



Artículo Científico para optar por el grado de Licenciatura en Derecho
con énfasis en Derecho Empresarial

Elaborado por:
Ana María Steller Murillo

***La definición y correcta aplicación del término consumidor final,
como criterio de admisibilidad como legitimación activa ante la
Comisión Nacional del Consumidor en Costa Rica comparada con
otras legislaciones.***

Tutor:

Lic. Randall Arias

Agosto, 2008

Índice

Resumen	3
Abstract.....	3
Aspectos generales	5
Sobre el concepto de consumidor.....	8
Evolución histórica del término "consumidor"	9
Referencia al consumo final.....	11
Personas jurídicas catalogadas como consumidores.....	11
Análisis comparativo de otras legislaciones de centroamérica y suramérica con costa rica.	15
El salvador	15
Perú	17
Colombia	19
Guatemala.....	21
Costa rica.....	24
Elementos de comparación entre las legislaciones.....	29
Diferencias	29
Similitudes	30
Conclusiones.....	34
Recomendaciones.....	37
Bibliografía.....	38

Índice de tablas

Resumen de diferencias y similitudes entre las leyes de el salvador, Guatemala, Colombia, Perú y Costa Rica.	31
---	----

La definición y correcta aplicación del término consumidor final, como criterio de admisibilidad como legitimación activa ante la Comisión Nacional del Consumidor en Costa Rica comparada con otras legislaciones.

Ana María Steller Murillo¹

Resumen

El tema de los derechos del consumidor es relativamente nuevo en nuestro país, la ley tiene 13 años desde su primera promulgación, es importante que los legisladores reformen aquellos artículos en donde se indique la legitimación del denunciante y sobre el concepto en si de consumidor final, ya que este de acuerdo a este artículo científico tiene problemas a la hora de interpretarse.

Debido a esta situación, es que este artículo científico desea plantear la realidad costarricense en este tema, de acuerdo a la jurisprudencia ya recaudada. Pretende además hacer una comparación con legislaciones de otros países latinoamericanos, para así determinar si es sólo nuestro país el que cuenta con esta falta de definición, y analizar así las repercusiones de otros lugares también..

Abstract

Consumer rights subject is relatively new in our country, because law was promulgated 13 years ago. Legislators should review and reform articles where /Claimant's legitimation is stated and those aspects related to final consumer concept, since taking into account the point of view of this scientific study, there have been problems understanding this definition.

Due to aforementioned situation, the aim of this article is to focus on Costa Rican reality according to the jurisprudence already reviewed. This study also intends to make a comparison with legislations of other Latin American countries in order to determine is only in our country there is not a clear definition, as well to analyze consequences in other places.

Lista de palabras claves

Legitimación activa / Derechos del Consumidor / Consumidor final/ Destinatario Final / Consumo / Comerciantes

Keywords

Active Legitimation/Consumers Rights/Final Consumer/Final Addressee/ Consumption/ Merchants

¹ Bachiller en Derecho, candidata a Licenciatura en Derecho con énfasis en derecho empresarial, ULACIT, correo electrónico: anitasteller@yahoo.com

1. Introducción

El presente artículo científico, tiene como fin analizar la problemática que se presenta en la legislación costarricense y en otras comparadas, con la definición que cada una de las leyes de defensa de los derechos del consumidor proporciona.

Este concepto ha sido de dificultad de entendimiento para muchos de los costarricenses, pues son muchas las denuncias que se han rechazado de plano por falta de legitimación activa del denunciante, pues basta entrar en la base de datos del Ministerio de Economía Industria y Comercio, y verificar los pronunciamientos de la Comisión Nacional del Consumidor, con respecto a la legitimación activa. Desde el año 2001 hasta el año 2006, solamente en ese período hay 242 casos rechazados por falta de legitimación activa, y en muchos de ellos hay discrepancias entre la Unidad Técnica de Apoyo al Consumidor y la Comisión Nacional del Consumidor.

Es por lo que, es importante comenzar con la historia de los derechos de los consumidores, pues esta empieza a definir el concepto que se le da al consumidor y el porque la importancia de proteger sus derechos. Existe a la vez diferentes opiniones sobre lo que debería ser una correcta definición de consumidor, algunos consideran que una persona jurídica no lo puede ser, otros consideran que sí lo puede ser. Además de que el concepto de consumidor ha tenido con sus años una evolución histórica que es importante señalar, ya que inclusive se habla de un concepto de consumidor evolucionado.

El estudio sobre la definición de consumidor no estaría completa, sino se compara la misma con otras legislaciones. Las cuales pueden aportar elementos muy importantes, y se puede analizar la órbita de alcance que tiene la misma. Con este derecho comparado, lo que se quiere lograr analizar es ver si existe una misma ideología en los países latinoamericanos, o si inclusive entre ellos mismos manejan diferentes pensamientos.

Es muy importante señalar que a pesar de que los derechos de los consumidores fueron señalados hace muchos años por los derechos humanos. Los mismo no fueron reconocidos como tales sino hasta mucho tiempo después en la época de John F. Kennedy. Por lo que no existe mucha doctrina al respecto, y mucha de la fundamentación o criterios que se hacen son opiniones propias, de acuerdo a las realidades observadas en los diferentes campos de aplicación.

Así las cosas, lo que se logra al final, es ver la evolución histórica de los derechos de los consumidores, así como la del concepto de consumidor. Además que con una concepción más amplia sobre el concepto de consumidor final, se puede comparar con otras legislaciones, si las mismas cumplen o no con los requerimientos que la doctrina establece, y eso se debe a una realidad nacional o una concepción ideológica.

2. Aspectos Generales

2.1. El inicio de los derechos de los consumidores

Los derechos de los consumidores fueron otorgados a los mismos mucho tiempo después de que existiera el derecho mercantil y civil como tal. Aunque para muchos lo que era referente a los consumidores, estaba solventado en estos cuerpos legales, según Mosset y otros (1993), los consumidores no encuentran cabida dentro de la normativa civil, pues ella ve al hombre un ámbito “abstracto”, y el consumidor es una persona de “carne y hueso”, que tiene que satisfacer necesidades. Y tampoco pertenece al derecho comercial, pues el actor principal es el comerciante o empresa, y el consumidor por su parte es un sujeto pasivo en la actividad comercial.

La sociedad de consumo como tal, nace después de la Segunda Guerra Mundial, y se caracteriza por el dominio que había de los productores, fabricantes y distribuidores. Además de que ellos utilizaban, agresivos mecanismos de propaganda que lo que provocaban era que los consumidores compraran cada vez más de forma desproporcionada (Brenes y otros, 2005).

A pesar de que, se puede pensar que con este panorama, a los consumidores se les tenía en completo abandono, no era así. Según Brenes y otros (2005), al ver los comerciantes que dependían de los consumidores para poder cumplir con sus expectativas económicas, se comenzó a denominar al consumidor como “homo oeconomicus” y rey del mercado. Es por lo que era común escuchar a la gente decir “que el cliente siempre tiene la razón”, ya que este era quien les ayudaba en su crecimiento monetario.

Las leyes de oferta y la demanda eran, en teoría, quienes dictaban las reglas necesarias para tener un mercado efectivo y justo. Estas leyes estaban llamadas a evitar problemas de desabastecimiento, ineficiencia en la producción, injusticias en la fijación de precios, etc. (León, 1999)

Sin embargo, había una total ausencia de regulación en este mercado, por lo que era común que situaciones como llegar a comprar una oferta publicitada y encontrarse con que el comercio indicaba que ya se habían agotado las existencias, o comprar con un precio que no tiene incluido el impuesto de ventas, y luego llevarse la sorpresa de que el monto a pagar es más alto. De acuerdo a la CONAMAJ (1999), esto reflejaba la falta de información que ocupaba el consumidor, y que debía ser regulada.

Es entonces cuando los economistas, admiten que las necesidades del consumidor no dependes más de sus elecciones fundadas, que ya no existe el consumidor racional del libre mercado de la oferta y la demanda, sino el condicionamiento de los fabricantes, quienes inducen a consumir , seduciendo con promesas falsas. Es por lo que los legisladores reconocen que se puede estar

presentando un abuso del derecho, lo cual debía ser corregido , para reestablecer la real voluntad de las partes (Brenes y otros, 2005).

De esta forma se analizó, que a pesar de que existía una regulación implícita con el abuso de este derecho, en los códigos civiles y/o leyes especiales, se sintió la necesidad de crear una legislación específica para proteger al consumidor.

Es por lo que merece especial atención, hacer referencia al mensaje del presidente de Estados Unidos, el señor John F. Kennedy, dirigido al Congreso de su nación, el día 15 de marzo de 1962, el cual ha constituido históricamente el punto de partida del movimiento global a favor de la protección a los derechos del consumidor (Salas, 1997).

Cuenta Brenes y otros (2005), que en ese discurso el célebre presidente dijo la siguiente frase:

Ser consumidor, por definición nos incluye a todos. Somos el grupo económico más grande en el mercado, que afecta y es afectado por casi todas las decisiones económicas públicas y privadas... pero es el único grupo importante, cuyos puntos de vista a menudo no son escuchados. (Pág. 35)

Con este discurso el presidente estableció cuatro derechos básicos de los consumidores:

- El derecho a la seguridad,
- A la información,
- A la elección y
- El derecho a audiencia (ser oído).

Según Salas (1997), este discurso tuvo una gran aceptación, no sólo en Estados Unidos, sino en Europa también. Tanto así, que ese mismo año se publicó en Inglaterra el conocido Final Report of the Committee on Consumer Protection, donde se hacía referencia al “hombre como consumidor”, y se destacaba que “the consumer is everybody all the time”, lo que quiere decir en español, que consumidor es todo el mundo en todo momento.

Desde entonces afirma Rivero (1997), que tanto en Estados Unidos como en Europa, se ha desatado una sensibilización general por este tema, que caracteriza, por igual a partidos políticos, sindicatos, asociaciones y medios de comunicación colectiva.

Por ejemplo, en 1973, el Consejo de Europa sanciona la famosa Carta Europea de Protección a los Consumidores y, en 1995, la Comunidad Económica Europea da a conocer un Programa Preliminar para una política de protección e información para los consumidores. De acuerdo a Salas, (1997), en dicha política se pretendía coordinar los siguientes puntos:

- Derecho a la seguridad
- Derecho a la protección de la salud
- Derecho a la tutela de los intereses económicos
- Derecho al resarcimiento de daños
- Derecho a la organización
- Derecho a la información
- Derecho a la expresión, al asesoramiento, a la asistencia y a la representación.

En Europa, los derechos de los consumidores traen una trayectoria interesante de recalcar en la historia de la evolución de los derechos como tal. Así indica Palao (2002), en que la labor legislativa desempeñada por las instituciones comunitarias en este sector se caracterizó por ver la luz de forma algo tardía. Pues sobresale el hecho de que no coincide el nacimiento de esta política con el génesis de las Comunidades Europeas, ya que hubo que esperarse hasta los años setenta para poder hablar del tema de los derechos de los consumidores.

Esto por cuanto, la trayectoria comenzó desde hace varios años atrás, primero con el Tratado de Roma de 1957, el cual era primordial para el actuar litigioso de Europa, y este no se contemplaba los derechos de los consumidores como tales. No fue sino, hasta 1972 que en la Cumbre de París de Jefes de Estado y de Gobierno, que se instauró una política, la cual hablaba de los derechos fundamentales de los consumidores. (Palao, 2002)

2.2. Derecho de los consumidores en países vía de desarrollo e industrializados

Afirma Rivero (1997), que la existencia de normas protectoras de los consumidores es propia de todas las naciones industrializada. En efecto, en los países desarrollados se ha verificado un constante aumento de la capacidad económica de consumo de amplios sectores de la población.

Sigue afirmando Rivero (1997), que las constituciones más recientes de los Estados Democráticos del mundo occidental, se hicieron eco, a partir de la década de los 70, de la problemática de la defensa del consumidor.

Sin embargo, es importante recalcar que el derecho del consumidor también es un fenómeno de creciente importancia en muchos países en vías de desarrollo. Esto se aprecia con especial énfasis en Latinoamérica, donde es posible apreciar una ininterrumpida promulgación de leyes de protección del consumidor y el desarrollo de creciente de una doctrina jurídica especializada en la discusión de problemas del consumidor (Salas, 1997).

Por ejemplo en Costa Rica, este auge de los derechos de los consumidores, también llegó , sin embargo de una forma un poco tardía. Ya que, Ley 7472 de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor nace apenas en el año 1995, para que luego, en el año 1996 se reformara el artículo 46 de la Constitución Política para dejar así constatados los derechos del consumidor como derechos de los costarricenses. (Comisión Nacional del Consumidor, 2006)

Aún así, pocas han sido las experiencias de organizaciones que se proyectan a la escala nacional en este tema, sin embargo hay algunas, entre las cuales figuran Consumidores de Costa Rica, La unidad Técnica de Defensa del Consumidor y La Defensoría del Consumidor como el ente regulador.

Sin embargo, la ley comenzó con ciertos tropiezos, pues los comerciantes se sintieron amenazados y muchos de ellos debieron dejar las prácticas abusivas en contra de los consumidores, con las cuales aumentaban sus ganancias. Pero la ley no fue solo un tropiezo para el comerciante, sino también para los consumidores, pues este venía de mantener una relación de confianza con aquel que era su proveedor y se le volvía un poco difícil traicionar dicha lealtad con una denuncia por violación a sus derechos como consumidor. (Comisión Nacional del Consumidor, 2006).

3. Sobre el concepto de consumidor

Al querer intentar analizar el concepto de consumidor como tal, con el fin de definir la órbita de su alcance y efectos que eventualmente pueda surtir en los comerciantes, nace el interés de analizar la evolución histórica del concepto.

La importancia de detallar lo que debe interpretarse por "consumidor" ha sido manifestada por la misma doctrina, pues Acosta (1995), indica que

La interpretación del término 'consumidor' tiene una gran importancia en el mundo de la práctica forense ya que según que la noción sea más o menos amplia serán también más o menos amplios los límites de la tutela que deba prestarse a los consumidores (pág. 55).

De acuerdo a Brenes y otros (2005), cuando se habla de consumidor, se debe hacer desde una noción económica por considerarse las más certera. Se podría decir entonces, que desde las ciencias económicas, que es el sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destintarlos a su propio uso o de sus familiares.

3.1. Evolución histórica del término "consumidor"

No ha sido tarea fácil la de perfilar, logrando un consenso, la noción del consumidor. Parte de lo que la historia en sus inicios tuvo que evolucionar según Mosset y otros (1993), ha sido al menos: consumidor como sinónimo de adquiriente; si es consumidor el mero intermediario, o sea, el que adquiere para revender y si puede clasificarse como consumidor a las personas jurídicas.

De acuerdo a Pascual (2002), el concepto de consumidor no es único en todas las legislaciones, y no debe porque serlo. Él aclara que el legislador es consciente de que son distintas las acepciones que de consumidor tienen las diferentes leyes. Esto es debido, a que la materia es pluridisciplinar, por lo que no ha optado por formular un concepto consolidado en las legislaciones.

En sus inicios el término de consumidor era utilizado únicamente para hacer referencia a aquellas personas de pocos recursos que adquirirían determinados productos básicos como los alimentos y medicinas, con el fin primordial de satisfacer sus necesidades esenciales. Este concepto era un marcadamente restringido, o sea, sólo aquel que adquiriera el tipo de bienes considerados de consumo humano, y sólo el que los adquiriera era considerado consumidor (Acosta, 1995).

De acuerdo a Baudrit (1995), en sentido estricto se debe entender al consumidor, como la persona que adquiere bienes para satisfacer sus necesidades vitales o básicas. Los bienes que están comprendidos en esta noción precisa se encuentran muy relacionados con los alimentos. Sin embargo, estos alimentos incluyen también las sustancias nutritivas, medicinas, vestuario, habitación y educación. Dejando entonces atrás, el concepto de que bienes necesarios o de consumo, son solamente aquellos alimentos básicos, y medicinas.

Existen diferentes percepciones de cómo ver el concepto de consumidor, las cuales son de gran importancia para el legislador a la hora de definir dentro de su marco legal, quién es consumidor.

3.1.1. Concepto abstracto

De acuerdo a Brenes y otros (2005), el concepto abstracto de consumidor, se equipara a ciudadano y sirve para atribuir derechos a éste en general en su condición de consumidor.

En esta percepción es que se desprende los derechos básicos reconocidos a los ciudadanos como consumidores, cuando se regula los derechos de educación e información, seguridad, sanidad, medidas preventivas y garantía entre los daños que se puedan ocasionar por el consumo de bienes o servicios (Pascual, 2002).

Señala Brenes y otros (2005), que en esta noción se le contempla al consumidor, no en un sentido partícipe en un acto de consumo, sino con independencia de ello. La tutela viene dada por la garantía constitucional y por su carácter de ciudadano, de administrado, que le lleva a gozar de una protección de sus derechos con independencia de que pueda ser o no consumidor, según los términos legales establecidos.

3.1.2. Concepto concreto

Esta noción de acuerdo a Brenes y otros(2005), se utiliza cuando se le atribuye un derecho que se pueda ejercitar individualmente en el interés particular del consumidor, concibiéndolo así, como partícipe de un determinado acto de consumo, con el cual se le conceden derechos en función se la intervención en el acto.

En el concepto concreto, el consumidor puede ser visto como cliente o como consumidor final, y como consecuencia de eso, se pueden tener varias vertientes que distinguen el grado de protección según la intervención (Pascual, 2002).

3.1.3. Concepto jurídico

El concepto jurídico de acuerdo a Pascual (2002), es aquel que realice el acto o negocio jurídico de adquisición del bien o servicio. Este consumidor puede ejercitar los derechos, garantías y acciones derivadas de la adquisición, siempre y cuando las mismas estén relacionadas con las condiciones generales del contrato de compra venta.

3.1.4. Concepto material

Este concepto se refiere a quien utiliza usa o disfrute el consumo del bien, producto o servicio. Este concepto puede o no coincidir con el concepto jurídico, ya que quien utiliza o disfruta del bien puede ser la misma persona que lo adquiere en un inicio. Es importante señalar, que el consumidor material, podrá gozar del derecho de garantía y acciones derivadas del uso, utilización o disfrute del bien o servicio, como sanidad, seguridad y responsabilidad por daños (Brenes y otros, 2005).

3.1.5. Concepto objetivo

Este define al consumidor con base no en la persona, ya sea física o jurídica, sino en la materia objeto de consumo, sea en el acto de consumo, donde se distingue del acto profesional. Desde este punto de vista no importa si el acto de consumo es aislado, no se requiere la habitualidad (Brenes y otros, 2005).

3.1.6. Concepto subjetivo

En este de acuerdo a Brenes y otros (2005), se toma en cuenta a la persona que consume. En este sentido, la discusión doctrinaria y legislativa ha girado en torno a si puede ser consumidor las persona jurídica, pues en tesis de principio se le otorga esa condición a personas físicas.

Así las cosas, en la mayoría de las regulaciones relativas al consumidor se han inclinado por considerar como tal a las personas físicas y jurídicas, esto siempre y cuando sean destinatarios finales. Aún así no utilicen esta terminología, siguen este criterio, al establecer exclusiones en materia del consumidor, cuando se indica por ejemplo que no se tiene como tal al que adquiere bienes o servicios para utilizarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.

3.2. Referencia al consumo final

De acuerdo a Mosset y otros (1993), la noción de consumidor final está relacionada con la de “destinatario final”, tomada en el ámbito del transporte, en la cual trata de manifestar gráficamente una idea básica para la noción, la cual consiste en la persona adquiere los bienes o servicios para utilizarlos o consumirlos él mismo, y que, en consecuencia de ellos, esos bienes o servicios quedan detenidos dentro de un ámbito personal, familiar o doméstico, sin que vuelva a salir al mercado.

Es por lo que, la noción de consumidor final vendrá determinada en atención a dos criterios a saber: por el hecho de que la actuación de la persona vaya dirigida a satisfacer sus necesidades privadas, familiares o domésticas, y por otra parte, por el hecho en sí, en el cual con su actuación, sea ajena a cualquier forma de actividad empresarial o profesional por otra (Brenes y otros, 2005).

3.3. Personas jurídicas catalogadas como consumidores

Al establecer la posibilidad de la persona jurídica como consumidor, no se establece en la mayoría de los casos ninguna diferencia o requisito especial, por la razón de la clase de la persona jurídica. Es decir, que esto puede comprender tanto a las asociaciones, fundaciones, sociedades, etc. (Pascual, 2002).

Sigue indicando Pascual (2002), que existe un verdadero problema, pues la adquisición de un bien o servicio por parte de una persona jurídica, se entiende que todas estas adquisiciones van de forma indirecta o directa a integrar el proceso de producción de la persona jurídica, dejándonos así con una contradicción a la hora de hablar de consumo final.

Y es que para Mosset y otros (1993), una persona jurídica no puede ser un consumidor, ya que no son destinatarios finales del bien o servicio que adquieren. Esto en medida en que no adquieren, al menos en lo general o común, bienes para sí, para su consumo final o beneficio, y menos aún por su propia índole para el grupo familiar o social.

3.4. Posiciones del término consumidor evolucionado

Con el pasar del tiempo, y con la evolución de la humanidad, el término fue evolucionando también, llegando al punto de admitir dentro de su órbita a aquellas personas que adquirirían bienes de cualquier tipo, no únicamente los que fueran de necesidad básica. Al respecto Farina (1995), ha dicho que, en sus inicios cuando de comenzaba a hablar de consumidor, se refería a aquella persona individual, que no tenía muchos recursos económicos y que solamente adquiriría aquello que era necesario; sin embargo con el tiempo se extendió a todo lo que fuese adquisición de bienes; esenciales o no, consumibles o no, y a los usuarios de servicios. Es por lo que, esta disciplina se llega a denominar de forma completa "Derechos de defensa y/o protección del consumidor y del usuario"; sólo que muchas veces, por abreviar se utiliza únicamente la palabra "consumidor", pero va sobreentendido que en ella está incluida implícitamente la figura del usuario.

Dentro del concepto "evolucionado" del "consumidor", se siguen manejando dentro de la doctrina, dos posiciones diferentes entre ellas, con respecto a los alcances de dicha definición. La primera de ellas, es la restringida: la cual acepta como consumidor únicamente a la persona que adquiere para sí misma o para terceros, bienes o servicios, siempre y cuando estos no tengan ninguna relación con el giro comercial de su comercio profesión. La segunda posición, que es la amplia, acepta dentro sus alcances como consumidor, no sólo a la persona que adquiere bienes y servicios para sí o para terceros con el fin de que sean consumidos por ellos, sino además, a los sujetos que compran con el fin de reinsertar al mercado sus adquisiciones (Acosta, 1995).

Se puede observar, que en la postura amplia, hay gran similitud con el concepto de cliente, que es aquel, que adquiere sin que resulte de interés la finalidad con que lo hace. Si la posición amplia, fuera la tesis por la que se optara, no tendría importancia entonces, definir al consumidor, pues cualquier persona que adquiriera un producto sin importar su fin, sería acreedor de la protección que otorga el derecho del consumidor.

4. Diferencia entre comprador y consumidor

Analizando el derecho comercial como tal y alejándonos un poco del derecho del consumidor, podríamos encontrar similitudes entre comprador y consumidor. Como por ejemplo, cuando aquella persona basada en un contrato de compra

venta, justificaban la existencia del derecho como consumidor, permitiendo así la circulación de bienes muebles.

Sin embargo, es importante que definamos muy bien quién es comprador y quién es consumidor. Pues si se analiza de una forma vaga, se podría decir que estamos hablando de una misma persona, más no es así. Es por lo que se definirá de acuerdo con el diccionario jurídico Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales (2000) , ambos conceptos:

Comprador: *El que por precio adquiere la cosa que otro le vende. (V. VENDEDOR.)* Sus derechos son: 1) exigir la entrega de lo comprado; 2) rescindir el contrato, con pérdida de las arras o señal, cuando así se haya convenido; 3) pagar los gastos de escritura; 4) reclamar el saneamiento de lo vendido; 5) que los gastos de entrega sean pagados por el vendedor; 6) los frutos, desde el día de la compra; 7) suspender el pago cuando sea perturbado en el dominio o en la posesión de lo comprado. Son obligaciones suyas: a) pagar la cosa en dinero o signo que lo represente; b) perder las arras o señal cuando no cumpla lo estipulado; c) abonar intereses, cuando se hayan convenido o la cosa produzca frutos, si incurre en mora.

-Consumir: Consumir Ingerir los alimentos. | Gastar los bienes por el uso o empleo. | Destruir. | Extinguir

Bajo estos conceptos se aclara lo siguiente: no siempre el que compra es consumidor, y no siempre el que es consumidor es comprador.

Bajo el marco laboral es muy sencillo de entender estos términos. Existen muchas empresas que tienen departamento de compras, o sea, una persona encargada de adquirir los bienes para la compañía, ya sean directos/indirectos, o productivos/improductivos. Esta persona o personas no son consumidores, son únicamente compradores, ya que ellos no están gastando por uso o por si mismos lo que compran.

Por otro lado, los consumidores son cualquier persona que adquiere un bien o servicio para su uso final, o sea, el consumidor es quien gasta lo que adquiere. Este gasto puede ser no solo propio, sino también se considera gasto, el que compra un regalo para otra persona, o el padre que compra para su hijo, sea o no menor de edad.

Es importante que esta diferencia esté clara, pues muchas veces las personas o inclusive los mismos legisladores, tienden a confundir dichos conceptos, ocasionando así, violaciones a los derechos de los consumidores, o concediendo este tipo de derechos a quien no los merece.

5. Fin de la protección al consumidor

Es importante destacar, que las leyes de defensa a los derechos de los consumidores, poseen un objetivo muy claro, el cual es defender los derechos de la parte más débil en una relación de consumo.

Es así como Stiglitz y otros (1994) indican, que para que los derechos de las personas que se encuentran en “planos inferiores”, sobre los que se encuentran en “planos superiores”, se debe otorgar una protección más intensa a los primeros, que la asignada a los segundos. Bajo esta tesis, es como se manejan los derechos de los consumidores, al igual que lo fue el de los trabajadores en su tiempo.

Stiglitz y otros (1994), señalan que:

La defensa del consumidor es un postulado del derecho, la política y la economía, que persigue como propósito la búsqueda de un marco de equilibrio en las relaciones de consumo entre empresarios y consumidores o usuarios (pág. 24).

Con esto no se pretende otorgar al consumidor derechos privilegiados, sino reconocerles su situación de debilidad estructural frente a un mercado de consumo, y con esto ofrecer una situación de igualdad real y de seguridad jurídica.

El derecho del consumidor entonces, no tiene como finalidad proteger a todas las personas que adquieren bienes y servicios, sino solamente a las que lo realizan en una situación de desigualdad respecto al comerciante.

Finalmente es importante señalar, que existe un sector de la doctrina que no está de acuerdo con que el derecho del consumidor proteja solamente a una de las partes en esta relación de consumo. Ya que ellos consideran que el Estado con este tipo de actuaciones, deben de beneficiar a la totalidad de la población, cuando se encuentre ante "situaciones objetivas de desigualdad". De acuerdo a esta tesis, no aplica la protección de consumidor, por el simple hecho de que una persona adquiera un bien o servicio para que la ley proteja al primero, sino que es necesario, demostrar una existencia real o potencial de una situación de peligro o de desigualdad. Si efectivamente esta situación se da, debe brindarse protección, independientemente de las características del sujeto que realiza la transacción comercial (Rivero, 1997).

6. Análisis comparativo de otras legislaciones de Centroamérica y Suramérica con Costa Rica.

De acuerdo a los criterios establecidos a lo largo de la historia, tanto como la evolución de los derechos de los consumidores, así como el concepto de consumidor final. Es importante analizar la legislación de ciertos países, con el fin de determinar, si el criterio aplicado por los legisladores de cada nación, concuerda con la evolución como tal.

Es importante que se compare con la costarricense, la legislación de países de Centroamérica, que han sido pioneros en su evolución en los derechos de los consumidores a pesar de estar en vías de desarrollo. También lo es ver, que ideología persigue Suramérica con respecto al consumidor final, y es importante que se compare con países que estén en un ámbito socioeconómico similar al costarricense o al menos con la mayoría de las naciones.

6.1. El Salvador

La ley de Protección al Consumidor nace por primera vez en El Salvador en el año 1992. Sin embargo por diversos problemas y lagunas jurídicas que la misma presentaba, la Asamblea Legislativa se vio obligada en el año 1996 a crear una nueva Ley de protección al Consumidor, con la cual derogaría la anterior y todas sus reformas. (UNCTAD, 2003).

Según la UNCTAD (2003), parte de estas faltas o lagunas jurídicas se pueden agrupar en cuatro diferentes componentes: Estado, este como una agencia de supervisión y como un comprador de bienes y servicios también; proveedores, estos se pueden señalar en privados y públicos; consumidores, los podemos clasificar como individuales y asociados, y por último, los medios para procesar estas denuncias, las cuales son únicamente por la Dirección de Protección al Consumidor.

De estos cuatro grupos, el que es de interés para este artículo científico es el de los consumidores. Este grupo dispone de dos subgrupos: los individuales y las asociaciones de consumidores. Ambas son de importancia para la definición de consumidor final, pues más adelante se analizará el alcance jurídico que ambas poseen para El Salvador.

Retomando la ley como tal de El Salvador, es importante además señalar que la ley carece también de dos aspectos fundamentales, que si la usaran de forma acertada equilibraría dos componentes que son pioneros en cualquier ley de protección al consumidor. Para la UNCTAD (2003), estos aspectos son por un lado proteger al consumidor de abusos y engaños que efectúan muchos de los comerciantes en sus famosas prácticas de competencia desleal, con las cuales provocan violaciones como consecuencias muy evidentes a los derechos de los consumidores, provocando esto un efecto dominó: que las denuncias por parte de

los consumidores se disparen y abarrotan así los sistemas creados para la defensa de sus derechos.

Al mismo tiempo, es importante que una ley implemente mecanismos para incentivar a los competidores leales que sí cumplen con respetar los derechos de los consumidores. Una ley que solo buscara reprimir y sancionar los abusos y no premiara los esfuerzos para su cumplimiento, provocaría con mucha facilidad la desaparición de muchas compañías que se han comido vivas entre ellas por las continuas prácticas desleales, y además un sinsabor para aquellas que sí lo cumplen, las cuales deberían de disponer de un incentivo, como maneras prácticas leales de comercio.

6.1.1. Definición de consumidor final

El artículo 6 de la ley de Protección al Consumidor (1996), se refiere al consumidor final como cualquier persona natural o jurídica, que adquiera, utilice o reciba bienes o servicios, sin importar de la naturaleza que sea; eso sí, siempre y cuando sean el producto de una transacción comercial.

La Ley de El Salvador es vaga a la hora de indicar quién es consumidor final; no indica parámetros, fines del comprador, y sobre todo, no establece si debe ser o no destinatario final de bien. Y es aquí donde pueden comenzar a surgir los problemas de legitimación activa.

Esto, debido a que el marco legal no establece claramente el ámbito de aplicación de sus normas al no definir con claridad si su protección se limita al consumidor final o a cualquier “consumidor de la cadena”. Y es que cualquier consumidor de la cadena, puede perfectamente ser un comerciante, que compre bienes o adquiera servicios para su comercialización, desnaturalizando así al consumidor final como tal.

La ley es tan general que incluso señala que se aplica a personas físicas y jurídicas que adquieran bienes o servicios de cualquier clase. Siendo esto una definición muy amplia para una Ley, puesto que se puede entender con facilidad que una empresa que adquiere de otra la materia prima para la producción de sus bienes, puede ser considerada perfectamente consumidor final, ya que cumple con los requisitos: es persona jurídica y está adquiriendo un bien.

Es aquí donde comienzan los problemas a la hora de la legitimación activa, pues muchos comerciantes actualmente están denunciando a otro ante la Dirección de Protección al Consumidor, por problemas de competencia desleal, más que por asuntos que regula la Ley de Protección al Consumidor. Este problema se da también, de forma adicional, en cuanto a las prácticas de competencia desleal debido a la falta de una regulación por parte del derecho mercantil y civil. Por lo que la única salida vista por los comerciantes para denunciar es la del consumidor, aunque jurídicamente no sea la forma correcta (UNCTAD, 2003).

El ámbito legal de regulación sobre la protección al consumidor, no está únicamente regulado en la Ley de Protección al Consumidor, y su reglamento, sino que, de forma adicional, está regulada en otros sectores normativos como los son: servicios públicos, servicios municipales, etc.

Aunque esta actualidad de la regulación del consumidor en El Salvador es común en otras legislaciones, pues bien se conoce que esta rama es muy amplia y se extiende a todos los sectores de consumo del país. Existe un gran problema; y es que no hay una clara definición sobre la supremacía de las normas, en cuanto a la regulación de forma sectorial, produciendo esto, vacíos legales importantes y muchas veces violaciones a esos mismos derechos tutelados. (UNCTAD, 2003).

Y es que estadísticamente se logra apreciar que la mayoría de las denuncias interpuestas por los consumidores son sobre los servicios públicos. De acuerdo a la UNCTAD (2003), ellos representan el 43% del total de casos denunciados ante la Dirección de Protección al Consumidor, entre el periodo enero 2002 a agosto 2003. Así los servicios públicos más denunciados: Agua (1916 denuncias), Telefonía (1127 denuncias) y Energía Eléctrica (1127 denuncias) y la tendencia es a seguir creciendo, en particular en energía eléctrica; la causa más denunciada es la de sobrefacturación.

Según la UNCTAD (2003), esta situación deja como evidencia, que esas normas sectoriales, no están siendo reguladas de la mejor manera. Pues las normas que protegen a los consumidores no solamente se basan en los derechos que éste tiene y que deben ser tutelados, sino también en los mecanismos por los cuales deben de regirse las empresas para poder cumplir esos derechos, como lo son las regulaciones sobre las etiquetas en los alimentos, por ejemplo.

6.2. Perú

En un inicio, la definición de consumidor estaba relacionada únicamente al comprador de productos alimenticios y farmacéuticos, siendo esto como una intervención proteccionista del Estado a la salud y la seguridad (Montoya, 2002).

Con el tiempo y la evolución del derecho comercial y de los derechos humanos, se comenzó a involucrar al consumidor de una forma amplia. Donde consumidor era el sujeto, que con su dinero o aporte económico, frente a una empresa, perfila las características, de que su consumo de bienes o de servicios, es para uso final y privado.

Se conoce en la actualidad un concepto de consumidor moderno, que no es sólo aquel que aporta con su dinero a la cadena de comercialización a la hora de adquirir bienes o servicios para su uso final, sino aquel que viene ante todo que nada a recalcar los principios de las contrataciones de compra venta entre privados; reguladas en los demás cuerpos legales de cada país, y también en una

imposición de derechos para los consumidores, que se tornan en obligaciones para los comerciantes (Montoya, 2002).

Dichas obligaciones son de carácter impositivo y exigible a todos por igual. Éstas se aprecian con el único fin de que prácticas como las de publicidad engañosa, prácticas desleales, falta de información o información incierta, falta de responsabilidad por parte del fabricante, prácticas como las de uso de sustancias tóxicas en la elaboración de artículos, etc., sean cada vez menos, y que los consumidores se sientan protegidos ante las injusticias que muchos comerciantes inescrupulosos efectúan, con tal de obtener una mayor ganancia.

6.2.1. Definición consumidor final

El Decreto Legislativo No. 716, (2000) que es la ley de protección al consumidor, en su artículo 3 señala:

Consumidores o usuarios.- Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios...

Esta definición, como otras, indica que las personas jurídicas pueden ser consumidores. Sin embargo, si lo que se desea es que los comerciantes, no sean catalogados como tales, se debe eliminar a las personas jurídicas de este alcance, ya que ellas tienen una figura, en la cual es difícil determinar si lo que se adquiere es para su propio uso o para el giro comercial de la misma.

Sin embargo, bajo este panorama, según Montoya (2002) se puede afirmar entonces que no es consumidor el intermediario de productos o servicios, sino el que usa de forma final el producto, en su uso privado; como lo decía la definición anterior, el que lo gasta.

Aún así, la definición de la ley sobre consumidor es muy escueta. Y como se ha expuesto durante todo el presente artículo científico, es necesario que la ley sea más clara, precisa y concisa, e indique con detalle quién es consumidor final. Pues este concepto es el que lleva a las personas a cumplir adecuadamente con uno de los requisitos más esenciales de admisión de una denuncia, que es la legitimación activa.

6.3. Colombia

6.3.1. Definición de consumidor final

El actual estatuto de protección al consumidor, que es el decreto 3466 (1982) define consumidor como toda persona, natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades.

Es importante señalar, que la definición anteriormente citada, no indica o explica de forma clara y detallada, que la utilización o disfrute que el consumidor haga del bien o servicio adquirido, se refiera específicamente al uso final que se le deba dar a los mismos.

En este punto en específico se puede apreciar una clara diferencia negativa de la legislación colombiana con respecto a la tendencia de los países más desarrollados en cuanto a los derechos del consumidor en Suramérica², ya que estas normativas son específicas al excluir en sus definiciones de consumidor a todas aquellas personas que participen en la cadena de producción y elaboración de un producto, sin con ello efectuar un consumo final del bien o servicio

Por otro lado, el estatuto 3466 (1982) del consumidor de Colombia indica que al productor como toda persona natural o jurídica, que elabore, procese, transforme o utilice uno o más bienes, con el propósito de obtener uno o más productos o servicios destinados al consumo público.

En esta definición tampoco se señala que el productor pueda llegar a ser consumidor de las mismas materias primas que transforme, utilice o procese.

Una primera interpretación de estas definiciones legales señaladas, se puede decir que es consumidor todo aquel en tanto, que contrate un bien o servicio para satisfacer una o más necesidades, sin esto especificar qué tipo de necesidades. Se puede decir también que toda aquella persona, ya sea física o jurídica que transforme uno o más bienes con el fin de destinarlo al consumo del público, o todo aquel que transforme bienes o insumos para obtener productos o servicios,

² Tres de las legislaciones más desarrolladas en materia del consumidor en Suramérica son la Argentina, Uruguay y Brasileña. Estas tres establecen que consumidor es únicamente el destinatario final del bien o servicio. El artículo 2 de la ley uruguaya 17.250 indica: “consumidor es toda persona natural o jurídica, que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final de una relación de consumo”. La ley Argentina es más detallada aún cuando dice en su artículo 2 “no se considera consumidor o usuario a quien consuma bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a tercero”; por último, la Brasileña en su artículo 2 también nos indica que: “Consumidor es toda persona natural o jurídica que adquiere o utiliza un producto o servicio como destinatario final”.

es un productor, por lo cual no puede estar bajo el abrigo del decreto 3466 sobre los consumidores.

Se puede analizar, de acuerdo con lo anterior, que existen discusiones sobre la aplicabilidad de las normas de protección al consumidor para aquellas personas para las cuales este derecho no aplica, ya que no son consumidores finales de algún bien o servicio. Esto debido a que la noción legal de consumidor no menciona el concepto de uso o consumo final de un bien, dejando así como válido la interpretación que de esta definición se haga en el sentido de establecer como consumidor a aquella persona natural o jurídica que celebra relaciones de consumo para la satisfacción de una o más necesidades (Barrera, 2005).

Así las cosas, la definición de consumidor del decreto 3466 (1982), deja por fuera el concepto de destinatario final del producto bajo el entendimiento de un sentido económico, es decir, que el consumidor final presupone que éste con el acto de consumo está atendiendo una necesidad característica, mas no el desenvolvimiento de una actividad comercial propia de quien está celebrando una relación de consumo cualquiera.

Hay que tomar en cuenta algo muy importante a la hora de definir una relación entre comerciantes y una entre comerciante y consumidor. Y es que esta última está regida por un elemento muy importante de subordinación económica por parte del consumidor: un estado de necesidad de adquirir ese bien para uso propio. De tal forma que si no lo adquiere, sus necesidades básicas no podrán ser solventadas. Estos bienes adquiridos son de consumo, mas no de capital, y en la relación entre comerciante y consumidor, existe un desequilibrio que desfavorece al segundo (Barrera, 2005).

Por lo tanto una norma de protección al consumidor no debe de ninguna manera derogar las normas que establecen los códigos civiles y comerciales, con respecto al trato de las relaciones entre comerciantes, ya que al no ser claros con su definición como consumidor, pueden llegar involuntariamente a crear confusiones, o sólo a nivel de los ciudadanos, sino también en nivel de los legisladores. Estos cuales pueden llegar a dar atribuciones no merecidas a ciertos sectores por falta de claridad en las normas, y derogar por desuso las correctas (Barrera, 2005).

Visto lo anterior y una vez aclarado que nuestro estatuto de protección no maneja el mismo concepto de consumidor final que se ha explicado anteriormente, es preciso ver que existe entonces, la posibilidad de aplicación de las disposiciones de dicho estatuto para aquellas personas naturales o jurídicas; éstas si bien transforman o modifican uno o más bienes, son consumidores en tanto se encuentren en una relación de desequilibrio respecto al productor de los mismos.

En este sentido, el máximo tribunal constitucional no estableció distinción alguna cuando se pronunció sobre la protección de las relaciones de consumo, es decir,

no condicionó el campo de protección que poseen los consumidores a la característica de usuarios finales de un determinado bien o servicio.³

Aunque se mencionó que en las relaciones de consumo existe una desigualdad manifiesta entre las partes y que son esas relaciones donde se presenta un desequilibrio económico las que la Constitución Política en su artículo 78 indica proteger⁴ (Sentencia C 1141,2000).

Así las cosas, podemos concluir entonces, que las normas de protección al consumidor sí pueden aplicarse para aquellas personas naturales o jurídicas; aquellas que hayan utilizado, transformado u ofrecido al público un bien o servicio si han efectuado una relación de consumo en los términos anteriormente señalados, es decir, en términos de verdadero desequilibrio frente al productor y/o comerciante y el consumidor (Barrera, 2005).

6.4. Guatemala

En este país existe a partir de un establecimiento de un Gobierno Constitucional que creyó que así que era necesario reestructurar las instituciones. Los agentes de gobierno, dispusieron a través del Decreto 93 del Congreso de la República, Ley del Organismo Ejecutivo, de fecha 27 de abril de 1945, crear el Ministerio de Economía y Trabajo, que en su artículo 16 le asignaba las atribuciones por desarrollar en dicho Ministerio (Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, 1995).

Luego nace la Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos, que fue creada por el Acuerdo Gubernativo de fecha 5 de junio de 1945, con el objeto de impedir las irregularidades significativas en los precios. El fin era que esta oficina velara por un mantenimiento estable y económico del país, es decir, que hubiera un equilibrio de acuerdo con las diferentes leyes, reglamentos y cualquier otra disposición.

En el siguiente año, nace la Oficina de Estabilización Económica, la cual viene a suprimir la existencia de la Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos, debido a que esta no estaba funcionando para los fines con los cuales había sido creada. Esta otra nace con las mismas atribuciones que la anterior, solo que con

³ "Los poderes públicos, en las instancias de producción y aplicación del derecho, en la permanente búsqueda del consenso que es característica del Estado Social y misión de sus órganos, deben materializar como elemento de interés público que ha de prevalecer, el de la adecuada defensa del consumidor, para lo cual deben habilitarse procedimientos y mecanismos de participación y de impugnación con el fin de que sus intereses sean debidamente tutelados."

⁴ "La Constitución ordena la existencia de un campo de protección en favor del consumidor, inspirado en el propósito de restablecer su igualdad frente a los productores y distribuidores, dada la asimetría real en que se desenvuelve la persona que acude al mercado en pos de la satisfacción de sus necesidades humanas (...)"

una estructura interna y gubernamental diferente, que era soportada por el gobierno (Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, 1995).

Más adelante, por Acuerdo Presidencial de fecha 5 de enero de 1948, nace la Dirección General de la Economía Nacional, la cual vino a suprimir la anterior por razones de una nueva organización complementaria en la presidencia.

De acuerdo a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, (1995), debido a la confrontación que en ese tiempo tenía el Ministerio de Economía y Trabajo, el gobierno de Guatemala, analizó que mejor esta Dirección controlara y regulara todo lo concerniente a la Economía Nacional, por lo que dentro de su estructura se conformó el Departamento de Control de Precios y Abastecimiento el cual asumió todo lo relativo a controles de ese tipo.

Por último, en el Acuerdo Presidencial del 28 de julio de 1953 se indicaba que debido a que en el presupuesto era necesario suprimir la Dirección General de Comercio Industria y Controles, en su lugar se creaba el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo; a éste le dejan las mismas atribuciones de la oficina que se estaba eliminando.

Aún así, un año después, debido a las situaciones políticas imperantes en el país y al cambio en las posiciones estructurales, en fecha del 15 de julio de 1954, se dispuso entonces cancelar el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, indicándose que en tanto se hacen las revisiones pertinentes, el Ministerio de Economía y Trabajo queda a cargo de las aplicaciones de los acuerdos vigentes sobre los precios y los artículos controlados (Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, 1995).

Por lo tanto, después de varios años de lucha con creaciones y eliminaciones de Direcciones, se queda con todas las atribuciones al Ministerio de Economía y Trabajo. Con la creación de la ley de defensa del consumidor, nace entonces la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor Guatemala, C.A., una entidad perteneciente a este Ministerio.

6.4.1. Definición consumidor final Guatemala

La ley de protección al consumidor y usuario de Guatemala, nace en el año 2003. Es una ley bastante nueva, a pesar de que en el país desde 1945, comenzaran a involucrar un poco al consumidor, dentro de su abrigo de protección con la creación del Ministerio de Economía y Trabajo.

Analizando a fondo el concepto que dicha ley plantea sobre el consumidor final, se nota que su ámbito es muy abierto. El artículo 3 de la ley de protección al consumidor y usuario (2003) señala

Artículo 3. Definiciones. Para los efectos de esta ley se entenderá por:

- c) **Consumidor:** Persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera, que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza.

Hay varios puntos que analizar de esta definición, que tiende a mantener la tendencia de las doctrinas analizadas; pues es muy abierta y no delimita con claridad su órbita de alcance.

Primero que nada, indica que cualquier persona individual o jurídica, además sigue expresando que por acto jurídico oneroso adquiere, utilice o disfrute de bienes de cualquier naturaleza. Con esta primera parte, ya se comienza a pensar entonces, que la ley guatemalteca protege dentro de este abrigo a los comerciantes también.

Se deduce que una persona, jurídica por ejemplo, que compre artículos para incluirlos dentro de su proceso de producción, perfectamente encaja en esta definición, pues adquiere algo por medio de un acto oneroso y está utilizando lo que compra.

Si se analiza con detalle donde se anota que adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza, estos tres elementos no son excluyentes entre sí. Sino más bien son opcionales, a tal punto que si cumpla con alguno de los tres, ya soy considerado consumidor.

No precisa ser una persona física o jurídica únicamente, pues en cualesquiera de las dos figuras, aplica para esta normativa. Por lo que perfectamente, una persona física que se dedique al comercio, puede considerarse un consumidor, ya que está adquiriendo bienes o servicios.

Por otro lado, tenemos en la definición donde indica, que esta persona física o jurídica puede ser pública o privada. Y es donde entra la duda en cuanto a qué se refieren con persona pública. Pues ¿será acaso que los poderes del Estado o entidades gubernamentales también son considerados consumidores.? O es que en materia de consumidores una figura pública tiene un trato diferente a una privada,

Este punto de la definición no es claro y se presta para muchas hipótesis. De las cuales la que más fuerte se presenta, es si las entidades del gobierno, también pueden ser consumidores. Por ejemplo, el Ministerio de Transportes, necesita de la compra de suministros de oficina, y si tiene alguna irregularidad con ellos, puede acudir a reclamar sus derechos como consumidores ante la DIACO.

Esta definición también incluye a las personas extranjeras. A éstas les otorga así un derecho adicional a la hora de ingresar en suelo guatemalteco. Pero este apartado se puede hacer mucho más amplio y a la larga, difícil de controlar. Pues si tenemos a un extranjero, que viene a comprar materia prima para su negocio en su país de origen, y tiene problemas con ella, puede perfectamente reclamarlo por la vía del consumidor, pues la ley le otorga esta facultad.

Por último, la parte final de la definición, la cual da tres posibles situaciones en donde una persona puede ser considerada consumidor. Primero indica, que adquiera, independientemente bajo qué fin lo consiga, solo lo regula a que sea un acto jurídico oneroso. Por lo que un comerciante que adquiera un bien o servicio cualquiera, puede pasar como consumidor.

La otra situación, es utilice o disfrute, igualmente no lo condiciona, nada más a que sea un acto jurídico oneroso también. De la misma manera, es un criterio muy amplio, y se puede repetir el mismo ejemplo que el anterior.

Así las cosas, el concepto de consumidor final de Guatemala, no establece una órbita específica de alcance, ni tampoco delimita la misma. De esta forma se genera posible confusiones a los consumidores y hasta a los mismos legisladores.

6.5. Costa Rica

6.5.1. Alcance legal del concepto "consumidor"

Si bien es cierto, algunas de las doctrinas redactadas, que se refieren al concepto de consumidor como tal, pueden ser muy útiles para el presente artículo científico, definitivamente quien determina los alcances del concepto y el margen de la tutela que la administración debe de brindarle es la ley de cada ordenamiento jurídico.

En el caso de Costa Rica, aunque la Constitución Política en su artículo 46 hace referencia al término, no se indican ahí las características que se requieren para que una persona sea catalogada como consumidor. No es sino, en el artículo segundo de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, N.º7472 (1994) donde se le define de la siguiente forma:

Artículo 2.- Definiciones:

Las expresiones o las palabras, empleadas en esta Ley tienen el sentido y los alcances que, para cada caso, se mencionan en este artículo:

(...) **Consumidor:** Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello. También se considera consumidor al pequeño industrial o al artesano –en los términos definidos en el Reglamento de esta Ley– que adquiera productos

terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.

De acuerdo a con definición, se puede apreciar, que la misma admite la posibilidad de incluir dentro de la órbita de consumidor a las personas físicas y a las jurídicas, dando por entendido que para los legisladores costarricenses, es improcedente la discusión, sobre si una persona jurídica puede o no ser consumidor.

También se cataloga como consumidor a la persona que recibe información o propuestas para el consumo. Con ello se protege al consumidor, incluso, en la fase precontractual

6.5.2. Destinatarios finales o consumidores finales.

Con respecto a este tema, pueden sobresalir algunas inquietudes, como qué es al final de cuentas un destinatario final. Resulta perfectamente valido pensar, que un comerciante que compra el papel para su impresora, es el destinatario final del papel, pues el mismo se agota con su consumo. Con esto se vuelve a la discusión de si un comerciante es o no consumidor final.

Sin embargo, Farina (1995) nos indica que en el derecho comparado, es muy usual encontrarse con el término de “destinatario final”. Este tiene la característica de ser aquella persona que adquiere bienes o servicios que son adquiridos para quedarse dentro de su ámbito personal, familiar o doméstico, y que de ninguna forma vuelvan al mercado, o sea, que no son adquiridos con el fin de ser renegociados. Esto claro nuevamente, que los comerciantes no pueden ser considerados consumidores finales o destinatarios finales; que para Farina (1995) ambos conceptos son lo mismo.

En un sentido similar, Acosta (1995) ha afirmado que consumidor, es todo sujeto que adquiera bienes o servicios, en condiciones de destinatario final, y que no lo será el que adquiera estos bienes o servicios con el fin de comercializarlos en cualquier medio. Cabe mencionar que el consumo final al que hace referencia, impide que el bien sea reinsertado directa o indirectamente al mercado o a un proceso de producción, distribución, o comercialización de bienes. Aunque el bien agote su vida útil dentro de un proceso de ese tipo, pues el mismo fue reinsertado indirectamente al mercado.

Stiglitz y otros (1993) es muy claro al enfatizar diciendo que,

Consumidor es la persona individual o jurídica ubicada al concluir el circuito económico, ya que pone fin a la vida económica del bien o servicio (...) el consumidor que requiere protección, es aquel que carece de intenciones que apunten a que el bien o servicio continúe en su vida económica en actividades de fabricación, producción, distribución o prestación, de manera que quedan excluidos del concepto, el consumidor industrial o revendedor,

ya que se hayan en el mercado en un nivel similar o próximo al del fabricante y compiten entre sí. (pág., 60)

6.5.3. Personas jurídicas como consumidores finales

Es difícil pensar que una persona jurídica sea consumidor. Pues si bien es cierto, tienen derechos y obligaciones parecidas a las personas físicas, y son reconocidas por el derecho, una persona jurídica no compra o adquiere para sí misma productos o servicios. O sea, ella no va a ser como tal el destinatario final, pues siempre detrás de una persona jurídica, hay una persona física, que es el representante legal de esta figura jurídica creada por el derecho, siendo esta el destinatario final.

Sin embargo, algunos escritores de la doctrina no piensan así, tal es el caso de Stiglitz y otros (1994) que considera consumidor solamente a la persona individual que está ubicada en la parte final de la cadena, justo donde el servicio o el bien se agotan. Este agotamiento debe ser por el uso o consumo del bien o servicio, no por su comercialización, o sea, debe ser el destinatario final.

Si bien es cierto, lo que se ha analizado indica de forma fehaciente, que no se puede catalogar como consumidor final al comerciante - y por comerciante debemos entender aquel que nos indica el código de comercio (1964) en su artículo 5-, la ley costarricense establece una excepción a la regla, pues le otorga esta facultad de consumidor a los pequeños industriales o artesanos. Estos puedan adquirir perfectamente productos terminados o insumos, para reinsertarlos en sus procesos de producción.

Reglamento Ley Promoción Competencia y Defensa Efectiva Consumidor, 25234-MEIC (1996), en su artículo 2 delimita la órbita de alcance de estos comerciantes, indicando así las características que estos deben cumplir para ser considerados como consumidores. El mencionado artículo se lee a continuación:

Artículo 2 Definiciones

Además de las definiciones previstas en la Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor, para los efectos de este Reglamento se entenderá por:

Artesano: la persona física o entidad de hecho o de derecho que adquiera productos terminados o insumos para producir, transformar o reparar bienes, mediante un proceso en el que la mano de obra resulta el factor predominante, dando por resultado un producto individualizado, en que quede impreso el sello personal y que no corresponda a la producción industrial mecanizada y en serie. El artesano se considerará como “consumidor” para los efectos de la Ley y el Reglamento.

Con esta definición del reglamento queda clara la diferencia entre uno y otro. Que el que produce en nivel industrial, en serie o mecanizado, no es considerado un

consumidor, mas sí lo es aquel que produzca él mismo sus productos. Como bien lo indica la definición, la mano de obra por parte del artesano o pequeño industrial debe existir, y es el fundamento principal que utiliza el reglamento para diferenciarlo de los demás. Esta distinción es importante establecerla, pues las interpretaciones a las leyes, pueden irse más allá de lo que el legislador quiso expresar, y esto puede provocar que la misma sea aplicada de forma incorrecta.

Sin embargo, siempre puede quedar la inquietud para aquellos que son grandes comerciantes, sobre las ventajas que a los pequeños comerciantes les dan sobre ellos. Pues es notable, que la ley es proteccionista, pero lo es para el consumidor final como tal, ya que se considera la parte débil de la cadena de negociación comercial. Sin embargo, pareciera que la ley se contradice ella sola, pues si aplicamos el concepto de comerciante del código de comercio, el pequeño artesano es un comerciante, y por ende es una de las partes fuertes en la cadena de negociación, y no puede ser considerado como tal.

6.5.4. Requisitos de admisibilidad

Con respecto a los elementos básicos que son tomados en cuenta, como requisitos de admisibilidad de las denuncias ante la Unidad Técnica de Apoyo al Consumidor, está el de legitimación activa. Así lo regula el Reglamento Ley Promoción Competencia y Defensa Efectiva Consumidor, 25234-MEIC (1996), en su artículo 34, donde este es uno de los primeros elementos de admisibilidad que solicita a la Unidad que analice el informe preliminar. De esta forma, se puede concluir, la importancia que tiene para este proceso la legitimación de quién la establece la denuncia y que además, es un requisito de admisibilidad inmediata, y esto nos deja claro que la definición de consumidor final o la legitimación como tal debe de estar bien clara y precisa en esta ley.

Se podría afirmar entonces, que las entidades que regulan estos requisitos, son las responsables, junto con el amparo de la ley, en determinar quién tiene y quién no la legitimación activa para interponer una denuncia, sobre derechos del consumidor. Y de forma obvia asumir, que estas entidades están en una misma sintonía con respecto a este criterio.

Sin embargo, la realidad es otra. Pues entre la Unidad Técnica y la Comisión Nacional del Consumidor, existen diferencias de criterios. Diferencias, que al final afectan a los consumidores.

Esta divergencia de criterios se puede observar en el voto de la Comisión Nacional del Consumidor 058 (2004), cuando la Unidad Técnica rechaza una denuncia por falta de legitimación activa, y la Comisión Nacional del Consumidor, indica que la persona sí estaba dentro del criterio de consumidor final, que otorga la ley.

Dicho voto, trata de un señor que compra una sierra de mesa a la empresa comercial Agroservicio El Colono S.A. El fin de la compra de la sierra es que el señor hace manualidades para vender, pues sufre de una discapacidad que no le

ha permitido ingresar dentro del sector laboral. En la empresa el Colono, cuando él adquiere la sierra, no le dan la garantía correspondiente al año, la cual podría pensarse que dicho artefacto posee.

Al mes de estarla utilizando, una de las piezas de la sierra se quiebra. El señor acude a la tienda donde la adquirió para reclamar su garantía, pues está dentro del límite mínimo de garantía otorgado por ley, que son 30 días naturales desde que se adquiere el bien. Sin embargo, en dicha empresa, le indican que no pueden cubrirle la garantía, ellos tienen la pieza, pero le indican que él debe comprarla por aparte y pagar la reparación.

El señor no tiene dinero para poder pagar por la pieza, pues sacó un préstamo en una cooperativa para poder comprar la sierra, y necesita del trabajo de ésta para poder así hacer y vender sus manualidades, y pagar las mensualidades del préstamo. Sin embargo, el Colono no le atiende razones y no le repara la sierra al menos que él pague por el repuesto y la reparación.

Es por lo que, el señor interpone una denuncia ante la Unidad Técnica de Apoyo al Consumidor, pero esta es rechazada de antemano por dos situaciones: una por caducidad de la acción y la otra por falta de legitimación activa. Esta última la fundamentan, en que la compra de la sierra es para el giro comercial del señor, por lo tanto es considerado un comerciante, no un consumidor.

La denuncia es elevada ante La Comisión Nacional del Consumidor, la cual reitera la caducidad de la acción, pues ya habían pasado dos meses desde que el señor sabía que sus derechos estaban siendo menoscabados por El Colono.

Sin embargo, no reitera la falta de legitimación activa. Esto debido a que el señor, es considerado un artesano o pequeño industrial, por lo cual es considerado consumidor, de acuerdo con el artículo 2 de la ley 7472. Este artículo remite al reglamento de la ley, para definir que es pequeño artesano o industrial, el cual fue analizado anteriormente.

De acuerdo con este voto, se puede analizar que inclusive entre la Unidad Técnica y la Comisión existen contradicciones. Esto es importante señalarlo, ya que se indica que el proceso para los consumidores es más abreviado y expedito, por el efecto de que son la parte débil del negocio comercial. Este tipo de criterios básicos, que son fundamentales para darle admisión a una denuncia, deben de estar bien claros ante ambos organismos, pues al final ellos son los especialistas de la materia.

Así las cosas, esta discrepancia de criterio, lo que provoca al final, es falta de protección al consumidor, pues dichos procesos tardan meses o años en terminar, y en un caso como este, el señor queda en una posición de desventaja, pues no tiene como reparar su sierra, y mientras estas dos entidades definían su legitimación activa, su problema no es resuelto.

7. Elementos de comparación entre las legislaciones

Es interesante observar cómo entre legislaciones latinoamericanas existen diferencias en elementos básicos de la ley, como lo es la definición de consumidor final. Es importante también observar las similitudes, pues esto refleja que todas mantienen una misma base.

7.1. Diferencias

- ✚ El concepto de consumidor final de El Salvador indica que los tipos de personas que pueden serlo son las naturales o jurídicas, en cambio en Guatemala, se indica que aparte de las naturales o jurídicas, lo pueden ser también las personas públicas o extranjeras.
- ✚ Las leyes de defensa de los consumidores de El Salvador, Guatemala, Perú y Colombia, admiten cobrar daños y perjuicios en un trámite de defensa de los consumidores, a diferencia de la costarricense que no lo admite, y en caso de que se quieran pedir, deben ser solicitados por la vía judicial en un proceso sumario.
- ✚ La ley de El Salvador indica que la persona natural o jurídica, que adquiere un bien o servicio, es consumidor final, pues no le da importancia al tipo de adquisición, sino que lo que valora, es que esa adquisición haya sido por medio de una transacción comercial. Sin embargo, la ley de Perú sí establece que dicha adquisición tiene que ser bajo el supuesto de destinatario final del bien.
- ✚ La ley costarricense, a pesar de que iniciando establece que consumidor final es quien adquiere como destinatario final, hace la excepción con los pequeños artesanos o industriales, otorgándoles la facultad de ser considerados consumidores para el alcance de la ley. Sin embargo, ninguna de las otras leyes estudiadas (Perú, Colombia, El Salvador y Guatemala), establecen dicha excepción.
- ✚ La ley Colombiana a diferencia de la costarricense y la peruana, no establece que el consumo que haga la persona natural o jurídica sea como destinatario final.
- ✚ La ley costarricense establece la opción de que la figura jurídica sea de hecho, no delimita a que sean únicamente aquellas personas jurídicas legalmente constituidas. En cambio, las demás legislaciones estudiadas, solo hablan de personas jurídicas, dando así a entender que deben estar inscritas como tales.

- ✚ La ley costarricense también protege al consumidor desde la etapa pre contractual, pues reconoce como consumidor final aquella persona que reciba información, a diferencia de las demás leyes vistas, que no reconocen esta figura como consumidor final.

7.2. Similitudes

- ✚ Todas las legislaciones estudiadas aceptan como consumidor final a las personas naturales y a las jurídicas, siempre y cuando ellas cumplan con los requisitos establecidos en cada una de las leyes.
- ✚ El concepto de consumidor final de Guatemala establece como requisito importante, que el que adquiera lo haga por medio de un acto oneroso, y la de El Salvador también le da importancia a que la adquisición sea por medio de un acto comercial.
- ✚ La ley costarricense indica que la persona que adquiere lo debe de hacer bajo el entendimiento de destinatario final del bien o servicio, al igual que como lo indica la ley de Perú.
- ✚ En cada uno de los países estudiados existe una comisión encargada de velar por el cumplimiento de ley, y es la que está autorizada para el procesamiento de las denuncias.
- ✚ Las leyes de Perú, Guatemala, El Salvador y Costa Rica, son relativamente nuevas en cuanto a su emisión. Las mismas se encuentran entre los años 90's y 2000.
- ✚ Todas las legislaciones analizadas, tienen el objetivo de proteger al consumidor ante el comerciante, bajo la figura de que el primero es una parte débil que se encontraba en un estado de indefensión frente al comerciante.

Tabla 1

Resumen de diferencias y Similitudes entre las leyes de El Salvador, Guatemala, Colombia, Perú y Costa Rica.

Características	El Salvador	Guatemala	Perú	Colombia	Costa Rica
Persona jurídica	X	X	X	X	X
Destinatario Final			X		X
Compra onerosa	X	X			
Daños y perjuicios	X	X	X	X	
Comerciante					X
Solo información					X
Elementos únicos	No importa la naturaleza de la compra	Puede ser la persona pública y/o extranjera		La compra es para la satisfacción de necesidades	La persona jurídica puede ser de hecho

Fuente: propia autoría

De acuerdo al gráfico anterior, se puede extraer aquellos elementos que la doctrina con el paso de los años ha indicado que son los más importantes de considerar en una definición de consumidor final.

Si bien se puede notar, todas las legislaciones comparadas consideran a la persona jurídica -dentro de límites establecidos-, como un posible consumidor final. De acuerdo a Pascual (2002), una persona jurídica no puede ser un consumidor final. Esto debido a varios factores; uno de ellos es que la característica predominante de un consumidor es que este adquiere el bien o servicio para uso propio, es decir, para satisfacer una necesidad personal. Bajo este primer factor, es difícil pensar que una persona jurídica pueda adquirir un bien o servicio para consumo propio, pues no existe una “persona” o “algo” que logre consumir ese bien.

Otro factor, es que no se puede catalogar como consumidor, a aquella persona que adquiere un bien o servicio, para el giro comercial de su empresa o actividad. Una persona jurídica, tiene la naturaleza de ser una figura creada por el derecho, para administrar bajo su nombre empresas o actividades de carácter comercial principalmente. Por lo que, es muy difícil de aceptar, que aquello que es adquirido por una persona jurídica no corresponda al giro comercial de ella misma.

Un tercer factor, sobre considerar a una persona jurídica consumidor final, es que de acuerdo a Mosset y otros (1993), consumo final es sinónimo de destinatario final. Por lo que se debe entender, que la persona que adquiere un bien o servicio bajo el concepto de destinatario final, debe provocar que el consumo natural de ese bien logre que el mismo se quede dentro de la esfera personal, familiar o doméstica. Una persona jurídica, por ser una figura creada por el derecho, carece de estas tres características, haciendo así, que sea imposible que el consumo de lo adquirido por ella, se quede en este ámbito.

Así las cosas, se puede concluir, que esta percepción de incluir a la persona jurídica dentro de la órbita de los consumidores, es errónea y carece de fundamento. Ya que, lo que se desea con la protección al consumidor es, dotar de derechos a aquellos que son más débiles, para igualar las relaciones de consumo, y la persona jurídica goza de facultades muy diferentes a las de una persona física, por lo que no pueden ser tratados como iguales.

Otro de los aspectos que llama la atención de las leyes comparadas es que sólo la costarricense y la peruana, incluyen el término de destinatario final dentro de su concepto de consumidor. Las otras dejan sin cuidado el introducir este elemento en sus definiciones. Como bien se ha visto, desde los inicios de los tiempos, el concepto de consumidor comenzó a ser evolucionado, con el fin de poder encontrar ese equilibrio necesario para que la ley no fuera sobre protectorista. Uno de los elementos que se consideró de gran importancia, es el definir que la adquisición de ese bien o servicio, sea para consumo propio, y no para ser reinsertado al mercado comercial. Ya que en este supuesto, no se estaría en una relación de desigualdad, sino en una relación entre iguales.

Por lo tanto, es una falta muy grave omitir un elemento tan importante, por no decir esencial, en una definición de consumidor. Ya que el no incluirlo, puede producir consecuencias como recibir una serie de denuncias, que deben ser rechazadas por falta de legitimación activa, ya que las personas que están interponiendo dichas denuncias, son al final comerciantes.

Un elemento que es importante observar, es que en todas las legislaciones, excepto en la costarricense, se admite el cobro de daños y perjuicios en la vía del consumidor. De acuerdo a Salas (1997), uno de los derechos que se querían tutelar en los consumidores era el resarcimiento de daños. Esto porque nunca se les reconocía una indemnización cuando sufrían una pérdida con la compra de un bien que estaba defectuoso o dañado. Es entonces, que surge la interrogante, sobre porqué el legislador costarricense no incluyó dentro de la competencia de la Comisión Nacional del Consumidor, la potestad de poder otorgar daños y perjuicios, y hacer que éste tenga que acudir a la vía sumaria para poderlos reclamar.

Lo que se puede concluir, es que, el legislador no consideró la doctrina como una fuente en la cual basarse para crear la ley. O que simplemente consideró que la tutela que se le debía dar a los derechos de los consumidores, era únicamente

velar porque los comercios no violentaran los derechos fundamentales de los consumidores, sin creer necesario, que el resarcimiento de daños y perjuicios, fuera un elemento de tutela fundamental. Sin embargo, en criterio propio, el hecho de que el consumidor costarricense no tenga acceso al cobro de daños y perjuicios en la misma en la vía de la Comisión Nacional del Consumidor, es una forma indirecta de disminuir el alcance de los derechos de los consumidores.

En la ley costarricense existen dos elementos que son únicos en comparación con las demás legislaciones. Uno de ellos es que esta admite o tutela el derecho del consumidor desde la etapa pre contractual, ya que reconoce que es consumidor también el que recibe información. Si bien es cierto, el derecho a la información históricamente ha tenido una evolución interesante, es muy subjetivo indicar que una persona que recibe información únicamente, es consumidor y le competen todos los derechos tutelados en la ley. Es de considerar este punto, como un talón de Aquiles que tiene la ley costarricense de protección al consumidor, pues está ampliando su órbita a elementos muy superficiales, que pueden malinterpretarse o ser mal utilizados por los ciudadanos, ya sea por duda o por mala fe.

El otro de los aspectos únicos de la ley de Costa Rica, es que ésta, a pesar de indicar que el consumidor debe ser destinatario final, y no debe ser aquel que compre para el giro comercial de su negocio; hace una excepción, y absorbe dentro de alcance a los pequeños industriales y artesanos. Si bien es cierto, al analizarlo desde la perspectiva de una situación de desigualdad en el negocio jurídico, es posible pensar que el pequeño artesano se encuentra en una situación de desventaja, la ley debe ser consistente con lo que permite o no. Ya que se puede pensar entonces, que la ley debería de incluir algún elemento adicional de protección al campesino, pues este a pesar de ser persona física, no tiene la misma capacidad que una gerente de un banco, y por lo tanto, bajo el fundamento de una relación de desigualdad, el campesino se le deben otorgar más derechos, que al gerente del banco.

Bajo un análisis crítico, la ley costarricense no debió establecer dicha excepción. Ya que, lo que provoca en primer lugar son diferencias de criterios entre la Unidad Técnica de Apoyo al Consumidor y la Comisión Nacional del Consumidor; en segundo lugar un reclamo por parte de los medianos empresarios que consideran que ellos también están en una situación de desigualdad con los grandes empresarios, y tercero una confusión al ciudadano, que se ve reflejada en los rechazos de las denuncias por falta de legitimación activa.

Así las cosas, se puede concluir, que a las legislaciones comparadas, les hace falta una reforma a la definición que contemplan en sus leyes sobre consumidor final. En dicha reforma deben de considerar primero que se cumpla con la función de destinatario final, que el o servicio quede dentro del ámbito personal, familiar o doméstico del adquirente. Segundo, que se le otorgue el beneficio al consumidor de poder acceder al cobro de daños y perjuicios en la misma vía que reclama sus derechos. Tercero, y muy importante, que la persona física no puede ser

considerada consumidor final, pues no cumple con el primer requisito antes señalado, y por último, que la ley la definición sea consecuente con sus órbitas de alcance y no haga excepciones proteccionistas, ya que al final, lo que provoca es confusión.

8. Conclusiones

- ✚ El nacimiento de los derechos de consumidores, se remonta al año 1962 cuando el presidente de Estados Unidos, John F. Kennedy en un discurso indicó que consumidores somos todos. Este ha sido la base de la historia para que diferentes países adoptaran como parte de sus cuerpos legales, los derechos de los consumidores.
- ✚ Antes de el discurso del presidente de Estados Unidos, John F. Kennedy, los consumidores no les reconocía los derechos como tales en una legislación especial, sino que era incorporados de forma vaga en los códigos civiles y mercantiles.
- ✚ Existía un claro abuso por parte de los comerciantes a los consumidores. Estos se basaban en publicidad masiva que hacia que las personas compraran de forma desproporcionada, además dicha publicidad era engañosa en mucho de los casos.
- ✚ Los primeros países en reconocer los derechos de los consumidores fueron los industrializados, como por ejemplo Estados Unidos y los de Europa. Sin embargo, los países denominados en vías de desarrollo especialmente los de Latinoamérica, están adoptando la ideología de protección al consumidor.
- ✚ Una vez establecido los derechos de los consumidores como tal, surge un auge sobre a quien se debía considerar consumidor. Pues para el derecho estaba muy claro que su fin era proteger la parte más débil de la cadena comercial.
- ✚ Se comienzan a expandir corrientes sobre diferentes nociones del consumidor. Entre las cuales se encuentran la objetiva, subjetiva, concreta, abstracta, material y jurídica. Englobando estas al consumidor en todas las perspectivas posibles.
- ✚ Nace la figura del destinatario final, el cual es la persona que usa, utiliza o disfruta del bien o servicio. Esta persona puede ser o no la adquirente del bien. El punto importante, es que ese uso, goce o disfrute, provoque de forma natural que el bien o servicio quede en el ámbito personal, familiar o doméstico.

- ✚ Bajo la figura del destinatario final, surgen teorías sobre si las personas jurídicas pueden ser o no consumidores finales. Existen tesis encontradas, en las cuales se destaca, que consideran que si la persona jurídica es una pequeña o mediana empresa y está frente a una empresa de mayor tamaño, cumple con el requisito de ser una parte débil en la negociación. Está la otra tesis, la cual indica que una persona jurídica nunca cumpliría con el requisito de consumir el bien o servicio y dejarlo así de forma natural dentro de su ámbito personal, familiar o doméstico, por cuanto esto no existe para la persona jurídica.
- ✚ El consumidor en sus inicios era utilizado únicamente como referencia para las personas de escasos recursos que adquirirían solamente aquello que les era estrictamente necesario. Dando esto cabida históricamente a hablar de un concepto de consumidor restringido.
- ✚ Dentro del término de consumidor evolucionado, se manejan dos corrientes. La primera se trata de las que adquieren sólo para si mismos o para terceros, llamándose doctrina restringida. La segunda, es la amplia que es la acepta a los comerciantes dentro de ella.
- ✚ Existe una marcada diferencia entre comprador y consumidor. El primero es el que adquiere de algún vendedor un bien o servicio, y puede exigir sus derechos por medio del contrato de compra venta. En cambio el consumidor es el que adquiere con el fin de ingerir o consumir lo que compra.
- ✚ El fin de las leyes de defensa de los derechos de los consumidores es proteger la parte más débil de una relación comercial. Lo anterior, con el objetivo de buscar un equilibrio entre las partes, por lo que estas leyes no pretenden proteger a todas las personas que consumen, sino solamente a aquellas que se encuentren en una situación real de desigualdad.
- ✚ La definición de consumidor final de El Salvador tiene la particularidad de que no le da importancia al tipo de adquisición, lo único que establece como requisito es que la misma sea por medio de una transacción comercial.
- ✚ Dicho concepto, al incluir a las personas jurídicas, lo que provoca es que no hay una delimitación de la adquisición, produciendo esto la posibilidad de que los comerciantes, entren en dicha órbita.
- ✚ La problemática se extiende aún más, pues existe una carencia en las normas civiles y comerciales, que regula las prácticas de competencia desleal, provocando así que los comerciantes utilicen la vía de la defensa de los consumidores para arreglar sus diferencias.
- ✚ En sus inicios, Perú no le daba la importancia legal requerida a los consumidores, dejándolos bajo una doctrina restringida; ésta se refería a

aquellos que solamente adquirirían para sus necesidades básicas. Sin embargo, con el paso de los años, notaron la importancia del mismo, pues es el consumidor el que le da vida a las relaciones comerciales; y de su necesidad de consumo nace la cadena de comercialización.

- ✚ El concepto de consumidor de la ley peruana, a pesar de ser muy corto, cumple con los requisitos básicos de indicar el tipo de persona que adquiere y que la misma debe actuar como destinatario final.
- ✚ En Colombia el decreto que protege los derechos de los consumidores, fue decretado en 1982, siendo este el más antiguo de las legislaciones comparadas. En su concepto de consumidor final, establece que lo es aquel que adquiere con el fin de satisfacer una o más necesidades. Este requisito, de acuerdo con la antigüedad del nacimiento de la ley, concuerda con la teoría restringida que existía anteriormente sobre los consumidores.
- ✚ La historia del nacimiento de las entidades que regulan las relaciones comerciales en Guatemala, fue un poco atropellada, pues entidades que se creaban eran en poco tiempo derogadas y suplantadas por otras, creando con esto una falta de estabilidad en cuanto a la regulación de las relaciones comerciales.
- ✚ La ley de defensa de los consumidores de Guatemala, tiene una particularidad que es muy llamativa, en cuanto a su definición de consumidor final, pues aparte de incluir como posibles personas a las naturales y jurídicas, lo establece también con las personas públicas y las extranjeras.
- ✚ El hecho de incluir a los extranjeros dentro de su alcance, deja el portillo abierto a personas, que incumplen el concepto de destinatario final, quienes pueden reclamar derechos que no les competen. Además de que dicha afirmación, tiene injerencias en normas de derecho internacional, que no son tomadas en cuenta en dicha ley.
- ✚ En Costa Rica, existe la ventaja de que la Carta Magna, contempla a los consumidores y les otorga derechos fundamentales, que son velados luego por una ley especial.
- ✚ El concepto de la ley costarricense posee tres elementos únicos que no fueron encontrados en las otras legislaciones comparadas, a saber: primero, reconoce a la persona jurídica de hecho como posible consumidor; dos, establece una excepción y le otorga la calidad de consumidor a los pequeños artesanos o industriales; y tres, contempla la situación pre contractual, pues le da crédito de consumidor a la persona que recibe información.

- ✚ El concepto de destinatario final o consumidor final son sinónimos, y el mismo es aquella persona que adquiere bienes o servicios, para quedarse dentro de su ámbito personal, familiar o doméstico y que de ninguna manera vuelven al mercado comercial.
- ✚ De acuerdo a la doctrina los países comparados mantienen una ideología en cierto modo encaminada a la primera. Sin embargo, es importante rescatar que todas las legislaciones consideran a la persona jurídica como consumidor, cuando hay una fuerte fundamentación para no hacerlo. Inclusive la costarricense contempla a las personas físicas de hecho. Es importante mencionar que los derechos estudiados a excepción del colombiano, son relativamente nuevos, y se tiende a pensar que por ser de poca promulgación, aspectos fundamentales como delimitar la órbita del destinatario final, deberían estar bien mencionados en cada uno de los cuerpos legales. Pues la doctrina es clara al señalar los puntos débiles del término consumidor en las primeras legislaciones que adoptaron estos derechos. Esto lo que refleja es una falta de profundización de los legisladores a la hora de considerar crear una ley, y muy probablemente un tema de ideología latina, la cual es “copiar” los cuerpos legales de otras naciones, no sin antes investigar si estas leyes han sido éxito o no en dicho país, y si ellas contemplan la historia como tal.

9. Recomendaciones

- ✚ Hacer estudios previos a la historia y evoluciones de los derechos de los consumidores en los países industrializados, ya que fueron los primeros en reconocer dichos derechos. Con el fin de minimizar o prácticamente desechar la curva de aprendizaje a la hora de crear nuevas leyes sobre la defensa de los consumidores.
- ✚ Debido a las diferencias notorias que existen sobre el concepto de consumidor final, en países de Centroamérica y Suramérica, es necesario que las legislaciones no sólo las comparadas, sino todas en nivel latinoamericano, centralicen las características fundamentales del consumidor final, con el fin de estandarizar esta figura y que sea clara para el ciudadano. Puede tomarse en cuenta mi recomendación en relación con el concepto, el cual es: *“se entenderá por consumidor final, a toda persona física que adquiera un bien o servicio para su uso final. Entiéndase por uso final, el consumo del bien o servicio hecho por la persona que lo adquirió, ya sea por haberlo comprado o recibido de otra persona, sin que se lo haya ofrecido con un fin comercial o de intermediación comercial. No será consumidor final, el que adquiera bienes o servicios para el giro normal y comercial de su negocio.”*

10. Bibliografía

Libros

- ✚ Acosta Estévez J.(1995). Tutela Procesal de los Consumidores, Barcelona, José M. Bosch Editor S.A.
- ✚ Amaya J. (2005). Derecho Procesal Constitucional. Procedimientos de Protección al Consumidor. Buenos Aires, Editorial Universidad.
- ✚ Barrantes J, y Rivero J. (1999). Derecho y Jurisprudencia en materia de competencia y defensa efectiva del consumidor. San José. Editorial Mundo Gráfico.
- ✚ Brenes R., Alpízar R. y López A. (2005). La contratación desde la perspectiva del consumidor. La compraventa de consumo. San José, Editorial Investigaciones Jurídicas, S.A.
- ✚ Busto J., Álvarez N. y Peña F. (2005). Reclamaciones de Consumo. Derecho de Consumo desde la perspectiva del consumidor. Navarra, Editorial Arazandi, S.A.
- ✚ Consejo de Educación de Adultos de América Latina (1995). Educación del Consumidor Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. Chile.
- ✚ CONAMAJ. (1999). Defensa Efectiva de los derechos del Consumidor. San José, Editorial Trazos.
- ✚ Datascan S.A., Guatemala C.A. (2000) Diccionario de ciencias jurídicas políticas y sociales. Guatemala. 1 Edición Electrónica.
- ✚ Farina J. (1995). Defensa del Consumidor y del Usuario, Buenos Aires, Editorial Astrea.
- ✚ Jiménez R. (2000). Contratación Contemporánea: teoría general y principios. La oferta al público en el Código Civil y en la Ley de Protección al Consumidor. Bogotá, Editorial Temis.
- ✚ Lovece G. y García A. (2005). Derechos del Consumidor. Buenos Aires, Editorial La Ley.
- ✚ Miranda L., Vela P. y Pries A. (2006). La contratación mercantil. Disposiciones Generales. Protección de los Consumidores. Madrid, Editorial Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A.

- ✚ Mosset J. y Lorenzetti R. (1993). Defensa del Consumidor. Santa Fe, Editorial Rubinzal Culzoni.
- ✚ Reyes M., Abellán L., Clemente M, Pascual J., Fontana A., Martorell P., Palao G., Plaza J., Prats L., Reyes A., Tamayo J. y De Verda J. (2002). Valencia, Editorial Tirant lo Blanch.
- ✚ Rivero J. (1997). ¿Quo Vadis Derecho del Consumidor?, Medellín, Biblioteca Jurídica Diké.
- ✚ Salas E. y Barrantes J. (1997). La cláusula de intereses en un contrato de tarjeta de crédito. San José, Editorial Mundo Gráfico.
- ✚ Stiglitz G. (2001). Derecho Privado: Libro de homenaje Alberto J. Bueres. Protección al Consumidor y acceso a la justicia. Buenos Aires, Editorial Hammurabi.
- ✚ Stiglitz G. y Stiglitz R. (1993). Comentarios a la Ley de Defensa del Consumidor, Buenos Aires, Editorial JURIS-ROSARIO.
- ✚ Stiglitz G. y Stiglitz R. (1994). Derechos y Defensa de los Consumidores, Buenos Aires, Ediciones La Rocca.

Revista

- ✚ Baudrit L. (1995). Comentarios a la nueva ley de protección al consumidor. Revista IVSTITIA, Volumen 9, Pág. 4-12.

Leyes

- ✚ Ley de la promoción y defensa efectiva del consumidor número 7472, 19 de enero de 1995.
- ✚ Ley de protección al consumidor, 22 de marzo de 1996. sv
- ✚ Ley de protección al consumidor decreto legislativo 716, 11 de diciembre de 2000. Perú
- ✚ Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Brasil
- ✚ Decreto 3466 del 2 de diciembre de 1982. Colombia.

- ✚ Ley de Defensa de los consumidores, número 24.240, del 13 de octubre de 1993. Argentina.
- ✚ Ley defensa del consumidor N° 17.250, 25 de julio del 2000. Uruguay.
- ✚ Ley de protección al consumidor y usuario, decreto 006, 2003. Guatemala.

Resoluciones

- ✚ Comisión Nacional del Consumidor Voto 058-04, San José, Costa Rica a las trece horas con treinta minutos del nueve de febrero de 2004.
- ✚ Comisión Nacional del Consumidor Voto 001-05, San José, Costa Rica a las doce horas con veinticinco minutos del cinco de enero de 2005.
- ✚ Corte Constitucional de la República de Colombia, sentencia C 1141 del año 2000
- ✚ Pronunciamiento de la Procuraduría C-196-99 San José, Costa Rica ,5 de octubre de 1999. Licenciado Luis Montero Mora Presidente a.i Comisión Nacional del Consumidor
- ✚ Pronunciamiento de la Superintendencia de Industria Comercio y Turismo de la República de Colombia. Concepto 01085864 del 22 de noviembre de 2001 Radicación 01085864-Trámite113-Actuación 440-Folios 004.
- ✚ Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, resolución n.º 1441-92 de las 13:45 horas del 2 de junio de 1992

Internet

- ✚ Comisión Nacional del Consumidor, (2006), cómo denunciar, criterios de admisibilidad. Recuperado el 26 de mayo de 2008 de: <http://www.consumo.go.cr/denuncia/CriteriosAdmisibilidad.pdf>
- ✚ Dirección de Apoyo al Consumidor (1997). ¿Quiénes somos?. Recuperado el 30 de mayo de 2008 de: <http://www.diaco.gob.gt/informacion.php>.
- ✚ González Vaqué Luis (2005). La Noción del Consumidor en el Derecho Comunitario de Consumo. Consejero, Dirección General de Mercado Interior y Servicios, Comisión Europea, Bruselas. Recuperado el 31 de mayo de 2008 de: <http://sarmientolaluna.googlepages.com/decmesco.pdf>

- ✚ Labañino Barrera Maidolis. Msc. (2005) El Consumidor. Consideraciones teórico-doctrinales en torno a su concepto. Recuperado el 31 de mayo de 2008 de: <http://www.monografias.com/trabajos17/concepto-consumidor/concepto-consumidor.shtml>

- ✚ Ministerio de Economía Industria y Comercio, Dirección de Gestión de Información, Base de Datos. Recuperado el 08 de junio de 2008 de: <http://informacion.meic.go.cr/>.

- ✚ Montoya Alberti Hernando (2002), El Estatuto del Consumidor, estudio Torres y Torres Lara & Asociados- Abogados. Recuperado el 31 mayo de 2008 de: <http://www.asesor.com.pe/teleley/r2iii.htm>

- ✚ Ovalle Favela José (1995). Derechos del Consumidor. Universidad Autónoma de México. Recuperado el 31 de mayo de 2008. <http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=56>

- ✚ Ovalle Favela José (2005) Revista de Derecho Privado, Nueva Época año IV, número 12. Derechos del Consumidor. Universidad Autónoma de México. Recuperado el 31 de mayo de 2008. <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derpriv/cont/12/dtr/dtr4.pdf>

- ✚ Superintendencia nacional de administración tributaria (1997-2007), Legislación, normas tributaria. Recuperado el 26 de mayo de 2008 de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/guiaTributaria/data/2.6/contenido07.htm>

- ✚ UNCTAD (2003) Informe sobre las necesidades y prioridades en el Área de Protección del Consumidor de El Salvador. Recuperado el 31 de mayo de 2008 de: <http://www.unctadxi.org/Sections/DITC/COMPAL/docs/Informes%20de%20Consumidor/Informe%20El%20Salvador%20PROTECCION%20CONSUMIDOR.pdf>