho a la protección de su salud y de seguridad;
- Derecho a la protección de sus intereses económicos;
- Derecho a la reparación de los daños;
- Derecho a la información;
- Derecho a la educación;
- Derecho a la representación.

Derechos que, por otro lado, han sido recogidos en los diversos programas de acción establecidos posteriormente por los países comunitarios”.³⁵

“La Carta Europea fue el primer documento que reconoció los derechos de los consumidores; fue el modelo que guiaría a los ordenamientos de los países

³⁴ AMAYA, Jorge, “*Mecanismos Constitucionales de Protección al Consumidor*”, 2004, Pág. 34

³⁵ IBIDEM, Pág. 61.

miembros de la Comunidad Económica Europea (actualmente Unión Europea), aunque también lo haría con otros ordenamientos”.³⁶

“A mediados de la década del setenta (1.977) era tal la disparidad en la protección que dispensaban los países desarrollados a sus consumidores y la situación en la que se encontraban los consumidores de los países en desarrollo, que el Consejo Económico y Social de la ONU solicitó al Secretario General que preparará un estudio sobre el tema, especialmente referido a las leyes vigentes en los distintos países, y que realizara consultas con los países asociados, con el objeto de elaborar una serie de orientaciones generales para armonizar dicha protección a nivel global. En 1.983 el Secretario General presenta el proyecto de Directrices ante el Consejo y luego de largas negociaciones es aprobado el documento definitivo por la Asamblea General de la ONU el 9 de abril de 1.985 (Resolución N° 39/248).

Las Directrices para la Protección del Consumidor son un conjunto internacionalmente reconocido de objetivos básicos, preparados especialmente para que los gobiernos de los países en desarrollo y los países de reciente independencia las utilizaran para la estructuración y fortalecimiento de políticas y leyes de protección del consumidor”.³⁷

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

³⁶ OVALLE, José, *“Derechos del Consumidor”*, 2000, Pág. 7.

³⁷ ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS, *“Informe del Secretario General a la Comisión sobre el Desarrollo Sostenible del Consejo Económico y Social de la O.N.U.”*, 19 de febrero de 1.998.

Las directrices, si bien no pudieron plasmarse en un instrumento jurídico obligatorio similar a los documentos referidos a los derechos humanos, pusieron de manifiesto una preocupación global comprometida con la defensa de consumidor. Marcó un verdadero hito en la evolución de los derechos del consumidor, que a partir de su sanción dejó de ser un patrimonio exclusivo de los países más desarrollados.



CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS Y MODELOS TEÓRICOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR

El principal aporte del Derecho del consumidor ha sido el de haber otorgado la calidad de sujeto de derecho al consumidor e institucionalizar su posición en el mercado.

2.1 DEFINICIÓN

El Derecho del Consumidor es definido como “toda persona física o jurídica que adquiere bienes (cosas o servicios) como destinatario final de los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado. En otras palabras es el último eslabón en la cadena de producción-distribución-comercialización”.³⁸

“El derecho del consumidor viene estructurado por normas e instrumentos orientados a reajustar las relaciones entre consumidores y comerciantes en las transacciones económicas (específicamente los actos de consumo que celebra el consumidor); a cautelar su salud y seguridad física frente a determinados bienes, y garantizarle la utilidad o capacidad de uso de los productos que adquiera o los servicios que contrate para la satisfacción de sus necesidades, en fin a institucionalizar la protección jurídica del consumo con normas y mecanismos adecuados tanto en el ámbito administrativo como judicial”.³⁹

³⁸ PIRIS Cristian, “Evolución de los Derechos del Consumidor”, 2000, Pág. 1.

³⁹ CALLE, Jean Paúl, “Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa”, 2002, Pág. 83.

“Se define al derecho del consumidor como al conjunto de derechos que se confieren específicamente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios”.⁴⁰

2.1.1 DEFINICIÓN DE CONSUMIDOR

“Desde una perspectiva amplia, el consumidor es el que adquiere bienes y contrata servicios, con total independencia del uso que les dé. Desde un punto de vista restringido, sin embargo, se considera que únicamente los consumidores finales, esto es, aquellos que se encuentran en el último eslabón de la actividad económica del bien o servicio para su consumo son objeto de protección”.⁴¹

Según el profesor colombiano Marco Antonio Velilla Moreno (1998), “existe una concepción amplia y otra restringida de la noción de consumidor. Según la primera acepción, el consumidor es toda persona que contrata con el fin de consumir, es decir, utilizar un bien o servicio; por lo que si se acoge esta acepción, consumidor no será únicamente quien contrata para su uso personal, sino también quien lo hace para su uso profesional, siendo así cada eslabón de la cadena de producción un consumidor del producto de su antecesor.

Según la acepción restringida, consumidor es quien contrata con el fin de utilizar el bien o servicio adquirido para satisfacer sus necesidades personales o familiares; por lo que, de acoger esta acepción, quedan excluidos quienes contratan para fines profesionales, y no simplemente personales o familiares. Tanto el Consejo de Europa en su Estatuto de Defensa del Consumidor, como el Código de Defensa del Consumidor de Brasil, así como el

⁴⁰ OVALLE, José, “*Derechos del Consumidor*”, 2000, Pág. 3

⁴¹ CALLE, Jean Paúl, “*Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa*”, 2002, Pág. 92.

Estatuto del Consumidor colombiano (aunque este último de una manera algo confusa), han acogido esta acepción”.⁴²

2.2 OBJETO

“El objeto y razón de ser de esta nueva disciplina jurídica es la protección de aquel sujeto que denominamos consumidor”.⁴³

2.3 CARACTERES

El derecho del consumidor busca tutelar al consumidor en las relaciones que establece con su vendedor o proveedor, situación que exige una normatividad con características particulares. “En ese sentido las características que puede considerar propias de esta rama del derecho son:

2.3.1 ENFOQUE COLECTIVO

“Se ha considerado que no es función de esta disciplina proteger intereses particulares sino más bien el interés colectivo de los consumidores.

2.3.2 FUNCIÓN PREVENTIVA Y TUTELA

Las normas de consumo se caracterizan por que cumplen una función preventiva y junto a ellas es necesario que existan normas reparatorias con el fin de proteger a las víctimas del daño”.⁴⁴

⁴² VELILLA, Marco A, “*La Evolución de la Teoría General del Contrato y el Derecho del Consumidor*”, 1998, Pág. 327.

⁴³ PIRIS Cristian, “*Evolución de los Derechos del Consumidor*”, 2000, Pág. 1

⁴⁴ CALLE, Jean Paúl, “*Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa*”, 2002, Pág. 85.

2.3.3 CARÁCTER INTERDISCIPLINARIO

El derecho del consumidor está integrado por normas de derecho privado y de derecho público.

“A través de las normas del derecho privado, se busca determinar las obligaciones y derechos que les corresponden tanto al consumidor como al proveedor en el tráfico comercial. Por el contrario mediante las normas de derecho público, el derecho busca establecer medidas preventivas no solo en cuanto a la seguridad del producto, antes de su venta, sino también en lo relativo a la erradicación de los riesgos de daños una vez que los productos o servicios han sido introducidos al mercado”.⁴⁵

2.3.4 CARÁCTER IMPERATIVO DE LAS NORMAS E IMPORTANCIA DE LOS USOS

El derecho del consumidor es una disciplina que requiere de normas escritas para establecer las obligaciones y derechos de los consumidores. No obstante ello, y de manera muy similar a los que ocurre en el derecho comercial, el derecho del consumidor también puede formarse en base a las costumbres y usos generalmente aceptados en el mercado.

2.3.5 UNIVERSALIDAD

“El derecho del consumidor es una disciplina cosmopolita. Su aplicación está restringida no solo al ámbito interno de un país, sino que se extiende en forma universal”.⁴⁶

⁴⁵ IDEM, Pág. 86.

⁴⁶ CALLE, Jean Paúl, “Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa”, 2002, Pág. 87.

2.4 ÁMBITO DE ESTUDIO

“En términos generales, este derecho se ocupa de los actos y las relaciones que establece el consumidor con el proveedor en el ámbito de la contratación masiva.

Es preciso señalar, que este sector también ha sido materia de estudio del derecho comercial, incluso una de las doctrinas que los jus-comercialistas han esbozado para fundamentar la esencia del derecho mercantil es la teoría de los actos de comercio realizados masiva. No obstante ello, resulta claro que se trata de ordenamientos con contenido propio y que en modo alguno pueden confundirse.

Así mientras que el derecho comercial busca tutelar al comerciante a fin de otorgar seguridad jurídica al resultado de sus actividades, resultándole indiferente la protección a la clientela, el derecho del consumidor toma como referencia el tráfico masivo de bienes y servicios con miras a tutelar única y exclusivamente al destinatario final de bienes y servicios”.⁴⁷

2.5 SUJETOS DE LA RELACIÓN DE CONSUMO

“En lo que respecta al ámbito subjetivo del derecho del consumidor, éste reduce su interés al estudio de las categorías de consumidor y proveedor. El primero es el que adquiere bienes y contrata servicios para la satisfacción de sus necesidades, mientras que el segundo es el que transfiere los bienes y servicios a favor del primero, a cambio de un precio”.⁴⁸

⁴⁷ IBIDEM, Pág. 88.

⁴⁸ CALLE, Jean Paúl, “Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa”, 2002, Pág. 92.

2.6 MODELOS TEÓRICOS DE LOS SISTEMAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

“En términos generales, puede distinguirse entre tres grandes modelos teóricos. Un primer modelo caracterizado por privilegiar la auto tutela del consumidor denominado modelo formal: individualista y autónomo; un segundo modelo que aboga por la intervención del Estado denominado modelo adaptador: dualista y colectivo y un tercer modelo que privilegia el fortalecimiento de políticas de competencia más rigurosa, denominado modelo participativo y voluntario”.⁴⁹

2.6.1 MODELO FORMAL: INDIVIDUALISTA Y AUTÓNOMO

“Este modelo sugiere que el mejor sistema de protección al consumidor es la auto tutela. El consumidor, en tanto personaje central del mercado, cuenta con garantías adecuadas para encabezar su propia defensa. Se parte de considerar que los consumidores conocen sus derechos y disponen de la capacidad necesaria para negociar en el ámbito de las transacciones que entablan con los comerciantes, son consientes del sus propias obligaciones y evalúan su alcance”.⁵⁰

“El sistema de derecho formal está basado, esencialmente, en la iniciativa individual y privilegia la autonomía de las voluntades. Se aleja de los poderes públicos y otorga a los agentes privados, capaces de organizarse, el papel principal en la evolución del derecho”.⁵¹

⁴⁹ IDEM, Pág. 61.

⁵⁰ IBIDEM, Pág.78.

⁵¹ CALLE, Jean Paúl, “Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa”, 2002, Pág. 79.

El establecimiento de normas, en ese sentido, busca garantizar una información adecuada del lado de los consumidores así como una mayor transparencia en el mercado, en el entendido que el mantenimiento de una estructura competitiva del mercado genera beneficios a los propios consumidores.

Así la información del consumidor y una mayor transparencia en el mercado se inscriben perfectamente en el ámbito de tal política puesto que crean las condiciones necesarias para permitir al consumidor ejercer su influencia en las orientaciones del mercado, los precios y las ofertas.

2.6.2 MODELO ADAPTADOR: DUALISTA Y COLECTIVO

“Este modelo considera que el sistema de la auto tutela no funciona en la realidad, por la existencia de fallas en el mercado. En abono de este modelo, se señala que la empresa es quien cuenta con la información respecto de las características y condiciones de los productos o servicios que ofrece en el mercado y, por eso, será quien la administre en beneficio propio”.⁵²

Partiendo de ello, los defensores de esta tesis sostienen que el derecho debe dejar de ser un árbitro para asumir una función activa de promoción y dirección de los derechos de los consumidores.

La reglamentación pasa a ser el instrumento privilegiado a la hora de poner en marcha una política de ayuda al consumidor, que ya no tiene como objetivo final la coordinación de los mecanismos del mercado. Los poderes públicos se convierten en el actor privilegiado del cambio.

⁵² IDEM, Pág.80.

2.6.3 MODELO PARTICIPATIVO Y VOLUNTARIO

“Finalmente, se habla de un modelo que distanciándose de los dos anteriores, asume más bien una nueva posición, que privilegia el fortalecimiento de políticas de competencia más rigurosa. Descarta todo tipo de intervención legislativa, privilegiando la imposición de normas voluntarias o de auto cumplimiento desprovistas de fuerza obligatoria”.⁵³

Este modelo intenta reducir al máximo la intervención del Estado, concediendo a los actores privados, un papel privilegiado, pues asume que estos últimos son más aptos que cualquier aparato gubernamental a la hora de garantizar el buen rendimiento del juego del mercado. El Estado en cualquier caso intervendrá en aquellas situaciones en donde los altos costos de transacción, impidan que el problema sea resuelto directamente por los autores privados.

⁵³ CALLE, Jean Paúl, *“Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa”*, 2002, Pág. 81.

CAPÍTULO III

DERECHO POSITIVO NACIONAL E INTERNACIONAL REFERENTE A LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

3.1 LEGISLACIÓN NACIONAL

3.1.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

La Constitución Política del Estado promulgada el 7 de Febrero de 2009, en su Título II referido a los Derechos Fundamentales y Garantías, en el Capítulo Quinto Derechos Sociales y Económicos, en su Sección X hace referencia a los Derechos de las Usuarias y los Usuarios y de las Consumidoras y los Consumidores, el Artículo 75 indica:

Artículo 75.-

“Las usuarias y los usuarios y las consumidoras y los 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 los productos que consuman y servicios que utilicen*.⁵⁴

La Constitución Política del Estado, hace referencia a los consumidores en el Título II, que trata sobre los Derechos Fundamentales y Garantías, la constitución asigna una Sección para tratar los Derechos de las Usuarias y los Usuarios y de las Consumidoras y los Consumidores, asignándole específicamente la jerarquía de un derecho fundamental.

El artículo 75 establece claramente los derechos de los usuarios y los consumidores siendo estos: 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.

Asimismo el derecho a la información fidedigna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen.

Artículo 76.-

- I. *“El Estado garantiza el acceso a un sistema de transporte integral en sus diversas modalidades. La ley determinará que el sistema de transporte sea eficiente y eficaz, y que genere beneficios a los usuarios y a los proveedores”*.⁵⁵

Por su parte el artículo 76 hace referencia a que el Estado garantiza el acceso a un sistema de transporte integral que sea eficiente y eficaz y que además

⁵⁴ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, 2009, Art. 75.

⁵⁵ IDEM, Art. 76.

genere beneficios a los usuarios. Mediante este artículo la Constitución Política del Estado garantiza el sistema de transporte de los usuarios.

3.1.2 DECRETO SUPREMO N° 29519

El Decreto Supremo N° 29519 de 14 de abril de 2008, tiene por objeto regular la defensa del consumidor frente a conductas lesivas que influyan negativamente en el mercado, provocando la especulación en precios y cantidad, mecanismos que deberán ser ejecutados por el Instituto Boliviano de Metrología IBMETRO y la Superintendencia de Empresas.

Introduce aspectos en cuanto a bienes y servicios tales como la información, la veracidad de la información, la idoneidad de los bienes y servicios, y riesgos previsibles y no previstos, la responsabilidad por productos defectuosos.

Así también existe un tratamiento de regulación de conductas anticompetitivas destinadas más que nada a evitar la elevación injustificada de los precios de los productos y otros factores que determinaron socio económicos que determinaron esta normativa.

3.1.3 DECRETO SUPREMO N° 0065

Por otro lado el Decreto Supremo N° 0065 de 3 de abril de 2009, tiene la finalidad de regular la defensa y protección efectiva y la promoción de los derechos de los consumidores y usuarios, así como establecer procedimientos para la admisión y gestión y seguimiento de denuncias por incumplimiento de normas en la prestación de servicios en el sector regulado, como el no regulado.

Para tal efecto consagra los derechos del consumidor dentro de los que se pueden destacar:

- Derecho a la libre elección del producto o servicio.
- Derecho a recibir la tutela efectiva del Estado.
- Derecho a la información veraz y oportuna sobre los productos y servicios ofrecidos.
- Derecho a una educación para un consumo responsable.
- Derecho a la conformación de organizaciones sociales para la defensa de los derechos de los consumidores.
- Derechos a la no discriminación.
- Derecho a recibir los productos y servicios tal cual fueron ofrecidos.
- Derecho a la devolución, reparación y resarcimiento del derecho infringido pronta y oportunamente.

Así mismo señala que será el Viceministerio de Defensa del los Derechos del Usuario y del Consumidor dependiente del Ministerio de Justicia en ente con competencias y atribuciones para la recepción, gestión y seguimiento de denuncias por incumplimiento de la normativa de consumo.

3.2 LEGISLACIÓN COMPARADA

En la legislación comparada se analiza las Repúblicas del Ecuador y el Perú, las mismas que cuentan con normas específicas de protección del consumidor.

3.2.1 REPÚBLICA DEL ECUADOR

La República del Ecuador dentro de su normativa específica regula el tema mediante la Ley Orgánica del Consumidor.

3.2.1.1 LEY ORGÁNICA DEL CONSUMIDOR

La República del Ecuador cuenta con la Ley Orgánica del Consumidor, la misma que fue aprobada el 04 de Julio del año 2000, esta norma se encuentra dividida en 15 Capítulos, los que a su vez se dividen en 95 Artículos.

El Capítulo I está referido a los Principios Generales, en el mismo se establecen el ámbito y el objeto de la ley. Asimismo se definen ciertos términos para efectos de la ley como ser: anunciante; consumidor; contrato de adhesión; derecho de devolución; especulación; información básica comercial; oferta; proveedor; publicidad; publicidad abusiva; publicidad engañosa; servicios públicos domiciliarios; distribuidores o comerciantes; productores o fabricantes; importadores y prestadores.

El Capítulo II, está referido a los Derechos y Obligaciones de los Consumidores, estableciéndose:

- El derecho a la protección de la vida, la salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios.
- El derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de calidad.
- El derecho a elegirlos con libertad, el derecho a una información adecuada, derecho a un trato transparente y equitativo.
- Derecho a la educación, el derecho a la reparación e indemnización de daños y perjuicios, etc.

Así mismo, se norman las obligaciones del consumidor, el consumo racional de bienes y servicios, el evitar cualquier riesgo que atente contra su salud y seguridad y la información responsable.

El Capítulo III, está referido a la regulación de la publicidad y su contenido, en este capítulo se determina prohibiciones a la publicidad engañosa y las infracciones que se imponen a aquellas publicidades que tienden al abuso y engaño del consumidor.

En el Capítulo IV sobre Información Básica Comercial, se norma el tema de la información básica pública, productos deficientes o usados, producción y transgénica, el rotulado mínimo de productos alimenticios, medicamentos y bienes de naturaleza durable.

Por su parte el Capítulo V, hace referencia a las responsabilidades y obligaciones del proveedor, entre las cuales se encuentran: la obligación de entregar o prestar un servicio de manera oportuna y eficiente; la obligación de

dar a conocer la indicación de los precios de los productos o los servicios que prestan; la reparación o reposición de algún bien o servicio en caso de defectos o vicios ocultos en los mismos; la obligación a la emisión de facturas; a brindar en su caso la provisión de repuestos y servicio técnico, entre otros.

En el Capítulo VI se tratan los Servicios Públicos Domiciliarios, la norma conmina a que estos, ya sea directamente o mediante contratos de concesión presten servicios eficientes; de calidad; oportunos; continuos y a precios justos.

Así mismo, este capítulo establece obligaciones como: la de brindar información adecuada y continua; al trato recíproco con relación a los consumidores aplicando por ejemplo: al momento de los reintegros o devoluciones los mismos criterios que utilicen para los recargos por mora en el pago de los servicios.

También se hace referencia a que la ley obliga a los servicios públicos domiciliarios a tener un registro de reclamos, en la cual los consumidores pueden hacer los reclamos que crean pertinentes por el servicio de reciben.

Por su parte, el Capítulo VII está referido a la Protección Contractual, es decir al tratamiento y regulación de los contratos civiles de adhesión aplicando una serie de medidas que van desde el formato que deben tener dichos contratos, el idioma, y en general los condicionamientos que exige esta ley para que los contratos civiles de adhesión surtan efectos legales.

El Capítulo VIII, está referido al control de la especulación, dando directrices acerca de cómo evitar la especulación de precios, adoptando medidas que van desde la elaboración de criterios técnicos por parte del INEC que controla los índices de inflación e índices de precios de los consumidores; hasta medidas como operativos de control a sola denuncia por parte de la Policía Ecuatoriana,

incluso otorgando facultades al primer mandatario de esa Nación a que sea el encargado de la regulación de precios cuando la situación económica haya causado una escala injustificada de precios.

Por su parte, el capítulo IX está referido a la regulación de prácticas prohibidas, referidas a norma practicas que se dan dentro del mercado, entre las cuales se encuentran: la prohibición de condicionar la compra de un bien a la compra de otro; la prohibición de que el comerciante se rehúse a atender a los consumidores cuando su stock lo permita; aprovecharse dolosamente de la edad; la salud; la instrucción o la capacidad de los consumidores; o el redondeo de tiempos para efectivizar el cobro de intereses, multas, y otras sanciones.

En cuanto al tratamiento de Protección a la Salud y Seguridad, el Capitulo X contiene disposiciones que advierten a los comerciantes que comercializan productos, que por su naturaleza sean potencialmente peligrosos para la salud o integridad física de los consumidores, debiéndose incorporar advertencias o indicaciones adecuadas para que su empleo se efectúe con la mayor seguridad posible. Así mismo, hace referencia al expendio de bebidas alcohólicas, cigarrillos y otros anuncios visibles y claros de su peligrosidad para la salud. En general introduce normas que buscan la mayor seguridad posible de los consumidores.

El Capitulo XI, regula la formación y regulación de Asociaciones de Consumidores, las cuales se forman con el fin de procurar la protección y defensa de los derechos consagrados en la Ley Orgánica del los Derechos de los Consumidores.

Para tal efecto, la norma establece ciertos requisitos como la obtención de personería jurídica; estar conformada por mínimo cincuenta personas;

mantenerse al margen de actividades económicas, religiosas o políticas y no percibir fines de lucro entre otros.

Asimismo, establece los objetivos de las Asociaciones de Consumidores, entre los cuales se encuentra como objetivos, el de difundir el conocimiento de la ley y promover los derechos de los consumidores; la representación de los intereses individuales o colectivos de los consumidores ante las autoridades judiciales o administrativas; realizar programas de capacitación orientación y educación del consumidor entre otros.

El Capítulo XII, norma el control de calidad de bienes y servicios que deben ser sujetos de un control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas; así también hace referencia a la otorgación de autorizaciones especiales; normas técnicas; unidades de control y capacitación.

Por su parte el Capítulo XIII, dispone las Infracciones y Sanciones, determinando entre ellas: la indemnización; reparación; reposición y devolución, estableciendo según el caso específico sanciones pecuniarias que van desde los cien a los mil dólares.

El Capítulo XIV, titulado Competencia y Procedimiento, refiere las facultades que le otorga la Ley al Defensor del Pueblo, para conocer y pronunciarse acerca de reclamos y quejas, que presente cualquier consumidor en el ejercicio de sus derechos, regulando el procedimiento para la intervención de la Defensoría del Pueblo.

El Capítulo XV, Disposiciones Generales, dispone que a través del Ministerio de Educación y Cultura se deben ejecutar programas de educación y difusión pública referidos al conocimiento de los derechos y obligaciones del

consumidor, así como de capacitación a fin de satisfacer mejor sus necesidades.

Por último, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador, establece las disposiciones finales y transitorias necesarias para la puesta en vigencia de esta nueva norma.

3.2.2 REPÚBLICA DEL PERU

La República del Perú dentro de su legislación cuenta con una norma específica que regula lo referente al consumidor denominado Código de Protección y Defensa del Consumidor.

3.2.2.1 CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

La República del Perú con referencia a la protección del consumidor, cuenta con la Ley N° 29571 denominada Código de Protección y Defensa del Consumidor, la misma se encuentra dividida en un Título Preliminar, 7 Títulos, que se dividen en 24 Capítulos que cuentan con 160 Artículos.

El denominado Título Preliminar, hace referencia al contenido y la finalidad del código, el cuál debe estar destinado a la protección y defensa de los consumidores, instituyéndose como una política social y económica del Estado y con la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y mecanismos efectivos para su protección.

Determinándose también el ámbito de aplicación y las definiciones básicas como ser: Consumidores o usuarios, proveedores; distribuidores o comerciantes; productores o fabricantes; importadores; prestadores; producto; servicio; relación de consumo; asociaciones de consumidores; asimetría informativa y habitualidad.

El Artículo V señala que el código se sujeta a los siguientes principios:

1. Principio de soberanía del consumidor;
2. Principio pro consumidor;
3. Principio de transparencia;
4. Principio de corrección de asimetría;
5. Principio de buena fe;
6. Principio de protección mínima;
7. Principio pro asociativo;
8. Principio de la primacía de la realidad.

Asimismo se establecen como Políticas Públicas:

1. El Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada

2. El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores.
3. El Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que atentan contra sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionan el mercado.
4. El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y las relaciones de consumo.
5. El Estado formula programas de educación escolar y la capacitación de los consumidores.
6. El Estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores.
7. El Estado promueve la participación ciudadana y la organización de los consumidores en la protección y defensa de sus derechos.
8. El Estado promueve el consumo libre y sostenible de productos y servicios.
9. El Estado orienta sus acciones para que la protección al consumidor sea una política transversal que involucre a todos los poderes públicos, etc.

Por su parte el Título II está referido a los Derechos de los Consumidores y Relación Consumidor Proveedor.

En el artículo 1 acerca de los derechos de los consumidores establece:

- Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales representen riesgo o peligro para la salud e integridad física.
- Derecho a acceder a una información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible.
- Derecho a la protección de sus intereses económicos.
- Derecho a un trato justo y equitativo en toda la transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de raza, origen, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier índole.
- Derecho a la reparación o reposición del producto o a una nueva ejecución del servicio.
- Derecho a la protección de sus derechos mediante procedimiento eficaces, con formalidades mínimas para la atención de sus denuncias ante las autoridades competentes.
- Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios, etc.

En el Capítulo II se norma la Información a los Consumidores, el artículo 2 dispone que el proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para que este tome una decisión o realice una elección

adecuada de consumo, la misma que deberá ser de fácil comprensión, apropiada, oportuna, accesible y en idioma castellano.

Este capítulo regula todo lo concerniente a la información e introduce aspectos tales como la prohibición de información falsa que induzca al error del consumidor; información sobre la integridad del precio; la exhibición de precios o de listas de precios; la información de precios en moneda nacional y extranjera y los medios de pago.

En el sub Capítulo II referido a la Protección del Consumidor frente a la Publicidad, se establece que su finalidad es la protección del consumidor en cuanto a la asimetría informativa y de la publicidad engañosa o falsa de cualquier manera, y en general la forma y los lineamientos que debe contener la publicidad a la hora de ofrecer productos o servicios a los consumidores.

Por su parte el Capítulo III regula la Idoneidad de los Productos y Servicios, en el artículo 18 indica que se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la cual es evaluada en función con la naturaleza propia del producto o servicio.

Así mismo, en este capítulo se establece la obligación de parte de los proveedores de responder por esa idoneidad en sus productos o servicios ofrecidos tal cual lo señala el artículo 19 del código, así como también están reguladas las garantías; la protección de las expectativas del consumidor; la garantía de uso y buen funcionamiento; servicios de reparación y servicios de atención de reclamos.

El capítulo IV está referido a la Salud y Seguridad de los Consumidores, el sub Capítulo I trata acerca de la Protección a la Salud y Seguridad de los Consumidores en su artículo 25 señala que los productos o servicios ofertados no deben conllevar riesgo injustificado o no advertido para la salud de los consumidores y sus bienes. Previendo también medidas que deberán seguir los proveedores frente a los riesgos previstos como por ejemplo la información de productos o sustancias peligrosas.

El sub Capítulo II se refiere a la Protección de los Consumidores en los Alimentos, consagrando derechos tales como la inocuidad de los alimentos; la calidad de los mismos; el etiquetado y denominación de alimentos; información complementaria; la certificación de alimentos orgánicos así como el etiquetado de grasas trans y de alimentos genéticamente modificados.

El Capítulo V norma la Protección de los Intereses Sociales y Económicos, estableciendo las prohibiciones de discriminación a los consumidores; tratos preferentes a niñas niños, adultos mayores y personas con discapacidad.

El Título III regula los Métodos Comerciales Abusivos; prácticas abusivas; métodos comerciales agresivos. Por su parte en el Capítulo III de este título se norman los métodos abusivos en el cobro y procedimientos de cobranza.

El Título IV establece la Protección del Consumidor en Productos y Servicios Específicos, se consagran principios tales como el principio de celeridad; de concentración procesal; simplicidad; transparencia; no discriminación; responsabilidad; gratuidad; presunción de veracidad; eliminación de exigencias costosas; subsanación y buena fe.

El Título V se refiere a la Responsabilidad y Sanciones que se encuentran orientadas a consagrar derechos a los consumidores para la reparación o reposición de un producto o la nueva ejecución de un servicio bajo determinadas condiciones que están comprendidas en el artículo 97 del código, asimismo establece responsabilidades civiles y administrativas a través de instituciones como INDECOPI y los procedimientos sancionadores; criterios de graduación de las sanciones administrativas; cálculos y rebajas en el cobro de multas; medidas correctivas; medidas correctivas reparadoras; complementarias; registro de infracciones y sanciones; procedimientos sumarios en materia de protección al consumidor.

El Título VI norma Defensa Colectiva de los Consumidores, señala que el ejercicio de las acciones de defensa de los derechos del consumidor puede ser efectuado a título individual o en beneficio del interés colectivo o difuso de los consumidores como señala el artículo 128, para lo cual crea procedimientos administrativos en cuanto a la defensa colectiva de los consumidores y procedimientos judiciales.

El Título VII está referido al Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, normando su creación, conformación y sus funciones.

En el Capítulo II se regula el Sistema de Arbitraje de Consumo destinado a la solución rápida y sencilla de los conflictos del consumo; sus órganos competentes; sus características y su carácter voluntario. Así también, se establecen procedimientos alternativos para la solución de conflictos tales como: el laudo arbitral; la conciliación y la mediación.

El Capítulo III del Título VII norma las asociaciones de consumidores determinando su rol y su finalidad que es la defensa y protección así como la representación de los consumidores y usuarios.

Finalmente, se establecen las disposiciones complementarias, la Implementación y ejecución del Servicio Nacional de Protección del Consumidor y del Sistema de Arbitraje de Consumo; reglamentaciones posteriores y vigencia del código.

3.2.3 ESPAÑA

En la legislación española se tiene como base legal el Artículo 51 de la Constitución Políticas del Estado y la Ley de 26/1984 de 19 de julio denominada Ley de Protección a los Consumidores y Usuarios de España, la misma que fue modificada por la ley 44/2006 de 29 de Diciembre del año 2006.

Esta ley principal contiene 10 capítulos, distribuidos en 41 artículos, el primer capítulo está destinado a regular los derechos de los consumidores, enunciando como principales los siguientes:

- a) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.
- b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- c) La indemnización o reparación de los daños y perjuicios sufridos.

- d) La información correcta sobre los diferentes productos o servicios, la educación y divulgación, para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
- e) La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, todo ello a través de las asociaciones, agrupaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.
- f) La protección jurídica, administrativa y técnica en las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.

En los siguientes capítulos se establece la regulación de los ámbitos de protección de los intereses económicos; salud; asimetría; educación; información y otros. Otro aspecto importante es la disposición que emana del capítulo octavo sobre responsabilidad y garantías a los consumidores, estableciendo como principales responsables a:

- a) El fabricante, importador, vendedor o suministrador de productos o servicios a los consumidores o usuarios, responde del origen, identidad e idoneidad de los mismos, de acuerdo con su naturaleza y finalidad y con las normas que los regulan.
- b) En el caso de productos agranel responde el tenedor de los mismos, sin perjuicio de que se pueda identificar y probar la responsabilidad del anterior tenedor o proveedor.

- c) En el supuesto de productos envasados, etiquetados y cerrados con cierre íntegro, responde la firma o razón social que figure en su etiqueta, presentación o publicidad. Podrá eximirse de esa responsabilidad probando su falsificación o incorrecta manipulación por terceros, que serán los responsables. Si a la producción de daños concurren varias personas, responderán solidariamente ante los perjudicados. El que pague al perjudicado tendrá derecho a repetir de los otros responsables, según su participación en la causación de los daños.

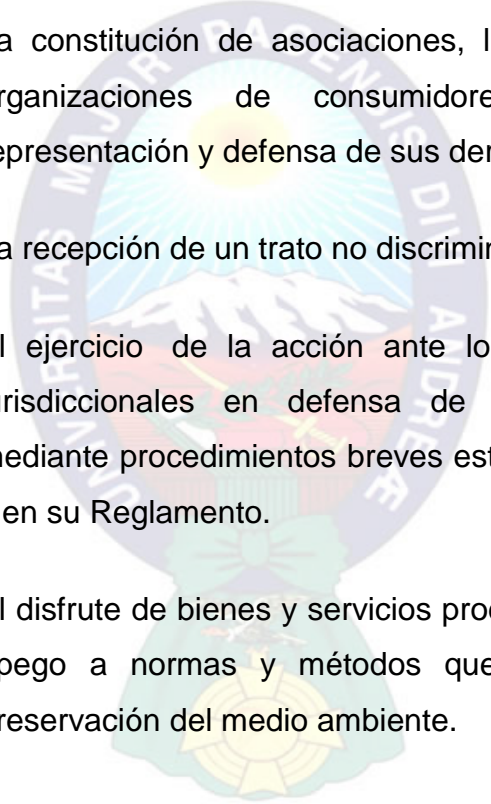
3.2.4 VENEZUELA

El 4 de mayo de 2004 fue publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.930, la Nueva Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, que deroga y sustituye la anterior Ley del mismo nombre que fuera publicada en la Gaceta Oficial (Extraordinaria) N° 4.898, en fecha 17 de mayo de 1995.

Esta Ley, tiene una orientación similar a la Ley de España, inicialmente hace referencia a la protección de la salud y seguridad; protección a los intereses económicos y sociales de los consumidores; el ámbito de la información; contratos de adhesión; responsabilidades del proveedor; ilícitos; delitos y sanciones. Asimismo, señala como principales derechos los siguientes:

1. La protección de su salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios.

2. La adquisición de bienes o servicios en las mejores condiciones de calidad y precio que permita el mercado, tomando en cuenta las previsiones legales que rigen el acceso de bienes y servicios nacionales y extranjeros.
3. La información suficiente, oportuna, clara y veraz sobre los diferentes bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado, con especificaciones de precios; cantidad; peso; características; calidad; riesgos y demás datos de interés inherentes a su naturaleza y contraindicaciones que les permita elegir de conformidad con sus necesidades y obtener un aprovechamiento satisfactorio y seguro.
4. La promoción, protección jurídica y administrativa de sus derechos e intereses económicos y sociales en reconocimiento de su condición de débil jurídico en las transacciones del mercado.
5. La educación e instrucción sobre sus derechos como consumidores y usuarios en la adquisición y utilización de bienes y servicios, así como los mecanismos de defensa y organización para actuar ante los órganos y entes públicos existentes.
6. La indemnización efectiva o la reparación de los daños y perjuicios atribuibles a responsabilidades de los proveedores en los términos que establece la presente Ley.
7. La protección de los intereses individuales o colectivos en los términos que establece esta Ley.

- 
8. La protección contra la publicidad subliminal, falsa o engañosa, los métodos comerciales coercitivos o desleales que distorsionen la libertad de elegir y las prácticas o cláusulas impuestas por proveedores de bienes y servicios que contraríen los derechos del consumidor y el usuario en los términos expresados en esta Ley.
 9. La constitución de asociaciones, ligas, grupos, juntas u otras organizaciones de consumidores o usuarios para la representación y defensa de sus derechos e intereses.
 10. La recepción de un trato no discriminatorio.
 11. El ejercicio de la acción ante los órganos administrativos y jurisdiccionales en defensa de sus derechos e intereses mediante procedimientos breves establecidos en la presente Ley y en su Reglamento.
 12. El disfrute de bienes y servicios producidos y comercializados en apego a normas y métodos que garanticen una adecuada preservación del medio ambiente.
 13. Los demás derechos que la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y las leyes establezcan.

3.2.5 COMPARACION

A diferencia de las Repúblicas de las Repúblicas del Ecuador, Perú, España y Venezuela en Bolivia no se cuenta con una normativa adecuada a la

problemática planteada, es decir no existe ninguna ley especial que regule el tratamiento de los derechos de los consumidores y usuarios con su relación con proveedores, distribuidores y comerciantes.

Tan solo y de manera muy aislada, el país cuenta con dos Decretos Supremos que de alguna manera intentan regular las relaciones de consumo, pero no constituyen el instrumento idóneo que permita una correcta tutela de los derechos de los consumidores.

A diferencia de la Ley Orgánica del Consumidor de la República del Ecuador, en donde se puede apreciar no solo una declaración de derechos de los consumidores, sino todo un cuerpo legal específico que sin duda constituye en una herramienta más eficaz para la solución de la problemática de consumo.

En comparación con el Código de Protección y Defensa del Consumidor, que se constituye en una normativa completa y específica con la que cuenta la República del Perú, que no solo consagra derechos y obligaciones sino también procedimientos especiales que permiten la mejor tutela de los consumidores en su conjunto.

Asimismo, la Ley de Protección a los Consumidores y Usuarios de España, es una norma que de manera específica regula todo lo referente en materia de consumo y la protección de los consumidores y usuarios.

Por su parte la república Bolivariana de Venezuela a través de su Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, establece de manera clara y precisa los lineamientos jurídicos necesarios para la defensa y protección de los derechos de los consumidores y usuarios en ese país.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

La propuesta se basa en la enunciación de los principios socio-jurídicos de protección al consumidor, para ello es necesario primero referirse a los ámbitos de protección para posteriormente ingresar a los principios socio-jurídicos.

4.1 ÁMBITOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En la teoría general del derecho de consumo o del consumidor se ha establecido que los ámbitos de protección efectiva deberían ser divididos en dos áreas específicas, de las cuales tendrán que desprenderse principios jurídicos y teorías, para la construcción de las bases legales y teóricas en un determinado territorio que también es perfectamente aplicable a la realidad socio jurídica de nuestro país como en cualquier parte del mundo.

Ahora bien, ante la evidente inexistencia de una ley de protección al consumidor en nuestro país y en base al conjunto teórico en materia de consumo señalado anteriormente, se pretende señalar principios socio jurídicos acordes a nuestra realidad, por el desequilibrio que ha existido durante mucho tiempo entre empresarios y consumidores, y en los cuales no se pretende dotar de prerrogativas especiales, ni derechos de carácter privilegiado a los consumidores, sino 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, a la hora de informarse sobre los productos ofrecidos; negociar con los proveedores; asumir obligaciones y de consumir los bienes, hechos que son necesarios plasmarlos en el ámbito de

una ley específica para nuestro país, que regule prácticamente los dos pilares en los cuales se sustenta el contenido y los principios del derecho del consumo:

- a) En primer lugar, se protege la **SALUD Y LA SEGURIDAD CORPORAL** de los consumidores.
- b) En segundo lugar, se trata de la protección de sus **INTERESES ECONÓMICOS**.⁵⁶

En el ámbito de la protección de la salud y la seguridad corporal de los consumidores, la legislación boliviana tendrá que crear y/o fortalecer las entidades con las que contamos actualmente, vale decir el Vice - Ministerio de Protección al Consumidor que es una entidad dependiente del Ministerio de Justicia creada por el Decreto Supremo N°. 0065 de 3 de abril de 2009, el mismo que estará encargado justamente de realizar todos los controles necesarios en este ámbito, por ejemplo: podrán embargar los productos peligrosos o impedir la venta de los productos sospechosos en espera de los resultados de los controles justificando tal extremo en el imperativo superior de la salud y seguridad de las personas.

Además tendrá que estar inmerso en la ley de protección al consumidor competencias para que esta entidad gubernamental pueda diseñar medidas que estén dirigidas a prevenir y precautelar la salud de todos los bolivianos en la sociedad consumista que vivimos, **primero** estableciendo “la obligación general de seguridad”, para que en adelante los productos y servicios presenten la seguridad que se puede esperar razonablemente. Esta obligación

⁵⁶ GILLES Paisant/Conferencia: Protección de los Consumidores en el derecho Francés/Junio 2007.

incumbe, primero, a los empresarios que ponen en circulación los productos y servicios.

Sobre este fundamento, los poderes públicos pueden intervenir a título preventivo por vía reglamentaria sobre la fabricación o la comercialización de varios productos que forman un conjunto complejo, denso y muy evolutivo, en la que se hace mención a productos alimenticios; cosméticos y medicamentos, y **segundo**, en virtud del principio de precaución, los poderes públicos no dudarán en intervenir a título preventivo a fin de quedar exentos de toda responsabilidad.

Ahora, que pasa si todo este sistema preventivo no es suficiente y continúan los daños a la salud e integridad corporal de los consumidores, la ley tendrá que prever un mecanismo destinado a la reparación objetiva de los daños mediante un sistema de responsabilidad civil para la reparación de los daños a causa de los productos defectuosos.

En el **ÁMBITO DE PROTECCIÓN A LOS INTERESES ECONÓMICOS**, el consumidor goza de una protección específica. El legislador desea una relación equilibrada entre el empresario, presunto fuerte y el consumidor, presunto débil.

En el momento de la conclusión del contrato, la ley procura que, primero, el consumidor tenga una buena información sobre sus derechos y obligaciones así como sobre el producto o el servicio que se le propone, por ejemplo, la ley prohibirá la publicidad engañosa y reglamenta la publicidad comparativa. Pero, la información que resulta de la publicidad es una información subjetiva destinada a vender. En cuanto a la información objetiva, cada vendedor profesional o prestatario de servicios debe procurar, antes de la conclusión del contrato, que el consumidor conozca las características esenciales del producto

o del servicio que adquiera o contrate el consumidor, este gozará de un tiempo para reflexionar o de una facultad de desistimiento.

Además la ley impondrá que los contratos concertados entre empresarios y consumidores sean redactados y presentados de manera clara y comprensible en la que las cláusulas ilegibles sean inoponibles al consumidor, mientras que las oscuras o ambiguas tienen que ser interpretadas a su favor, y con relación a las cláusulas abusivas estas se las debe considerar como no escritas para crear un equilibrio significativo en los derechos y obligaciones de las partes.

4.2 ENUNCIACIÓN DE PRINCIPIOS SOCIO JURÍDICOS

En función de los dos pilares fundamentales descritos anteriormente, los principios socio jurídicos objeto de la presente tesis, son los siguientes.

4.2.1 PRINCIPIO DE PROTECCIÓN A LA SALUD Y LA SEGURIDAD CORPORAL DE LOS CONSUMIDORES

“Este principio se refiere a una protección eficaz contra los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representan riesgo o peligro para la salud o seguridad física. Tiene directa relación, con la salud e integridad psicosomática de los usuarios finales”.⁵⁷

“Este derecho es el más importante de todos por el valor esencial de la vida, la salud y la seguridad no solo de los consumidores sino de cualquier persona.

⁵⁷ VEGA, Yuri, “*Contratos de Consumo*”, 2004, Pág. 75.

El derecho a la protección de la vida es una manifestación del derecho a la vida que reconocen los principales convenios y tratados internacionales sobre derechos humanos. El derecho a la protección de la salud es también una manifestación del derecho humano a la salud”.⁵⁸

En otras palabras el principio de protección a la salud y la seguridad corporal de los consumidores establece que los productos, actividades o servicios que se ponen a disposición de los consumidores y usuarios, no deben suponer riesgo alguno para la salud o seguridad del consumidor salvo los usual y reglamentariamente admitidos en condiciones normales de utilización.

Lo que se busca con este principio es que se eviten las situaciones de riesgo en los consumidores, por lo tanto, los bienes y servicios destinados a los consumidores y usuarios deberán presentarse de forma que no existan peligros para su salud y seguridad; si estos peligros se presentan, deberán ser retirados del mercado mediante procedimientos rápidos y simples. Los poderes públicos velarán por la seguridad, calidad y salubridad de los bienes y servicios ofertados en el mercado.

Además, este principio tiene el fin de proteger y garantizar todo producto o servicio que sea ofrecido en el mercado, ya sea para uso o consumo y que esté exento de riesgo para la seguridad, la salud o la vida del consumidor, además que no signifique un daño al medio ambiente.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario obliga a los proveedores, fabricantes, importadores, comerciantes y demás prestatarios de bienes o servicios, al cumplimiento de la obligación de conceder seguridad a sus productos.

⁵⁸ OVALLE, José, “*Derechos del Consumidor*”, 2000, Pág. 23

Todos los bienes o servicios que puedan suponer un riesgo para la salud o la integridad física de los consumidores o usuarios, deben comercializarse observando los mecanismos, instrucciones y normas establecidas o razonables para garantizar la seguridad de los mismos. Este derecho se refleja en normas de carácter administrativo, que establecen controles sobre la fabricación y la prestación de productos en el mercado con el fin de disminuir riesgos instrumentándola de una manera preventiva.

4.2.2 PRINCIPIO DE PROTECCIÓN A LOS INTERESES ECONÓMICOS

Esta enunciación se refiere a que la protección a los intereses económicos se la debe entender como aquella que tienda a restablecer el patrimonio del individuo o persona jurídica al momento de la transacción “COMO SI NUNCA HUBIESE REALIZADO LA TRANSACCIÓN” que le causa un daño.

Es decir se refiere a que la tutela de los legítimos intereses económicos de los consumidores y usuarios, hace efectiva el derecho que ostenta el adquirente de productos o servicios a contratar en condiciones equitativas.

Este principio abarca desde la exigencia de calidad y eficiencia de los productos y servicios, hasta la existencia de organismos administrativos y judiciales que apliquen la verdadera justicia. Los compradores de bienes o servicios deberán ser protegidos contra los abusos de poder del vendedor, en particular respecto de: las condiciones abusivas de crédito; la solicitud de pago de mercancías no solicitadas y los métodos de venta que limiten la libertad que resulten lesivas o abusivas para el consumidor.

Puesto que las erogaciones de dinero que realiza el consumidor de bienes y servicios al momento de adquirir un producto o solicitar un servicio tiene que estar fuertemente protegido y custodiado por el Estado, asumiendo una postura equilibrada que tienda a generar los mecanismos precisos y oportunos para la recuperación inmediata de los montos de dinero utilizados para la adquisición de productos.

Inclusive este principio da prerrogativas al órgano competente de ir más allá del simple restablecimiento patrimonial, estando facultado de atribuir multas y cargas al vendedor o prestador imprudente orientando de esta manera el tipo de responsabilidad de la subjetiva a la objetiva.

4.2.3 PRINCIPIO DE PROTECCIÓN EFICAZ ANTE EL DAÑO PROVOCADO POR UN PRODUCTO DEFECTUOSO

Este principio se define como aquel que protege al consumidor de los daños provocados por un producto defectuoso, el sujeto responsable del daño causado es el productor o fabricante.

Enuncia un sistema de protección eficaz, tiene el fin de saber a ciencia cierta quién es el responsable para resarcir el daño causado, en materia de productos de expendio resulta ser más difusa su identificación que cuando se contrata un servicio que está claramente identificado, en materia de bienes al existir una cadena de comercialización en los mercados de expendio corresponde identificar y citar al responsable ante un daño causado por un producto defectuoso, ya sea el fabricante, el importador, el suministrador o distribuidor.

Por este principio, la Ley de Protección al Consumidor tiene que establecer claramente quien es el directo responsable ante un daño causado, según sea las condiciones del caso, ya sea el fabricante, el suministrador mayorista o el que distribuye o vende, porque todo aquel que pone en circulación un producto tiene que tener la certeza que ese producto está garantizado para satisfacer las necesidades del consumidor y que por ninguna razón se exima de responsabilidad, de eso trata el principio de protección eficaz ante un daño provocado por productos defectuosos.

4.2.4 PRINCIPIO DE PROTECCIÓN EFICAZ ANTE RIESGOS PREVISTOS Y PREVISIBLES

Este principio cautela los derechos del consumidor afectados directamente por las imperfecciones del mercado. Es decir, refiere y prevé la protección ante riesgos sean estos previstos y previsibles. El Estado como primer interesado en mejorar los parámetros de desarrollo humano de su población, tiene que anticiparse a los hechos, y procurar que los productos fabricados o internados en sus mercados, gocen de una garantía de utilidad y tiene que hacer uso de una presunción que le faculte dudar sobre la fabricación de ciertos productos o la prestación de servicios que pueden ser dañinos a la salud y en consecuencia causen un daño.

4.2.5 PRINCIPIO DE LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Este principio garantiza una información veraz, eficaz y suficiente sobre las características esenciales de los productos o servicios puestos a disposición del consumidor y usuario.

Siendo esta área del derecho tan poco teorizada en Bolivia y peor aún que la sociedad tiene tan poca tradición en materia de consumo, es necesario que existan diversas formas para que el Estado promueva los derechos de los consumidores durante mucho tiempo, ya que de otra manera una poca difusión de estos derechos, hará que su implementación sea superficial y política.

Esta promoción tendrá que partir de las universidades en las que la enseñanza del derecho del consumidor tendrá que ser obligatoria insertando en sus currículas respectivas como nueva área del derecho, también se deberá garantizar la libre asociación de consumidores para que se respeten aún más sus derechos.



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

5.1.1 CONCLUSIONES EN FUNCIÓN AL OBJETIVO GENERAL

“Establecer los principios socio-jurídicos para la elaboración de una Ley de Protección al Consumidor”

Durante la realización de la investigación se han establecido diversos principios socio-jurídicos básicos y necesarios para la elaboración de la Ley de Protección al Consumidor. Estos principios son: la soberanía del consumidor; in dubio pro-consumidor; transparencia, buena fe; primacía de la realidad.

Así también se han establecido los derechos de los consumidores como ser: el derecho a la libre elección del bien o servicio; el derecho a una protección eficaz; derecho a la información; derecho a la protección; derecho a no ser discriminado; derecho a la seguridad; a una correcta tutela jurídica; a la reparación de los daños y a asociarse.

En base a estos principios socio-jurídicos y derechos que hacen al derecho del consumo, se elaboró un anteproyecto de ley denominado Ley de Protección al Consumidor.

5.1.2 CONCLUSIONES EN FUNCIÓN A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

A lo largo de la presente investigación se pudieron cumplir con los objetivos específicos propuestos inicialmente, de la siguiente manera:

1. ***Analizar la teoría existente referida al Derecho del Consumidor***

Este objetivo fue cumplido en el desarrollo de la investigación, ya que se analizó la teoría referida al Derecho del Consumidor partiendo desde lo que son los Antecedentes Históricos hasta llegar al Marco Teórico.

2. ***Establecer la normativa existente en nuestra actual economía jurídica referida al derecho del consumidor***

En la investigación se estableció y analizó la normativa existente en nuestra economía jurídica, las mismas que parten desde la Constitución Política del Estado que de manera contundente establece los derechos de los consumidores y/o usuarios, hasta los dos Decretos Supremos Nos. 29519 de fecha 16 de abril de 2008 y 0065 de 3 de abril de 2009, normas que se encuentran referidas al Derecho del Consumidor.

3. ***Determinar la inexistencia en nuestro ordenamiento jurídico de una Ley de Protección al Consumidor***

En el Marco Jurídico se analizó la Legislación Nacional existente:

la Constitución Política del Estado y los Decretos Supremos Nos. 29519 y 0065, únicas normas que refieren la regulación de los derechos de los consumidores, por ende se determinó la inexistencia de una Ley específica de Protección al Consumidor.

4. Obtener una propuesta de Ley que proteja los derechos de los consumidores.

Este objetivo se cumple con la presentación de una propuesta de ley que regula y protege los derechos de los consumidores.

5.2 RECOMENDACIONES

Tomando en cuenta las conclusiones logradas en el presente trabajo, la revisión doctrinal y conceptual, habiendo revisado la Legislación Nacional y la Legislación Comparada con respecto al Derecho del Consumidor se recomienda:

- La sanción y promulgación de una Ley específica que regule y proteja al Consumidor en nuestro país.
- Que esta Ley dentro el marco constitucional señale y proteja derechos de los consumidores y/o usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

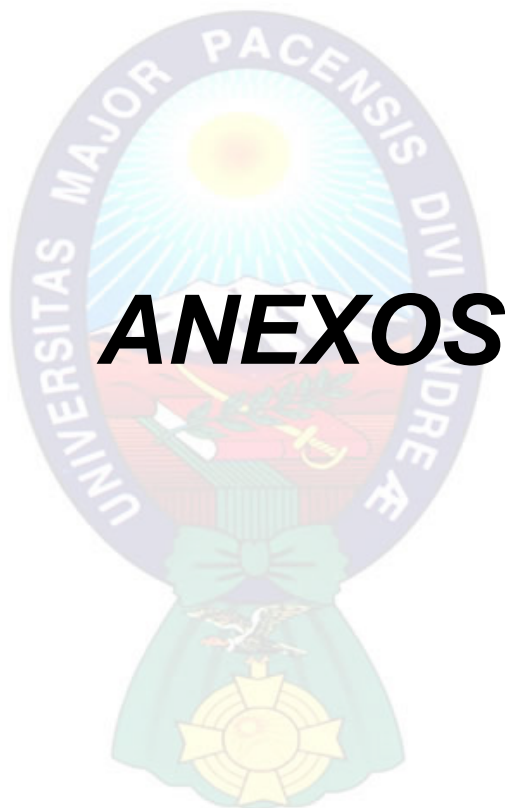
- **LIBROS**

- AMAYA, Jorge, *“Mecanismos Constitucionales de Protección al Consumidor”*, 2004.
- ARRIGHI, Jean, *“Comercio Internacional y Protección del Consumidor, en defensa de los Consumidores de productos y Servicios”*, 1994.
- CALLE, Jean Paul, *“Responsabilidad Civil por Publicidad Falsa o Engañosa”*, 2002.
- HERNANDEZ, SAMPIERI, R., *“Metodología de la Investigación”*, 2000.
- MOSTAJO, Max, *“Seminario Taller de Grado”*, s/f.
- MUNCH, Lourdes, ÁNGELES, E., *“Métodos y Técnicas de Investigación”*, 2001.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, *“Informe del Secretario General a la Comisión sobre el Desarrollo Sostenible del Consejo Económico y Social de la O.N.U.”*, 1998.
- OVALLE, José, *“Derechos del Consumidor”*, 2000.

- PINEDA E., ALVARADO E.; CANALES F.: *“Metodología de la Investigación”*, 2001.
- PIRIS, Cristian, *“Evolución de los Derechos del Consumidor”*, 2000.
- PIURA J., *“Introducción a la Metodología de Investigación”*, 1994.
- REAL, María Jesús, *“Incidencia del Cooperativismo en la Construcción del Derecho de Consumo”*, 2000.
- VELILLA, Marco, *“La Evolución de la teoría General del contrato y el Derecho del Consumidor”*, 1998.
- ZORRILLA, Santiago y TORREZ, Miguel, *“Guía para Elaborar la Tesis”*, 1998.
- **NORMAS LEGALES**
 - CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR REPÚBLICA DEL PERÚ.
 - CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, 2009.
 - CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ.
 - DECRETO SUPREMO N° 29519, de 14 de Abril de 2008.

- DECRETO SUPREMO N° 0065 de 3 de abril de 2009.
- LEY ORGÁNICA DEL CONSUMIDOR DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.
- LEY DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ESPAÑA, Ley N° 44/2006 de 29 de Diciembre del año 2006.
- LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y AL USUARIO DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA, Ley N° 37.930 de 4 de mayo de 2004.





ANEXOS

ANEXO N° 1

PROPUESTA ANTEPROYECTO DE LEY

- **FINALIDAD**

La propuesta tiene la finalidad de en base a los principios socio-jurídicos propios del derecho del consumidor elaborar una Ley de Protección al Consumidor.

- **OBJETO**

El objeto de la propuesta se centra en dotar al país de una norma específica que proteja al consumidor.

- **ANTEPROYECTO DE LEY**

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

TITULO I

AMBITO DE APLICACIÓN Y DEFINICIONES BASICAS

CAPITULO I

ARTÍCULO 1.- (OBJETO)

El presente Proyecto de Ley tiene por objeto normar y/o regular la defensa y protección del consumidor y/o usuario, en cuanto a su relación con proveedores, distribuidores y comerciantes, en todo el territorio del Estado

Plurinacional, con la finalidad de que el consumidor y/o usuario accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de la normativa eficaz que garantice su protección en contra de actividades que afecten su salud, su economía y sus intereses.

ARTÍCULO 2.- (PRINCIPIOS)

La presente Ley se sujeta a los siguientes principios:

- 1.- Principio de protección a la salud y la seguridad corporal de los consumidores
- 2.- Principio de protección a los intereses económicos.
- 3.- Principio de protección eficaz ante el daño provocado por un producto defectuoso
- 4.- Principio de protección eficaz ante riesgos previstos y previsibles.
- 5.- Principio de la promoción y difusión de los derechos del consumidor.

ARTÍCULO 3.- (OBJETIVOS BÁSICOS)

Son considerados como objetivos básicos los siguientes:

- 1.- La protección de la vida, la salud y seguridad del consumidor y/o usuario, contra los riesgos provocados por productos y prácticas en el abastecimiento de productos, que sean considerados como nocivos.

- 2.- La correcta educación acerca de los productos y los servicios, que garanticen libertad para escoger y equidad en la relación proveedor consumidor.
- 3.- Información adecuada, idónea sobre los productos o servicios que están al alcance de los consumidores y/o usuarios.
- 4.- La reparación del daño causado sea material o moral.
- 5.- La tutela y protección por parte del Estado Plurinacional a través de los órganos competentes que garanticen el cumplimiento de los objetivos del presente proyecto de Ley.

ARTÍCULO 4.- (SUJETOS DE PROTECCIÓN)

Se considera consumidor y/o usuario a toda persona natural o jurídica que en virtud de cualquier acto oneroso adquiera, utilice o disfrute productos y servicios materiales o inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

ARTÍCULO 5.- (DEFINICIONES)

Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- 1.- Proveedores.- Toda persona natural o jurídica, de carácter público o privado que desarrolla de manera profesional, ocasional, actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores y/o usuarios de cualquier naturaleza.

- 2.- Distribuidores y comerciantes.- Toda persona natural o jurídica que vende o provee al por mayor o menor productos o servicios destinados a los consumidores y/o usuarios a través de la comercialización.
- 3.- Producto.- Cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial de origen nacional o extranjero que circula en el mercado y está destinado al acceso y consumo de los consumidores y /o usuarios.
- 4.- Servicio.- Cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado de cualquier índole destinada al consumidor y/o usuario.

TITULO II

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 6.- (DERECHOS Y DEBERES DEL CONSUMIDOR Y/O USUARIO)

Son derechos básicos del consumidor y/o usuario:

- 1.- La libre elección del bien o servicio.
- 2.- El Derecho a una protección eficaz de los productos o servicios que en condiciones normales representen riesgo a su vida, salud e integridad física.

- 3.- El Derecho a una información lo más veraz e idónea acerca de los bienes o servicios que ofrece los proveedores, distribuidores y comerciantes, y acerca de las características relevantes en cada uno de ellos, para que el consumidor y/o usuario este debidamente informado a la hora de adquirir un producto o servicio.
- 4.- Derecho a la protección de sus intereses económicos a la hora de acceder y/o adquirir bienes o servicios.
- 5.- El Derecho a no ser discriminado, y a recibir un trato justo y equitativo por parte de proveedores, distribuidores y comerciantes de bienes o servicios.
- 6.- El Derecho a la seguridad en el consumo de cualquier tipo de bienes o servicios y cualquier práctica o conducta que vaya en desmedro de su salud, integridad física y el medio ambiente.
- 7.- A la correcta tutela de sus derechos mediante mecanismo de control y procedimientos eficaces y transparentes para la atención de sus reclamos y denuncias correspondientes a las autoridades competentes.
- 8.- El Derecho a la reparación de los daños y perjuicios materiales y morales que pudieran causarle el acceso o consumo de algún bien o servicio.
- 9.- El Derecho a asociarse con el fin de la protección y ejercicio de sus derechos de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.

ARTÍCULO 7.- (IRRENUNCIABILIDAD)

Los derechos establecidos en la presente Ley son irrenunciables, siendo nula la renuncia a los derechos reconocidos en la presente norma.

CAPITULO II DE LAS INSTITUCIONES PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y/O USUARIOS

ARTÍCULO 8.- (ENTIDAD NORMATIVA)

La entidad normativa con competencia en materia de defensa del consumidor y/o usuario es el Servicio Nacional de Defensa del Consumidor (**SENADECO**), institución con competencia en todo el territorio nacional, dependiente del Vice Ministerio de Defensa del Usuario y el Consumidor dependiente del Ministerio de Justicia, con participación de organizaciones de proveedores de servicios y productos y de las organizaciones de usuarios y consumidores.

ARTICULO 9.- (ATRIBUCIONES DEL SENADECO)

Las atribuciones del Servicio Nacional de Defensa del Consumidor son las siguientes:

- 1.- Velar por el cumplimiento y ejercicio de las disposiciones y normativas que se establecen en la presente Ley.
- 2.- Recibir denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones, en contra de proveedores, distribuidores y comerciantes que suministran productos y/o servicios.

- 3.- Solicitar información a las y los proveedores que suministran productos y/o prestan servicios.
- 4.- Verificar en el lugar de los hechos los extremos de la denuncia.
- 5.- Realizar el seguimiento y monitoreo de los casos denunciados por consumidores y/o usuarios ante las entidades reguladoras y otras autoridades competentes en el sector no regulado, hasta lograr la solución del problema.
- 6.- Súper vigilar que las entidades del sector público, personas jurídicas y privadas y personas naturales que prestan servicios públicos o suministran alimentos, fármacos y otros productos a la población garanticen la exhibición de bandas de precios a los usuarios y consumidores.
- 7.- Promover la formación de organizaciones de Defensa del consumidor y/o usuario.
- 8.- Promover a los proveedores distribuidores y comerciantes de servicios y productos a que adopten estrictas normas éticas de conducta.
- 9.- Informar al Vice Ministerio de Defensa del Consumidor de todas las denuncias que son recibidas así como de informar el seguimiento de cada una de ellas, a fin de que el Vice Ministerio de Defensa del Consumidor sea el ente regulador y de fiscalización del SENADECO.

- 10.- Promover y coordinar políticas de defensa de los derechos del consumidor y/o usuario en coordinación con el Vice Ministerio de Defensa del Consumidor, destinadas a mejorar y promover un estricto control de calidad en productos o servicios que son destinados a la comercialización.

ARTICULO 10.- (ATRIBUCIONES DEL VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y/O USUARIO)

Las atribuciones del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Consumidor y/o usuario, en el marco de las competencias asignadas por la Constitución Política del Estado, son las siguientes:

- 1.- Ejercer control y fiscalización del SENADECO en cuanto al manejo y tratamiento de las denuncias por incumplimiento de las normas de la presente Ley.
- 2.- Realizar el seguimiento y monitoreo de los casos denunciados al SENADECO, por consumidores y/o usuarios ante las entidades reguladoras y otras autoridades competentes en el sector no regulado.
- 3.- Proponer y coordinar con el SENADECO políticas públicas con la finalidad de mejorar la atención a los consumidores y/o usuarios, y que garanticen el cumplimiento de la normativa vigente.
- 4.- Coordinar con el SENADECO inspecciones y operativos de control a mercados, supermercados, tiendas y negocios en general a fin de controlar la normativa comprendida en la

presente Ley, sin perjuicio de las atribuciones que tienen los Gobiernos Municipales en el tema.

TITULO III

INFORMACION A LOS CONSUMIDORES Y/O USUARIOS

CAPITULO I

INFORMACION GENERAL

ARTÍCULO 11.- (INFORMACIÓN RELEVANTE)

Los proveedores, distribuidores y comerciantes, tienen la obligación de ofrecer a los consumidores y/o usuarios toda la información relevante acerca del producto o del servicio que ofrecen y brindan, con la finalidad de que el consumidor y/o usuario realice una elección libre y adecuada del producto que adquiera o del servicio que opte. La información deberá ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna, debiendo si es posible darse en el idioma que hable el consumidor y/o usuario.

ARTICULO 12.- (PROHIBICIÓN DE INFORMACIÓN FALSA)

El proveedor, distribuidor y comerciantes están prohibidos de emitir u omitir información falsa que induzca al error al consumidor y/o usuario en cuanto al producto que adquiera o el servicio que opte.

ARTICULO 13.- (LISTAS DE PRECIOS)

El proveedor, distribuidor y comerciante, deberá exhibir en un lugar visible los precios de los productos o servicios que otorgan de manera clara y precisa

resaltando el precio final de los mismos. Por los que estará prohibido todo cobro que no esté consignado en dichas listas de precios.

ARTICULO 14.- (MEDIO DE PAGO)

El proveedor, distribuidor y comerciante que diferencie el precio del servicio en función del medio de pago, como tarjetas u otros, deberá poner dicha información en conocimiento del consumidor y/o usuario de manera destacada, visible y accesible en el establecimiento o local comercial a través de los avisos y carteles correspondientes.

CAPITULO II

PROTECCION DE LOS CONSUMIDORES Y/O USUARIOS FRENTE A LA PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ARTÍCULO 15.- (FINALIDAD)

La protección de los consumidores y/o usuarios frente a la publicidad tiene la finalidad de proteger a los mismos de publicidad falsa que tienda al engaño, que proporcione información no acorde con el producto o servicio que preste, o magnifique los atributos, beneficios y minimice las limitaciones de los productos o servicios que presten, induciendo al error sobre los atributos y la calidad del producto o servicio por parte de los consumidores y/o usuarios.

ARTICULO 16.- (LINEAMIENTOS DE LA PUBLICIDAD)

Toda forma de publicidad independientemente del medio que se utilice, sea por medios televisivos; radiales; prensa escrita; avisos; carteles y cualquier otra forma de publicidad destinada a la comercialización de productos de consumo o

de servicios de todo tipo, deberán consignar la indicación clara e idónea del producto o servicio que se ofrece, debiendo haber correlación entre los que se ofrece y lo que los consumidores y/o usuarios efectivamente reciben.

En caso de denuncias corresponderá probar al proveedor el cumplimiento estricto de la normativa así como la calidad del producto o del servicio que preste.

ARTICULO 17.- (PUBLICIDAD DIRIGIDA A MENORES DE EDAD)

La publicidad dirigida a menores de edad no deberá inducir a estos a conclusiones equivocadas acerca de las características reales de los productos anunciados o sobre la calidad y las posibilidades de los mismos, quedando prohibida toda forma de burla a la ingenuidad, credulidad, inexperiencia de los menores.

Quedando prohibida también toda forma de inducción a la exclusión o sentimiento de inferioridad al menor que no consume el producto ofrecido.

TITULO IV

NORMAS DE PROTECCION A LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES Y/O USUARIOS

ARTÍCULO 18.- (NORMAS DE SEGURIDAD)

Todo producto o servicio que sea comercializado en el mercado, no debe consignar, algún tipo de riesgo injustificado inadvertido para la salud, la integridad física y la seguridad de los consumidores y/o usuarios o sus bienes.

ARTICULO 19.- (PREVENCIÓN POR PARTE DE LOS PROVEEDORES)

Los proveedores distribuidores y comerciantes deben tomar las medidas necesarias en cuanto a la conservación, manipulación y transporte de los productos o del servicio que se comercialice, en caso de existir riesgos para la salud o la integridad física de los consumidores y/o usuarios.

ARTICULO 20.- (CRITERIOS APLICABLES A LA INFORMACIÓN)

Los proveedores deberán hacer las advertencias necesarias en cuanto a los productos que por su naturaleza con lleven cierto riesgo en su adquisición, deberán aplicar los siguientes criterios:

- 1.- Deberán actuar con celeridad a la hora de realizar cualquier advertencia, de acuerdo a la gravedad del riesgo.
- 2.- Se deberá especificar la naturaleza del riesgo o el peligro.
- 3.- Las advertencias deberán estar acompañadas de una fuente de información alternativa, con la finalidad de que el consumidor cuente con mayor información acerca de los riesgos o peligros del producto.
- 4.- En caso de cualquier tipo de riesgo que afecte a la vida o la integridad física de los consumidores y/o usuarios, los proveedores, distribuidores y comerciantes deberán informar a SENADECO, para que este proceda de acuerdo a sus competencias.

TITULO V
PROTECCION A LOS CONSUMIDORES EN CUANTO
A LA COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS

ARTÍCULO 21.- (INOCUIDAD)

Los consumidores, dentro de los derechos que les otorga la presente Ley en concordancia con lo establecido por la Constitución Política del Estado, tienen el derecho al consumo de alimentos inocuos, que no causen daño a su salud.

ARTÍCULO 22.- (RESPONSABILIDAD)

Los proveedores, distribuidores y comerciantes son los responsables directos de la calidad e inocuidad de los alimentos que son puestos al mercado para su consumo.

ARTÍCULO 23.- (CALIDAD DE LOS PRODUCTOS)

Se entenderá por calidad a aquellas características de un producto que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas de los consumidores. Los proveedores, distribuidores y comerciantes son responsables por la calidad de los productos que comercializan, por tanto a tiempo de publicitar los mismos deberán estar también en condiciones de probarlos.

ARTÍCULO 24.- (ETIQUETADO Y DENOMINACIÓN DE ALIMENTOS)

Los productos alimenticios deberán estar debidamente etiquetados, con la fecha de expiración de los mismos, así mismo los proveedores deberán

especificar el tipo de producto si corresponde a alimentos orgánicos deberá haber una advertencia específica.

ARTÍCULO 25.- (INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA)

Los productos alimenticios deberán contener una correcta información adjunta de los pormenores de los componentes que conforman el producto, ingredientes, porcentajes de grasa tipo Trans, a fin de que el consumidor este informado al momento de adquirir un producto alimenticio.

Así también los alimentos que incorporen componentes genéticamente modificados deben indicarlo en sus etiquetas.

TITULO VI PROTECCION A LOS INTERESES ECONÓMICOS DE LOS CONSUMIDORES Y/O USUARIOS

ARTÍCULO 26.- (DISCRIMINACIÓN)

Los proveedores, distribuidores y comerciantes no incurrirán en ningún tipo discriminación por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica, social o de cualquier índole respecto a su relación comercial con los consumidores y/o usuarios.

ARTÍCULO 27.- (TRATO PREFERENTE)

Los proveedores, distribuidores y comerciantes, deberán prestar una atención preferente a mujeres gestantes, adultos mayores, personas con discapacidad,

niños y niñas, consignando en lugar visible los avisos y carteles correspondientes que manifiesten tales preferencias.

ARTÍCULO 28.- (REDONDEO DE PRECIOS)

Los proveedores, distribuidores y comerciantes, están prohibidos de redondear los precios de los productos que comercializan en perjuicio de los consumidores y/o usuarios.

ARTÍCULO 29.- (RECLAMOS)

En todos los establecimientos comerciales, los consumidores y/o usuarios deberán contar con un libro de reclamos, física o virtual, el cual deberá estar expuesto en un lugar visible y de fácil acceso, el mismo que en caso de denuncias ante el SENADECO deberá ser expuesto por los proveedores, distribuidores y comerciantes en calidad de prueba de descargo.

TITULO VII

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y/O USUARIOS EN CUANTO A LA REPARACION DE DAÑOS

ARTÍCULO 30.- (DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y/O USUARIOS)

Los consumidores, distribuidores y comerciantes, tendrán el derecho a la reparación o reposición del producto adquirido, o en caso de haber optado por un servicio tendrán derecho a una nueva ejecución del servicio, o a la devolución de la contraprestación pagada, en caso de que el producto ofrecido en cuanto a su calidad no cumpla con las especificaciones por las que fue adquirido, o cuando los materiales, elementos y ingredientes no correspondan a las

especificaciones por las que fue adquirido, y en general cuando el producto o servicio no se adecue a los términos de la oferta, promoción o publicidad.

ARTÍCULO 31.- (REGLAMENTACIÓN)

El marco normativo referido a las sanciones deberá ser objeto de reglamentación, a través de la cual se definirán el tipo de responsabilidades que emerjan de las infracciones a la presente Ley y la determinación de las sanciones.



ANEXO Nº 2

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

- **ENCUESTA**

A continuación, se presenta la encuesta realizada dentro de la investigación:

1. ¿Considera usted que nuestro país necesita una norma específica de defensa del consumidor?

Si () No () No Sabe ()

2. ¿Cómo considera usted la actual normativa vigente en nuestro país en materia de consumo?

Suficiente () Insuficiente () No Sabe ()

3. ¿A su criterio, qué elementos debería contener una ley de protección al consumidor en nuestro país?

Principios socio-jurídicos ()

Derechos Fundamentales ()

Obligaciones ()

Instituciones Competentes ()

Procedimientos ()

Reglamentaciones ()

4. ¿Usted considera necesario establecer previamente los principios socio-jurídicos adecuados a la problemática del consumo que se plasmen en un ante Proyecto de Ley?

Si () No () No Sabe ()

5. ¿Qué elementos considera los más importantes para resolver la problemática del consumo en nuestro país?

Ley específica sustentada en principios socio-jurídicos acordes a la problemática de consumo ()

Una institución con competencia nacional que se encargue de velar por el cumplimiento de los preceptos jurídicos existentes ()

Medios y mecanismos de control adecuado ()

6. ¿A su criterio cuales son los principios socio-jurídicos más importantes que debe contener una ley del consumidor en nuestro país?

Derecho a la información adecuada ()

Derecho a la libre elección de productos y servicios ()

Derecho a la protección y tutela del Estado ()

Derecho a la reparación de daños ()

Derecho a la calidad, inocuidad y seguridad en la adquisición de bienes y servicios ()

Principio pro - consumidor ()

• **INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

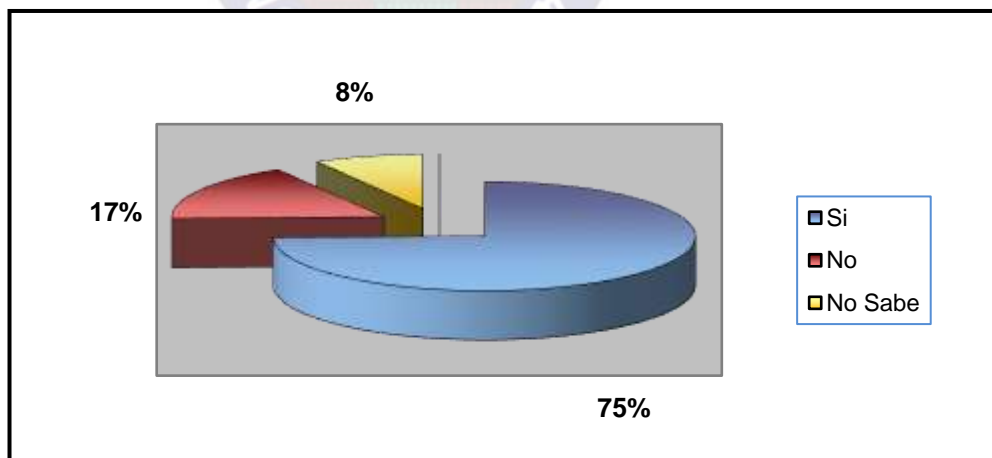
La interpretación de los resultados se realiza en base a las encuestas realizadas a los Abogados Colegiados del Departamento de La Paz:

- ¿Considera usted que nuestro país necesita una norma específica de Defensa del Consumidor?

Tabla Nº 1

OPCIONES	RESPUESTAS ABOGADOS	TOTAL %
▪ Si	143	75 %
▪ No	33	17%
▪ No sabe	16	8%
TOTAL	192	100 %

Figura Nº 1



Fuente: Elaboración Propia

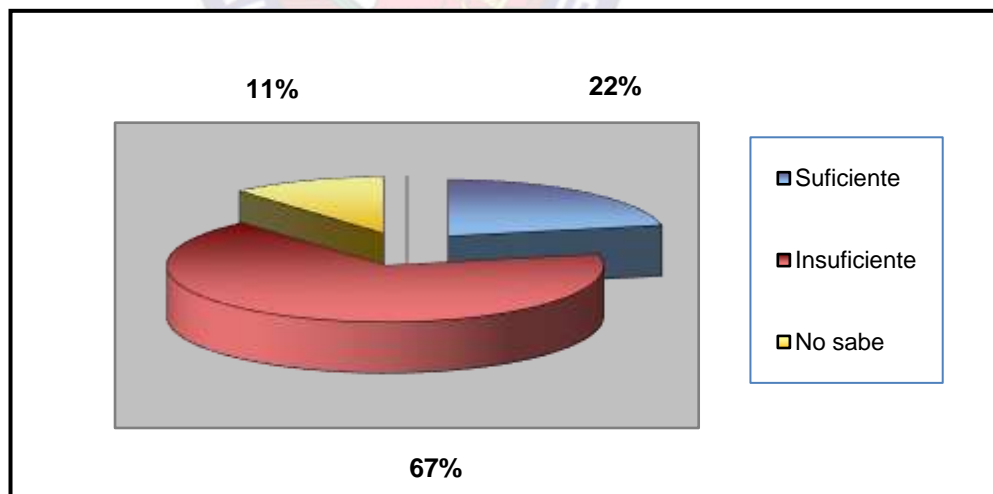
Las respuestas obtenidas muestran que el 75% de los abogados encuestados consideran que si se necesita en nuestro país una norma específica de defensa del consumidor, un 17% afirma que no es necesaria y un 8% no sabe.

- ¿Cómo considera usted la actual normativa vigente en nuestro país en materia de consumo?

Tabla Nº 2

OPCIONES	RESPUESTAS ABOGADOS	TOTAL %
▪ Suficiente	42	22 %
▪ Insuficiente	128	67 %
▪ No sabe	22	11 %
TOTAL	192	100 %

Figura Nº 2



Fuente: Elaboración Propia

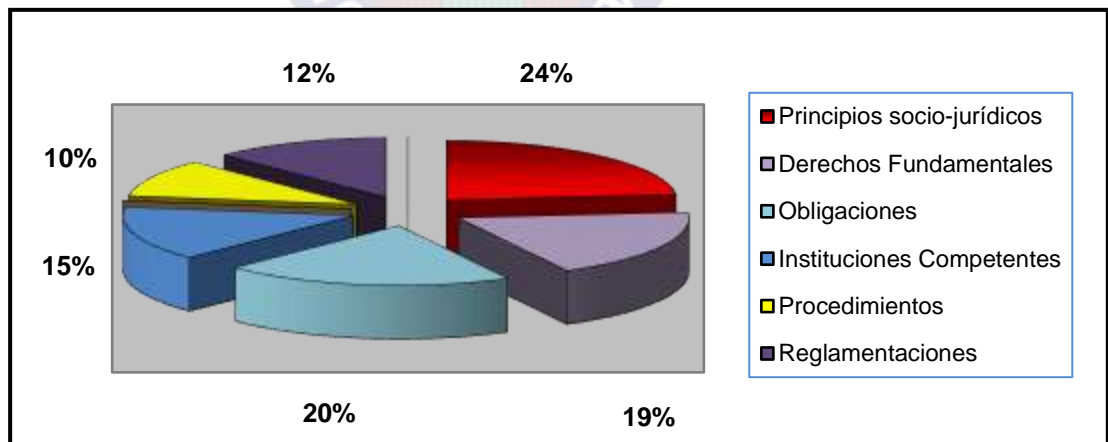
Con respecto a la pregunta referida a que como considera la actual normativa vigente en nuestro país en materia de consumo, el 67% de los encuestados respondió que es insuficiente; el 22% suficiente y el 11% no sabe.

- ¿A su criterio que elementos debería contener una Ley de Protección al Consumidor en nuestro país?

Tabla Nº 3

OPCIONES	RESPUESTAS ABOGADOS	TOTAL %
▪ Principios socio-jurídicos	157	24 %
▪ Derechos Fundamentales	125	19 %
▪ Obligaciones	136	20 %
▪ Instituciones Competentes	98	15 %
▪ Procedimientos	69	10 %
▪ Reglamentaciones	83	12 %
TOTAL		100 %

Figura Nº 3



Fuente: Elaboración Propia

Con referencia a qué elementos debería contener una ley de protección al consumidor, los abogados encuestados consideran: 24% principios socio-jurídicos; 20% obligaciones; 19% derechos fundamentales; 15% instituciones

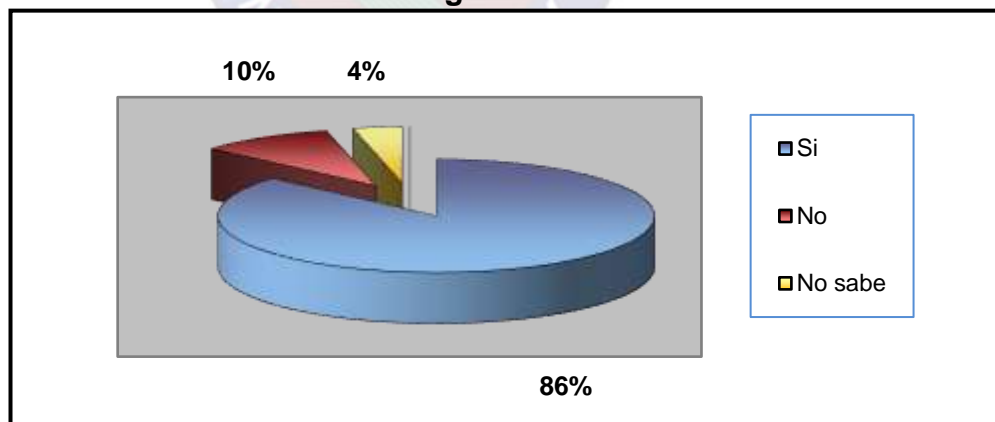
competentes; 12% reglamentaciones y un 10% procedimientos.

- ¿Usted considera necesario establecer previamente los principios socio-jurídicos adecuados a la problemática del consumo, que se plasmen en un anteproyecto de Ley?

Tabla Nº 4

OPCIONES	RESPUESTAS ABOGADOS	TOTAL %
▪ Si	166	86 %
▪ No	19	10 %
▪ No sabe	7	4 %
TOTAL	192	100 %

Figura Nº 4



Fuente: Elaboración Propia

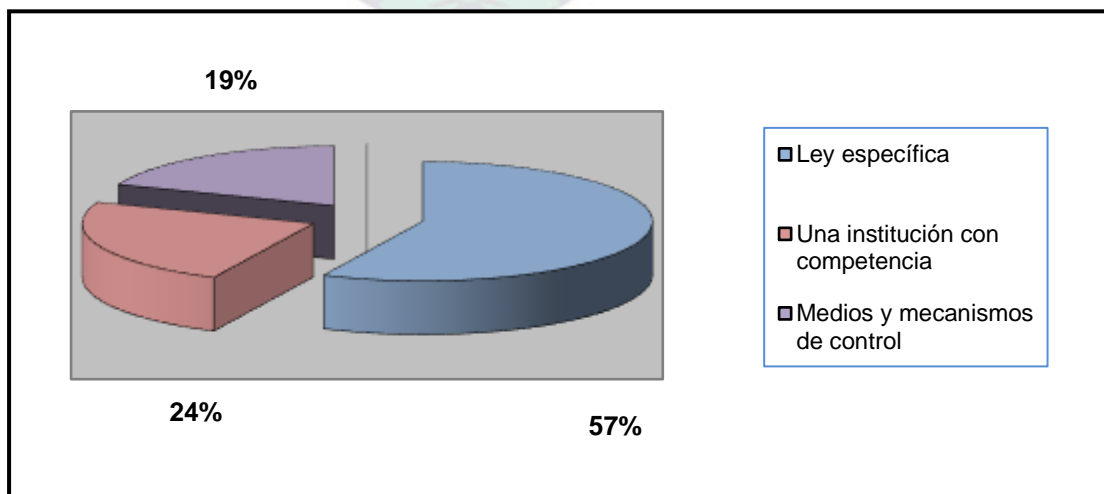
El 86% de los abogados encuestados manifestó que si considera necesario establecer previamente los principios socio-jurídicos adecuados a la problemática del consumo que se plasmen en un Anteproyecto de Ley; el 10% considera que no y el 4% de los encuestados no sabe.

- ¿Qué elementos considera los más importantes para resolver la problemática del consumo en nuestro país?

Tabla Nº 5

OPCIONES	RESPUESTAS ABOGADOS	TOTAL %
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le específica sustentada en principios socio-jurídicos acordes a la problemática del consumo 	113	57 %
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Una institución con competencia nacional, que se encargue de velar por el cumplimiento de los preceptos jurídicos existentes 	47	24 %
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medios y mecanismos de control adecuados 	32	19 %
TOTAL	192	100 %

Figura Nº 5



Fuente: Elaboración Propia

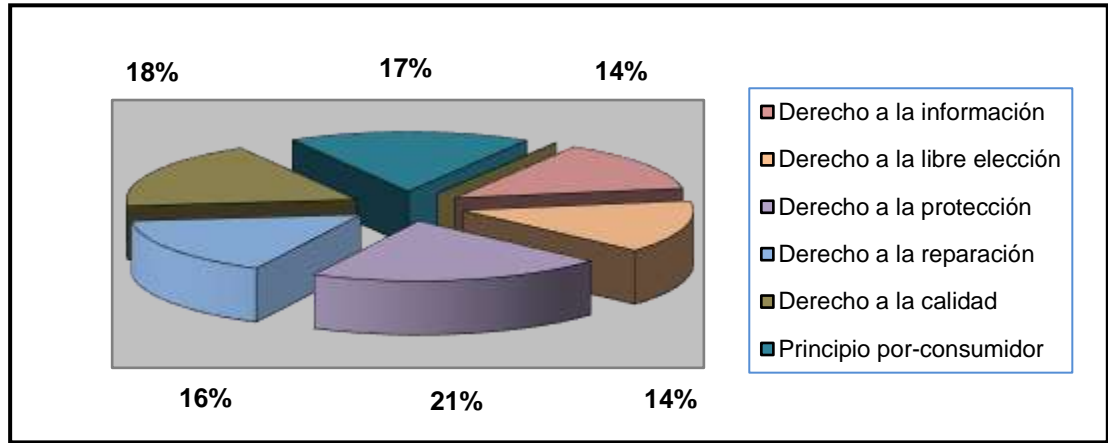
Los abogados encuestados consideran como elementos más importantes los siguientes: un 57% considera la ley específica sustentada en principios socio-jurídicos acordes a la problemática del consumos; un 24% una institución adecuada con competencia nacional que se encargue de velar por el cumplimiento de los preceptos jurídicos existentes y un 19% indicó medios y mecanismos de control adecuados.

- ¿A su criterio cuales son los principios socio-jurídicos más importantes que debe contener una Ley del Consumidor en nuestro país?

Tabla Nº 6

OPCIONES	RESPUESTAS ABOGADOS	TOTAL %
▪ Derecho a la información adecuada	108	14 %
▪ Derecho a la libre elección de productos y servicios	111	14 %
▪ Derecho a la protección y tutela del Estado	163	21 %
▪ Derecho a la reparación de daños	124	16 %
▪ Derecho a la calidad, inocuidad y seguridad en la adquisición de bienes y servicios	143	18 %
▪ Principio pro-consumidor	133	17 %
TOTAL		100 %

Figura N° 6



Fuente: Elaboración Propia

Con referencia a cuáles son los principios socio-jurídicos más importantes que debe contener una ley del consumidor los abogados encuestados respondieron: el 21% el derecho a la protección del Estado; el 18% derecho a la calidad, inocuidad y seguridad; el 17% principio pro consumidor; el 16% derecho a la reparación de daños; un 14% derecho a la información adecuada y también un 14% derecho a la libre elección de productos y servicios.

- **ENTREVISTA**

A continuación, se presenta el Formulario de la Entrevista realizada dentro de la investigación:

1. ¿Con que normas cuenta nuestro país en materia de defensa del consumidor?

.....
.....

2. ¿Cómo considera usted la actual normativa vigente en nuestro país en materia de consumo?

.....
.....

3. ¿Usted considera que es necesaria la implementación de una ley de protección al consumidor?

.....
.....

4. ¿A su criterio que elementos debería contemplarse en una ley de protección al consumidor?

.....
.....

5. ¿Usted considera necesario establecer previamente principios jurídico-sociales adecuados a la problemática del consumo que se plasmen en un anteproyecto de ley?

.....
.....

- **INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

La interpretación de los resultados se realiza en base a las entrevistas realizadas a un funcionario del Ministerio de Justicia y a un Funcionario del Viceministerio de Defensa del Usuario y del Consumidor:

Entrevista Personal funcionario del Ministerio de Justicia

Preguntas	Respuestas Funcionario del Ministerio de Justicia
1. ¿Con que normas cuenta nuestro país en materia de defensa del consumidor?	Nuestro país cuenta con dos Decretos Supremos el primero No. 29519 del 16 de abril del 2008 y el segundo No. 0065 de 3 de abril de 2009.
2. ¿Cómo considera usted la actual normativa vigente en nuestro país en materia de consumo?	Las normas que le mencione a mi criterio personal son bastante restringidas en su contenido no abarcan ni tratan todos los temas necesarios para regular correctamente lo que se refiere al consumo.
3. ¿Usted considera que es necesaria la implementación de una ley de protección al consumidor?	Dada la evolución de la misma materia del consumo ya es necesario contar en nuestro país con una ley específica que proteja a los consumidores y/o usuarios.
4. ¿A su criterio que elementos debería contemplarse en una ley de protección al consumidor?	Bueno deberían contemplarse los elementos necesarios para la protección del consumidor como ser: los principios, derechos y obligaciones de los consumidores entre otros.
5. ¿Usted considera necesario establecer previamente principios socio-jurídicos adecuados a la problemática del consumo que se plasmen en un anteproyecto de ley?	Si considero que es necesario ya que también a nivel mundial se establecieron principios jurídicos específicos básicos para el tratamiento de la problemática del consumo. Ahora si estos principios jurídicos también están relacionados con los sociales.

Fuente: Elaboración Propia

Entrevista Personal funcionario del Viceministerio de Defensa del Usuario y del Consumidor

Preguntas	Respuestas Funcionario del Viceministerio de Defensa del Usuario y del Consumidor
1. ¿Con que normas cuenta nuestro país en materia de defensa del consumidor?	El gobierno del Presidente Evo Morales Ayma es uno de los pocos que se preocupó por este tema y se promulgó dos Decretos Supremos el 29519 el 2008 y el 0065 el 2009, ambos tratan la defensa del consumidor
2. ¿Cómo considera usted la actual normativa vigente en nuestro país en materia de consumo?	Estas normativas son un adelanto, pero a mi criterio y pese a los esfuerzos del presidente no son suficientes, no regulan todo lo concerniente a lo que es el consumidor y su protección.
3. ¿Usted considera que es necesaria la implementación de una ley de protección al consumidor?	Si es necesario que el país al igual que otros países vecinos cuente con una norma específica de protección al consumidor que trate exclusivamente lo referente a la materia.
4. ¿A su criterio que elementos debería contemplarse en una ley de protección al consumidor?	Bueno como le dije debe contemplarse todo lo relacionado y concerniente a la defensa y protección del consumidor y el usuario, sus derechos, obligaciones, etc.
5. ¿Usted considera necesario establecer previamente principios socio-jurídicos adecuados a la problemática del consumo que se plasmen en un anteproyecto de ley?	Si, por lo general todas las normas jurídicas siempre tienen un tinte social, es decir nacen de la necesidad social y cumplen en su caso una función social que es la protección, obviamente los principios socio-jurídicos dentro de una norma referida al consumidor es de suma importancia.

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO N° 3

NORMAS JURÍDICAS CONSULTADAS

- **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO**

Artículo 75.-

“Las usuarias y los usuarios y las consumidoras y los 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 los productos que consuman y servicios que utilicen”.

Artículo 76.-

“El Estado garantiza el acceso a un sistema de transporte integral en sus diversas modalidades. La ley determinará que el sistema de transporte sea eficiente y eficaz, y que genera beneficios a los usuarios y a los proveedores”.

- **DECRETO SUPREMO N° 29519**

DECRETO SUPREMO N° 29519

EVO MORALES AYMA

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

- Que los incisos a) y h) del Artículo 7 de la Constitución Política del Estado, otorgan la seguridad de forma global, el resguardo y protección de los bienes e intereses de la colectividad como derechos fundamentales de la persona.
- Que el Artículo 134 de la Constitución Política del Estado, prohíbe la acumulación privada de poder económico en grado tal que ponga en peligro la independencia económica del Estado. Asimismo, no reconoce ninguna forma de monopolio privado.
- Que el Artículo 25 de la Ley N° 2427 de 28 de noviembre de 2002, del Bonosol, crea la Superintendencia de Empresas cuya función es regular, controlar y supervisar a las personas, entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción en lo relativo al gobierno corporativo, defensa de la competencia, la reestructuración y liquidación de empresas y el registro de comercio, con facultades expresas de emisión de regulaciones sobre defensa de la competencia orientadas a promover la transparencia, solidez, competitividad y eficiencia de los mercados.
- Que el Artículo 23 de la Ley N° 2495 de 4 de agosto de 2003, de Reestructuración Voluntaria, señala las funciones y atribuciones de la Superintendencia de Empresas, destacando su numeral 2 al señalar que

dicha Superintendencia debe regular, controlar y supervisar a las personas, entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción, en lo relativo al gobierno corporativo, la defensa de la competencia, la reestructuración y liquidación de empresas y el registro del comercio; y el numeral 4 dispone que además debe regular, controlar y supervisar, en el marco de la Ley, la competencia y eficiencia en las actividades de las personas naturales y jurídicas bajo su jurisdicción, así como investigar posibles conductas monopólicas, anticompetitivas y discriminatorias cuando considere que pueden ir en contra del interés público.

- Que el Parágrafo VI del Artículo 1 de la Ley N° 3076 de 20 de junio de 2005, establece que la Superintendencia de Empresas tiene competencia privativa e indelegable para emitir regulaciones prudenciales, controlar y supervisar las actividades, personas y entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción en lo relativo al gobierno corporativo, la defensa de la competencia, la reestructuración y liquidación de empresas y el registro de comercio.
- Que el Decreto Ley N° 15380 de 28 de marzo de 1978, Nacional de Metrología, crea el Servicio Metrológico Nacional - SERMETRO y el Decreto Supremo N° 24498 de 17 de febrero de 1997 crea el Instituto Boliviano de Metrología - IBMETRO, como el organismo responsable para la administración del SERMETRO, cuyo funcionamiento está regulado por el Decreto Supremo N° 26050 de 19 de enero de 2001, el cual reglamenta su funcionamiento.
- Que el Artículo 64 del Decreto Supremo N° 28631 de 8 de marzo de 2006, Reglamento a la Ley de Organización del Poder Ejecutivo, establece la estructura del Ministerio de Producción y Microempresa. Por

su parte, el Artículo 65, a tiempo de regular las entidades que se encuentran bajo dependencia del citado Ministerio, determina que el IBMETRO es una institución pública desconcentrada, mientras que la Superintendencia de Empresas es una institución pública autárquica, bajo la dependencia orgánica y administrativa del señalado Ministerio.

- Que el control metrológico es un conjunto de operaciones técnicas que serán administradas y ejecutadas únicamente por las autoridades del Estado, a través del organismo de aplicación del Decreto Ley N° 15380.
- Que la competencia como principio rector del funcionamiento de los mercados permite, desde un punto de vista económico, maximizar el bienestar de la sociedad, dado que los consumidores se ven beneficiados con un mayor acceso a bienes y servicios, a precios accesibles y calidad adecuada.
- Que la competencia es un elemento dinamizador de la economía nacional y la libre competencia es un bien jurídicamente protegido y de orden público, por lo que el Gobierno Nacional está en la obligación de su regulación, a fin de evitar que se obstruya la libertad económica controlando e impidiendo que personas o empresas incurran en actos de abuso debido a su posición dominante en el mercado nacional.
- Que en reunión del Consejo Nacional de Política Económica y Social - CONAPES de 14 de abril de 2008, se determinó aprobar el presente Decreto Supremo, a solicitud del Ministerio de Producción y Microempresa.

EN CONSEJO DE MINISTROS,

DECRETA:

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1°.- (Objeto) El presente Decreto tiene por objeto regular la competencia y la defensa del consumidor frente a conductas lesivas que influyan negativamente en el mercado, provocando especulación en precios y cantidad, a través de mecanismos adecuados a ser ejecutados por el Instituto Boliviano de Metrología - IBMETRO y la Superintendencia de Empresas.

Artículo 2°.- (Ámbito) Las personas naturales y/o jurídicas, con excepción de aquellas que ya se encuentran reguladas por Ley, que desarrollen actividades económicas con o sin fines de lucro, en el territorio nacional, están obligadas a registrarse por el presente Decreto Supremo. En consecuencia, su incumplimiento dará lugar a la aplicación de sanciones coercitivas bajo responsabilidad de las autoridades competentes.

Artículo 3°.- (Definiciones) A los efectos del presente Decreto Supremo, se entenderá por:

- Agente Económico: Toda persona natural o jurídica, de derecho público o privado, con o sin fines de lucro, que oferta o demanda bienes materiales o inmateriales, o servicios en el mercado, así como los gremios o asociaciones que los agrupen;

- Consumidor o Usuario: Persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute productos y servicios de lícito comercio, como destinatario final de los

mismos, entendiéndose como tal a quien usa el bien para fines personales, familiares o de su entorno social inmediato. En consecuencia, no son consumidores quienes, sin constituirse en destinatarios finales, adquieran, almacenen, utilicen o consuman productos y servicios con el fin de integrarlos en procesos productivos;

- Consumidor Razonable: Aquel consumidor que se comporta de manera diligente de acuerdo a las circunstancias en concordancia con el principio de buena fe.

- Proveedor: Cualquier persona, natural o jurídica, que se dedica habitualmente o en establecimientos abiertos al público a fabricar, transportar, comercializar, distribuir, vender, empaçar o prestar bienes o servicios a los consumidores, a cambio de una retribución económica.

CAPÍTULO II

BIENES Y/O SERVICIOS

Artículo 4°.- (Información) Cuando se expendan al público productos con alguna deficiencia, usados, reconstruidos o cuando se ofrezcan productos en cuya fabricación o elaboración se hayan utilizado partes o piezas usadas, deberá informarse de manera visible, precisa y clara esta circunstancia al consumidor, antes de que realice la compra debiendo constar en los propios artículos, etiquetas, envolturas, empaques, y/o en los comprobantes de pago correspondientes. Si no existe advertencia sobre el particular, esos bienes se consideran nuevos y en perfecto estado.

Artículo 5°.- (Veracidad de la información) Está prohibida toda información o presentación que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza,

origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otra información relevante de los productos ofrecidos.

Artículo 6°.- (Idoneidad de los bienes y/o servicios)

I. Se presume que todo proveedor ofrece bienes y/o servicios idóneos para los fines y usos previsibles para los que normalmente se adquiere en el mercado, según lo que esperaría un consumidor razonable, CONSIDERANDO las circunstancias en las que el bien fue adquirido o el servicio contratado. El proveedor quedara liberado de tal presunción sólo si demuestra que informó de manera inequívoca y clara al consumidor que tal idoneidad no estaba siendo ofrecida.

II. Para efectos de determinar la idoneidad que esperaría el consumidor se tomará en cuenta:

a) Las garantías legales, es decir aquellas establecidas por la norma o reglamento en contra de las cuales no cabe pacto en contrario;

b) Las garantías explícitas, que son las ofrecidas por el proveedor en sus ofertas, empaques, carteles, manuales, publicidad, recibos, documentos de garantía, facturas y cualquier otro elemento similar; y

c) Las garantías implícitas que son las que un consumidor razonable esperaría según las circunstancias si es que el proveedor no le hubiera informado de manera explícita de lo contrario.

III. La carga de la prueba de que el bien y/o servicio eran idóneos corresponde

al proveedor, quien deberá demostrar la idoneidad a la fabricación, comercialización o manipuleo.

Artículo 7°.- (Riesgos previsibles) Los productos y servicios puestos a disposición de los consumidores, utilizados en condiciones normales o previsibles, no deben representar peligro injustificado conocido para su salud y seguridad. En todo caso, los riesgos previsibles, usual o reglamentariamente admitidos, deberán ser previamente puestos en conocimiento de los consumidores a través de instructivos, advertencias o señales fácilmente perceptibles.

Artículo 8°.- (Riesgos no previstos) Cuando luego de la introducción de un producto o servicio en el mercado se estableciera la existencia de riesgos no previstos, defectos o alteraciones que los conviertan en peligrosos para la salud o seguridad, el proveedor estará obligado a notificar ese hecho en forma inmediata a la instancia pública superior competente; y en forma pública y a su cargo, a los consumidores. Para ello, deberá utilizar todos los medios adecuados, de manera de asegurar una oportuna información sobre los riesgos del producto y/o servicios a toda la población.

Artículo 9°.- (Responsabilidad por productos defectuosos)

I. El proveedor es responsable de los daños causados a la integridad física o la salud de los consumidores o a sus bienes por los defectos de sus productos.

II. Se considera que un producto es defectuoso cuando no ofrece la seguridad a que las personas tienen derecho, tomando en consideración, entre otras, las siguientes circunstancias:

- a) La manera en la cual el producto ha sido puesto en el mercado, incluyendo su apariencia, el uso de cualquier marca, la publicidad referida al mismo o el empleo de instrucción o advertencia;
- b) El uso previsible del producto; y
- c) Los materiales, el contenido y la condición del producto.

CAPÍTULO III DE LAS CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

Artículo 10°.- (Conductas anticompetitivas absolutas)

I. Son conductas anticompetitivas absolutas los actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea cualquiera de los siguientes:

- a) Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto;
- b) Establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen, frecuencia restringidos o limitados de servicios;
- c) Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables;

d) Establecer, concertar, coordinar posturas o la abstención en las licitaciones, concursos, subastas públicas.

II. Los agentes económicos que incurran en conductas anticompetitivas absolutas serán pasibles de la aplicación de sanciones administrativas, sin perjuicio de la responsabilidad penal y civil que pudieran resultar.

Artículo 11°.- (Conductas anticompetitivas relativas) Se consideran conductas anticompetitivas relativas los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso, establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, en los siguientes casos:

1. Entre agentes económicos que no sean competidores entre sí, la fijación, imposición o establecimiento de la comercialización o distribución exclusiva de bienes o servicios, por razón de sujeto, situación geográfica o por períodos determinados, incluidas la división, distribución o asignación de clientes o proveedores; así como la imposición de la obligación de no fabricar, distribuir bienes, prestar servicios por un tiempo determinado o determinable;
2. La imposición del precio y demás condiciones que un distribuidor o proveedor deba observar al comercializar, distribuir bienes o prestar servicios normalmente distinto o distinguible, o sobre bases de reciprocidad;
3. La venta, compra o transacción sujeta a la condición de no usar, adquirir, vender, comercializar, proporcionar los bienes y/o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero;

4. La acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas, bienes y/o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros;
5. La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a éstos, para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado;
6. La venta sistemática de bienes y/o servicios a precios por debajo de su costo medio total o su venta ocasional por debajo del costo medio variable, cuando existan elementos para presumir que estas pérdidas serán recuperadas mediante incrementos futuros de precios.
7. Cuando se trate de bienes y/o servicios producidos conjuntamente o divisibles para su comercialización, el costo medio total y el costo medio variable se distribuirán entre todos los subproductos o coproductos;
8. El otorgamiento de descuentos o incentivos por parte de productores, proveedores a los compradores con el requisito de no usar, adquirir, vender, comercializar, proporcionar los bienes y/o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero, la compra, transacción sujeta al requisito de no vender, comercializar, proporcionar a un tercero los bienes y/o servicios objeto de la venta o transacción;
9. El uso de las ganancias que un agente económico obtenga de la venta, comercialización o prestación de un bien o servicio para financiar las pérdidas con motivo de la venta, comercialización o prestación de otro bien y/o servicio;

10. El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones; y

11. La acción de uno o varios agentes económicos cuyo objeto o efecto, directo o indirecto, sea incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan sus competidores.

Artículo 12°.- (Calificación de una conducta anticompetitiva relativa)

I. Para determinar si las conductas a que se refiere el artículo anterior deban ser sancionadas, la Superintendencia de Empresas analizará las ganancias en eficiencia derivadas de la conducta que acrediten los agentes económicos y que incidan favorablemente en el proceso de competencia.

II. Estas ganancias en eficiencia podrán incluir las siguientes: la introducción de productos nuevos; el aprovechamiento de saldos, productos defectuosos o perecederos; las reducciones de costos derivadas de la creación de nuevas técnicas y métodos de producción, de la integración de activos, de los incrementos en la escala de la producción y de la producción de bienes y/o servicios diferentes con los mismos factores de producción; la introducción de avances tecnológicos que produzcan bienes o servicios nuevos o mejorados; la combinación de activos productivos o inversiones y su recuperación que mejoren la calidad o amplíen los atributos de los bienes y servicios; las mejoras en calidad, inversiones y su recuperación, oportunidad y servicio que impacten favorablemente en la cadena de distribución; que no causen un aumento significativo en precios, o una reducción significativa en las opciones del consumidor, o una inhibición importante en el grado de innovación en el mercado relevante; así como las demás que demuestren que las aportaciones

netas al bienestar del consumidor derivadas de dichas prácticas superan sus efectos anticompetitivos.

Artículo 13°.- (Delación compensada)

I. Cualquier agente económico que haya incurrido o esté incurriendo en una conducta anticompetitiva absoluta descrita en el Artículo 10 podrá reconocerla ante la Superintendencia de Empresas y acogerse al beneficio de la reducción de las sanciones, siempre y cuando:

- a) Sea el primero entre los agentes económicos involucrados en la conducta, en aportar los elementos de convicción suficientes que obren en su poder y de los que pueda disponer y que a juicio de la Superintendencia de Empresas le permita comprobar la existencia de la práctica;
- b) Coopere en forma plena y continua con la Superintendencia de Empresas en la sustentación de la investigación que lleva a cabo y, en su caso, en el procedimiento;
- c) Realice las acciones necesarias para terminar su participación en la práctica violatoria del presente Decreto Supremo.

II. Cumplidos los requisitos anteriores, la Superintendencia de Empresas dictará resolución imponiendo una sanción atenuada conforme se preverá en reglamento, sin perjuicio de las acciones judiciales que pudieran corresponder.

III. Los agentes económicos que no cumplan con lo establecido en el párrafo, podrán obtener una reducción de la multa según el porcentaje definido en reglamento.

IV. La Superintendencia de Empresas mantendrá con carácter confidencial la identidad del agente económico que pretenda acogerse a los beneficios de este Artículo.

CAPÍTULO IV AUTORIDADES COMPETENTES

Artículo 14°.- (De las autoridades competentes) El IBMETRO y la Superintendencia de Empresas, son autoridades competentes para cumplir y hacer cumplir el presente Decreto Supremo.

Artículo 15°.- (Atribuciones del Instituto Boliviano de Metrología)

En el marco de las competencias y facultades otorgadas al IBMETRO mediante Decreto Ley N° 15380, se establece que el mismo será el organismo técnico en todo lo que se refiere a defensa de los derechos del consumidor, en los ámbitos que le competen. Para lo cual se establecen las siguientes facultades:

- a) Cumplir y hacer cumplir el presente Decreto Supremo en lo relacionado al ámbito de sus atribuciones;
- b) Verificar el contenido neto de productos envasados en empresas importadoras y en los puntos finales de las líneas de producción de las empresas industriales nacionales;
- c) Registro y habilitación de servicios de mantenimiento de instrumentos y sistemas de medición;
- d) Acreditación de organismos de inspección que apoyan la verificación del

cumplimiento de reglamentaciones específicas, como condición necesaria para cualquier delegación o reconocimiento por parte de los organismos reguladores del Estado Boliviano. En caso de que dichos organismos de inspección deseen desarrollar actividades en áreas de competencia técnica del IBMETRO, además de la acreditación deberán recibir una delegación expresa del mismo;

e) Acreditación de los organismos de certificación que operan en el territorio nacional, sean estos nacionales o extranjeros como condición necesaria para que sus certificaciones sean reconocidas a nivel del Estado Boliviano;

f) Aprobación de modelo de instrumentos y sistemas de medición, bajo parámetros metrológicos establecidos;

g) Reglamentar, en el ámbito de competencia del IBMETRO, todos los temas que sean necesarios para la efectiva aplicación del presente Decreto Supremo y las normas en nuestra legislación, en coordinación con las autoridades competentes;

h) Aplicar, de acuerdo a reglamento específico, las multas y sanciones que emerjan del incumplimiento de este Decreto Supremo.

Artículo 16°.- (Atribuciones de la Superintendencia de Empresas) En el marco de las atribuciones y competencias conferidas a la Superintendencia de Empresas mediante Ley N° 2427 de 28 de noviembre de 2002, Ley N° 2495 de 4 de agosto de 2003 y Ley N° 3076 de 20 de junio de 2005, se establecen las siguientes facultades:

1. Cumplir y hacer cumplir el presente Decreto Supremo en el ámbito de sus atribuciones;

2. Defender y promover la competencia en los mercados que no presenten características de monopolios naturales;
3. Regular, controlar y supervisar a las empresas, personas y entidades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a prácticas anticompetitivas absolutas y relativas;
4. Establecer los criterios, así como los instrumentos analíticos adecuados para el efectivo cumplimiento de sus atribuciones en la aplicación consistente a los principios establecidos en el presente Decreto Supremo y sus reglamentos;
5. Establecer las acciones necesarias para evitar la formación de prácticas anticompetitivas absolutas;
6. Regular los actos de las personas individuales o colectivas, privadas o públicas que produzcan, comercialicen o de cualquier forma o manera realicen actos relacionados con la puesta de bienes y la prestación de servicios en los mercados, coordinando sus acciones, cuando corresponda con las Superintendencias Sectoriales;
7. Realizar inspecciones y auditorías de verificación y requerir la exhibición de papeles, libros, documentos, archivos e información generada por medios electrónicos o de cualquier otra tecnología, conforme a Ley;
8. Solicitar a la autoridad judicial competente la aplicación de medidas precautorias a los agentes económicos, protegiendo el bienestar del consumidor ante prácticas anticompetitivas previstas en el presente Decreto Supremo;

9. Sin menoscabo de las facultades asignadas a otras entidades, proponer iniciativas para la simplificación de trámites;
10. Pronunciarse sobre los efectos de subsidios o ayudas estatales sobre la competencia en los mercados;
11. Regular la competencia como un bien colectivo de interés público, promoviendo acciones para mejorar y ampliar la competencia de los bienes y servicios en los mercados;
12. Conocer, investigar, procesar, sancionar y resolver los actos contrarios a la competencia en los mercados, de acuerdo a lo establecido en el presente Decreto Supremo y sus reglamentos;
13. Establecer medidas precautorias de oficio o solicitud de parte;
14. Requerir el apoyo de la fuerza pública para la ejecución de sus Resoluciones;
15. Promover y realizar cursos, seminarios, conferencias, publicaciones y otras acciones dirigidas a la promoción y difusión de la cultura de la libre competencia;
16. Emitir lineamientos y directrices sobre la interpretación y el alcance de las conductas sancionables de acuerdo a este Decreto Supremo;
17. Realizar las propuestas de normativa tendientes a fomentar la constitución de nuevas empresas que apliquen principios de buen gobierno corporativo, de

responsabilidad social corporativa y cumplan con los preceptos de la competencia;

18. Decidir no iniciar los procedimientos administrativos respecto de conductas que, por su escasa importancia, no sean capaces de afectar de manera significativa a la competencia;

19. Otras necesarias para el cumplimiento de las funciones establecidas en el presente Decreto Supremo.



CAPÍTULO V

RÉGIMEN DE SANCIONES

Artículo 17°.- (Alcance de las sanciones) Sin perjuicio de las acciones por responsabilidad penal que corresponda, los transgresores de las normas contenidas en el presente Decreto Supremo y demás disposiciones complementarias, serán pasibles a sanciones impuestas ya sea por la Superintendencia de Empresas o por el Instituto Boliviano de Metrología, cuando corresponda.

Artículo 18°.- (Calificación de gravedad) Las sanciones se calificarán por las autoridades competentes, en base a los siguientes criterios, sin ser limitativos:

1. La gravedad de la práctica (leve, media, máxima);
2. El daño causado a la comunidad;
3. Las utilidades obtenidas por la práctica;
4. El grado de participación del presunto infractor en el respectivo mercado;
5. La magnitud de la afectación del mercado;
6. La duración o frecuencia de la práctica;

7. La reincidencia o los antecedentes del o los infractores; y
8. El grado de negligencia o intencionalidad del infractor.

Artículo 19°.- (Aplicación de las sanciones) Las sanciones que se aplicarán, por la Superintendencia de Empresas y el IBMETRO como autoridades competentes, variarán desde una amonestación hasta la cancelación del registro y revocatoria de la autorización, según la gravedad de la infracción, acción u omisión, de acuerdo a lo siguiente:

1. Amonestación, aplicable a la primera vez si la infracción es calificada con gravedad leve;
2. Multas o sanciones pecuniarias, establecidas en su monto por las autoridades competentes, para conductas reiterativas de lo anterior y para infracciones, actos u omisiones con gravedad media;
3. Suspensión definitiva o temporal hasta un máximo de dos (2) años a personas naturales o jurídicas sujetas a fiscalización de las autoridades competentes, para aquellas infracciones, actos u omisiones calificadas con gravedad máxima;
4. Revocatoria de Matrícula de Comercio, de aquellas personas o entidades sujetas a fiscalización de la Superintendencia de Empresas, por infracciones, acciones u omisiones;
5. Prohibiciones y decomisos, para efectos de la aplicación de la normativa del IBMETRO.

Artículo 20°.- (Forma de aplicación de las sanciones)

I. Las sanciones se aplicarán, por la Superintendencia de Empresas o por el IBMETRO, según la gravedad de la infracción, acción u omisión, dentro las previsiones de los Artículos anteriores, mediante resolución motivada dictada por las Máximas Autoridades Ejecutivas.

II. Las sanciones se impondrán tanto a personas naturales como a personas colectivas y podrán aplicarse más de una de las establecidas en el Artículo anterior en forma simultánea por la misma infracción, acción u omisión.

III. Cuando se trate de personas colectivas, las sanciones se aplicarán además a los directores, administradores, gerentes, apoderados u otras personas que hayan participado en las decisiones que motivaron la aplicación de las mismas.

Artículo 21°.- (Contenido de la sanción administrativa)

I. Sin perjuicio de la acción por responsabilidad penal, las sanciones administrativas impuestas por la Superintendencia de Empresas o el IBMETRO, deberán incluir la obligación de cubrir todos los gastos y pérdidas ocasionadas por la violación de las normas, especialmente cuando se haya causado daño a los consumidores.

II. La resolución de la Superintendencia de Empresas o del IBMETRO, a que se refiere el párrafo anterior, podrá disponer la remisión de antecedentes al Ministerio Público para proseguir con las acciones por responsabilidad penal, si las hubiera.

Artículo 22°.- (Procedimiento) Se aplicará al presente régimen de sanciones, las disposiciones legales contenidas en la Ley N° 2341 de 23 de abril de 2002, de Procedimiento Administrativo y sus disposiciones complementarias.

CAPÍTULO VI FINANCIAMIENTO

Artículo 23°.- (Recursos) Para el cumplimiento de lo establecido en el presente Decreto Supremo, el IBMETRO y la Superintendencia de Empresas, utilizarán los recursos consignados en sus respectivos presupuestos institucionales.

Disposiciones adicionales

Artículo adicional 1°.- (Cooperación y coordinación con otras entidades) El IBMETRO y la Superintendencia de Empresas, en el cumplimiento de las funciones específicas a las que se refiere el presente Decreto Supremo, podrán solicitar la cooperación de entidades especializadas o que por su naturaleza contribuyan a sus objetivos y coordinar con ellas, las estrategias de regulación de la competencia y de defensa del consumidor.

Artículo adicional 2°.- (Asociaciones de defensa del consumidor) La Superintendencia de Empresas promoverá y autorizará el funcionamiento de asociaciones de consumidores, de conformidad a regulación emitida por Resolución Administrativa.

Artículo adicional 3°.- (Auxilio de la fuerza pública) El IBMETRO y la Superintendencia de Empresas en el cumplimiento de sus funciones específicas, podrán requerir el auxilio de la fuerza pública cuando así sea necesario, sin perjuicio de remitir a conocimiento del Ministerio Público los actuados que por su naturaleza se encuentren dentro de los alcances del Código Penal.

Artículo adicional 4°.- (Reglamentación) El Ministerio de Producción y Microempresa, elaborará el reglamento correspondiente en el término de treinta (30) días computables a partir de la publicación del presente Decreto Supremo, sobre aquellos aspectos necesarios para su efectiva y correcta aplicación. Dicho reglamento será aprobado mediante Resolución Ministerial.

Los Señores Ministros de Estado, en los Despachos de Hacienda y de Producción y Microempresa, quedan encargados de la ejecución y cumplimiento del presente Decreto Supremo.

Es dado en el Palacio de Gobierno de la ciudad de La Paz, a los dieciséis días del mes de abril del año dos mil ocho.

FDO. EVO MORALES AYMA, David Choquehuanca Céspedes, Juan Ramón Quintana Taborga, Alfredo Octavio Rada Vélez, Walker San Miguel Rodríguez
MINISTRO DE DEFENSA NACIONAL E INTERINO DE JUSTICIA, Graciela Toro Ibañez, Luis Alberto Arce Catacora, René Gonzalo Orellana Halkyer, Angel Javier Hurtado Mercado, Oscar Coca Antezana, Susana Rivero Guzmán, Carlos Villegas Quiroga, Luis Alberto Echazú Alvarado, Walter J. Delgadillo Terceros, Maria Magdalena Cajías de la Vega, Walter Selum Rivero.

- **DECRETO SUPREMO N° 0065**

DECRETO SUPREMO N° 0065

EVO MORALES AYMA

PRESIDENTE DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

CONSIDERANDO:

Que fruto de la decisión del pueblo a través del Referéndum de 25 de enero de 2009, se aprueba y promulga la actual Constitución Política del Estado, por el cual se constituye un Estado Unitario Social de Derecho Plurinacional Comunitario, libre, independiente, soberano, democrático, intercultural, descentralizado y con autonomías, fundada en la pluralidad y el pluralismo político, económico, jurídico, cultural y lingüístico, dentro del proceso integrador del país.

Que el Parágrafo II del Artículo 8 de la Constitución Política del Estado señala que el Estado se sustenta en los valores de unidad, igualdad, inclusión, dignidad, libertad, solidaridad, reciprocidad, respeto, complementariedad, armonía, transparencia, equilibrio, igualdad de oportunidades, equidad social y de género en la participación, bienestar común, responsabilidad, justicia social, distribución y redistribución de los productos y bienes sociales, para vivir bien.

Que el Parágrafo I del Artículo 20 de la Constitución Política del Estado determina que toda persona tiene derecho al acceso universal y equitativo a los servicios básicos de agua potable, alcantarillado, electricidad, gas domiciliario, postal y telecomunicaciones.

Que el Parágrafo II del Artículo 20 de la Constitución Política del Estado señala que la provisión de servicios debe responder a los criterios de universalidad, responsabilidad, accesibilidad, continuidad, calidad, eficiencia, eficacia, tarifas equitativas y cobertura necesaria; con participación y control social.

Que el Artículo 75 de la Constitución Política del Estado expresa que las usuarias y los usuarios y las consumidoras y los consumidores gozan del derecho 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, así también tienen derecho a la información fidedigna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen.

Que el Título II de la Segunda Parte de la Constitución Política del Estado instituye el Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional.

Que el Artículo 298 de la Constitución Política del Estado establece entre las competencias privativas del nivel Central de Estado la definición de la Política Económica y la Planificación Nacional.

Que el Decreto Supremo N° 29894 de 7 de febrero de 2009 establece la estructura organizativa del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional y regula la organización, atribuciones, funcionamiento, responsabilidades, competencias e incorpora cambios en la estructura del Ejecutivo para viabilizar la aplicación de la Constitución Política del Estado.

Que el Artículo 79 del Decreto Supremo N° 29894 establece dentro la estructura organizacional del Ministerio de Justicia al Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, y el Artículo 84 de la precitada norma

determina las atribuciones del mencionado Viceministerio, en el marco de las competencias asignadas al nivel central por la Constitución Política del Estado.

Que los derechos del consumidor en estas últimas dos décadas en Bolivia han sido desprotegidas por parte del Estado, habiendo causado graves e irreparables perjuicios a los consumidores en general. Ese abandono obedecía a la ideología neoliberal de empobrecer a los sectores populares de la sociedad civil.

Que el presente Decreto Supremo busca reivindicar ese olvido, ofreciendo una tutela adecuada a los intereses de todos los consumidores en general.

Que la Constitución Política del Estado incluye las necesidades de la sociedad civil de contar con un nuevo marco regulatorio que los proteja, garantice sus derechos fundamentales, dignifique la vida y subordine el bienestar individual al social.

EN CONSEJO DE MINISTROS,

D E C R E T A:

ARTÍCULO 1.- (OBJETO). El presente Decreto Supremo tiene por objeto normar la defensa, la protección efectiva y la promoción de los derechos de las consumidoras, consumidores, usuarias y usuarios, así como establecer los procedimientos para la admisión, gestión y seguimiento de las denuncias por incumplimiento de normas y regulaciones en la prestación de servicios y suministro de productos, tanto del sector regulado, como del no regulado, con la finalidad de contribuir al Vivir Bien.

ARTÍCULO 2.- (AMBITO DE APLICACIÓN). El presente Decreto Supremo es de aplicación en todo el territorio del Estado Plurinacional, y alcanza a las personas naturales, jurídicas, privadas, comunitarias, públicas, mixtas y otras que realicen actividades de producción, importación y/o comercialización de bienes y servicios destinados a consumidores o usuarios, sin perjuicio de las acciones en defensa del usuario y del consumidor que sean establecidas por los gobiernos departamentales y municipales.

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

ARTÍCULO 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 ofrecidos, precio, condiciones y otras características relevantes de los mismos.
- 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 y servicios.
- g) Derecho a recibir los servicios y productos en los términos, plazos, condiciones, modalidades y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, 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 Supremo son irrenunciables.

ARTÍCULO 5.- (PROPUESTAS NORMATIVAS Y DE REGULACION). El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, dependiente del Ministerio de Justicia, con participación de las organizaciones de proveedores de servicios y productos y de las organizaciones de usuarios y consumidores planteará propuestas normativas y de regulación para mejorar la calidad, cantidad, precio, inocuidad, oportunidad y otros en la prestación de servicios y suministro de productos.

ARTÍCULO 6.- (ACCESO A LA INFORMACIÓN).

- I. Las instituciones públicas y privadas vinculadas al suministro de productos y prestación de servicios al consumidor y/o usuario, en el marco de las disposiciones legales vigentes, deben facilitar a las

autoridades y funcionarios del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, el acceso a la información y la verificación de las instalaciones donde se producen bienes y servicios, en el marco de lo establecido en el Artículo 130 parágrafo I de la Constitución Política del Estado.

II. Las personas naturales o jurídicas que suministren bienes y presten servicios, a solicitud del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, facilitarán la información y/o verificación solicitada en el plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas.

ARTÍCULO 7.- (LEGITIMACIÓN). A los fines del presente Decreto Supremo, están legitimadas para presentar denuncias en contra de las empresas y personas que suministran productos y prestan servicios, tanto del sector regulado como del no regulado, cualquier persona consumidor o usuario, organizaciones de defensa de consumidores y usuarios y el Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor.

ARTÍCULO 8.- (DENUNCIAS CONCURRENTES). El derecho del usuario y/o consumidor de denunciar o reclamar ante dependencias del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, es independiente de la denuncia o reclamo que se presente ante las oficinas de las entidades que suministran productos y/o servicios.

ARTÍCULO 9.- (REPORTE DE INFORMACIÓN). En el marco de los derechos del usuario y consumidor y de los deberes de las entidades que suministran productos y prestan servicios, las entidades reguladoras reportarán de forma trimestral al Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del

Consumidor, información estadística relativa a denuncias recibidas y casos solucionados.

ARTÍCULO 10.- (INCUMPLIMIENTO).

I. El incumplimiento por parte del proveedor y/o servidor, salvo caso fortuito o fuerza mayor, faculta al usuario o consumidor a exigir el cumplimiento de la prestación, recibir una prestación equivalente o exigir la restitución de lo pagado y la reparación integral de la vulneración del derecho del usuario.

II. En caso de evidenciarse la comisión de delitos, los obrados serán remitidos al Ministerio Público para el procesamiento penal correspondiente.

ARTÍCULO 11.- (SANCIONES). El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, a tiempo de presentar las denuncias, podrá interponer acciones legales ante la autoridad competente la aplicación de las sanciones establecidas en la normativa vigente.

ARTÍCULO 12.- (ATRIBUCIONES DEL VICEMINISTERIO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR). Las atribuciones del Viceministerio de Defensa de los 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) Las establecidas en el Artículo 84 del Decreto Supremo N° 29894 de 7 de febrero del 2009, Organización del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional.

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 extremos 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 la solución 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 del 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 otros productos a la población garanticen la exhibición de bandas de precios 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 del consumidor.
- j) Promover a las proveedoras de servicios y productores de bienes de consumo a que adopten estrictas normas éticas 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 casos que impliquen riesgos para la continuidad o regularidad en la prestación de servicios públicos o suministro de alimentos, fármacos y otros indispensables para la población.

ARTÍCULO 13.- (COMPETENCIA). Las atribuciones del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, establecidas en el presente Decreto Supremo, serán ejercidas sin perjuicio de las atribuciones que tienen el Defensor del Pueblo y los Gobiernos Municipales.

ARTÍCULO 14.- (FINANCIAMIENTO Y COORDINACIÓN).

- I. El Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, en función a la disponibilidad de recursos, otorgará el presupuesto necesario para el funcionamiento adecuado de los Centros de Atención al Usuario y al Consumidor en las diferentes capitales de departamento.

II. El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor podrá suscribir convenios con otras entidades públicas subnacionales para la implementación de dichos centros y otros aspectos inherentes a la presente norma.

DISPOSICIONES FINALES

DISPOSICIÓN FINAL ÚNICA.- El Ministerio de Justicia, a través del Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, reglamentará los procedimientos internos de los centros de atención de denuncias establecidas en el presente Decreto Supremo, en el plazo de treinta (30) días computables a partir de la publicación del presente Decreto Supremo.

DISPOSICIONES ABROGATORIAS Y DEROGATORIAS

Se abrogan y derogan todas las disposiciones contrarias al presente Decreto Supremo.

Los señores Ministros de Estado, en sus respectivos Despachos, quedan encargados de la ejecución y cumplimiento del presente Decreto Supremo.

Es dado en el Lago Titicaca, a los tres días del mes de abril del año dos mil nueve.

FDO. EVO MORALES AYMA, David Choquehuanca Céspedes, Juan Ramón Quintana Taborga, Nardy Suxo Iturry, Carlos Romero Bonifaz, Alfredo Octavio Rada Vélez, Walker Sixto San Miguel Rodríguez, Hector E. Arce Zaconeta, Noel Ricardo Aguirre Ledezma, Luis Alberto Arce Catacora, Oscar Coca Antezana, Patricia A. Ballivián Estenssoro, Walter Juvenal Delgadillo Terceros, Luis

Alberto Echazú Alvarado, Celima Torrico Rojas, Calixto Chipana Callizaya,
Jorge Ramiro Tapia Sainz, René Gonzalo Orellana Halkyer, Roberto Iván
Aguilar Gómez, Julia D. Ramos Sánchez, Pablo César Groux Canedo.

