

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPIOS DE CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Del Principio Pro Consumidor

El numeral 2 del Artículo V del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en lo sucesivo el Código, consagra el Pro Consumidor, según el cual:

2. Principio Pro Consumidor.- En cualquier campo de su actuación, el Estado ejerce una acción tuitiva a favor de los consumidores. En proyección de este principio en caso de duda insalvable en el sentido de las normas o cuando exista duda en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido más favorable al consumidor.

Conclusiones de nuestro anterior artículo sobre el análisis del Principio de Soberanía del Consumidor

Antes de entrar a analizar el principio materia de este artículo, es importante recordar las conclusiones arribadas en el artículo anterior de Canalle Abogados, sobre el Principio de Soberanía del Consumidor:

- *Para entender el Principio de Soberanía del Consumidor es necesario comprender que la política estatal sobre la materia siempre será el fomento de la libre autonomía privada de los consumidores. No es posible desligar una de la otra.*
- *Es imposible la aplicación de políticas de protección al consumidor ni de la consagración de la libre autonomía de los consumidores, fuera de la economía de mercado.*
- *El principio de soberanía del consumidor es lírica y letra muerta sino se traduce en la real mejora de las condiciones de los productos y servicios ofrecidos en el mercado.*

A continuación procedemos al análisis del Principio Pro Consumidor:

De la acción tuitiva estatal a favor del consumidor

Este es el corazón de la normativa de protección al consumidor, pues en este principio a la política pública no le basta declarar o consagrar los derechos de los consumidores, ni resaltar su soberanía y la autonomía de la voluntad, como el caso del principio

anterior, sino que el Estado hace una declaración que se le otorga exclusivamente a pocos grupos de la sociedad, al señalar de manera expresa que *ejerce una acción tuitiva a favor de los consumidores*.

Las acciones tuitivas del Estado ordinariamente y de manera excepcional se aplican en el marco de los derechos sociales, por lo que se ejercen facultades tuitivas dirigidas a favorecer a aquellos grupos humanos con características diferenciadas con relación a otros por factores culturales, o que se encuentran en situación de desventaja por razones económico-sociales.

La acción tuitiva es una prerrogativa estatal extraordinaria y muy excepcional, siendo que en el caso del Perú se ha concedido en pocos ámbitos y grupos sociales tales como el derecho laboral, en el que existiendo una relación de trabajo, se entiende que el trabajador es la parte débil y que es necesario equilibrar la balanza, concediéndole una protección tuitiva del Estado frente a un empleador que podría abusar de su poder.

Otro ejemplo, es el de la tutela de los intereses y desarrollo del niño y del adolescente, cuya legislación consagra el deber protector de esos grupos vulnerables a cargo de las autoridades administrativas, gubernamentales, legislativas y judiciales del Estado, en el marco del denominado *Principio del interés superior del niño y del adolescente*.

La acción tuitiva estatal en favor del consumidor debe ser interpretada y entendida en tenor del artículo 65 de la Constitución de 1993, actual carta magna que rige y vincula a todo el ordenamiento jurídico peruano, de la mano con una interpretación sistemática de la ley 29571, el cual establece lo siguiente:

*“El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto **garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado.** Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población”*

Dicha información debe ser brindada con transparencia en todas las etapas de la relación jurídica de consumo que se va a llevar a cabo, hasta su perfeccionamiento. Esto involucra que la información sobre los servicios o productos debe ser congruente en el tiempo, tanto en la etapa de publicidad, en el momento de la entrega del bien o servicio al consumidor como en la etapa de post entrega.

En el caso de los consumidores finales, estos son tales en tanto existe una relación con el proveedor de bienes y servicios en el marco de relaciones contractuales en el

mercado. La duda que salta a la vista es ¿era necesario que el Estado ejerza una acción de índole tuitiva a favor de los consumidores?, ¿no bastaba con dotar a los consumidores de las acciones legales, administrativas y judiciales necesarias para defender sus derechos? ¿salvo distorsiones en el mercado, tales como competencia desleal, publicidad engañosa, asimetría informativa, entre otros, era necesario que el Estado declare que su acción es tuitiva respecto a los consumidores?

Dado que en el mercado se pueden configurar distorsiones ocasionadas por los proveedores de servicios y bienes en perjuicio de los consumidores, creemos que legislación debe orientarse a dotar a éstos de mecanismos para defender sus intereses, tales como en el caso actual donde existen órganos administrativos y resolutivos en el Indecopi que tramitan reclamos, quejas y denuncias en la materia, por lo que, no era necesario que se catalogue la acción del Estado como tuitiva en este caso.

Sobre los consumidores si bien existen casos de desventaja frente al proveedor, no son un grupo humano con características diferenciadas con relación a otros por factores culturales, o que se encuentran en situación de desventaja por razones económico-sociales. Al contrario, los consumidores actualmente cuentan con toda la información sobre los productos que adquieren habiéndose inclinado la balanza ineludiblemente a su favor en estos años, sumado al hecho que las redes sociales cumplen un rol fundamental en el respeto de los derechos de los consumidores.

De la duda insalvable y la interpretación a favor del consumidor

Dejando en claro que discrepamos que el Estado deba ejercer una acción tuitiva, consideramos acertado el extremo de este principio cuando se señala que *en caso de duda insalvable en el sentido de las normas o cuando exista duda en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido más favorable al consumidor.*

Para entender la dimensión de esta disposición debemos entender lo que es una duda insalvable, pues solo en este caso, en el marco de un procedimiento administrativo ante el Indecopi, es que la interpretación deba ser más favorable al consumidor en desmedro del interés del proveedor.

La duda insalvable se presenta cuando la norma jurídica aplicable no es clara y dada la circunstancia del caso analizado por algún órgano resolutorio del Indecopi, a éste no le es posible resolver sin duda o de manera clara, ante lo cual deberá interpretar finalmente el caso a favor del consumidor. La duda insalvable también se configura habiéndose usado los mecanismos de interpretación del derecho la duda todavía no queda disipada

y persiste, caso en el cual el órgano resolutorio deberá interpretar el caso a favor del consumidor.

La normativa peruana ha consagrado la interpretación favorable a una de las partes de la relación jurídica, en el marco del derecho penal, el derecho administrativo, el derecho laboral, sumándose la normativa de protección al consumidor.

Podemos esbozar tres supuestos de interpretación favorable al consumidor en caso de duda insalvable:

- A) Cuando el operador jurídico debe ejercer una función interpretativa en caso que las normas a aplicarse al caso concreto carezcan de una disposición normativa clara y precisa. Así, al generarse una duda insalvable para el operador jurídico, este deberá aplicar la interpretación más favorable al consumidor.
- B) Cuando aparece una duda insalvable acerca de los alcances de las cláusulas establecidas en un contrato de adhesión¹. El principio Pro Consumidor establece que, en caso de existir una duda sobre los alcances de las cláusulas que integran el contrato de adhesión objeto de pronunciamiento, se debe interpretar dichos alcances en sentido más favorable al consumidor en tanto existe un vacío u ambigüedad u oscuridad en el extremo señalado.
- C) Cuando aparece una duda insalvable acerca de los alcances de las cláusulas generales de contratación². De manera similar al caso anterior, el principio Pro consumidor establece que, en caso de la existencia de duda en alguno de los extremos de dichas cláusulas, se debe realizar una interpretación por parte del operador jurídico en sentido más favorable al consumidor.

La aplicación de una interpretación más favorable al consumidor por parte del operador jurídico en las tres situaciones explicadas supra, se resumen en el principio rector bajo análisis, en cual tiene la finalidad de proteger tanto normativa como efectivamente los derechos constitucionales y legales reconocidos a los consumidores en todo el ordenamiento jurídico peruano.

¹ La definición del contrato de adhesión se encuentra regulado en el artículo 1390 del Código Civil peruano de 1984 y establece lo siguiente: *“el contrato es por adhesión cuando una de las partes, colocada en la alternativa de aceptar o rechazar íntegramente las estipulaciones fijadas por la otra parte, declara su voluntad de aceptar”*. Se puede desprender de lo señalado que el contrato de adhesión solo necesita la manifestación de voluntad de aceptar del consumidor para su perfeccionamiento.

² Las cláusulas generales de contratación se definen en el Código Civil peruano de 1984 en el artículo 1392 de la siguiente manera: *“Las cláusulas generales de contratación son aquellas **redactadas previa y unilateralmente por una persona o una entidad**, en forma general y abstracta, con el objeto de fijar el contenido normativo de una serie indefinida de futuros contratos particulares, con elementos propios de ellos”*.

Conclusiones

- No era necesario declarar la acción tuitiva del Estado en el marco de relaciones de consumo, pues bastaba que la legislación otorgue a los consumidores los mecanismos para defender sus intereses.
- Los consumidores no son un grupo social con características diferenciadas con relación a otros por factores culturales, o que se encuentran en situación de desventaja por razones económico-sociales, que ameriten una acción tuitiva del Estado.
- Los consumidores actualmente cuentan con toda la información sobre los productos que adquieren y las características de sus proveedores, habiendo inclinado la balanza a su favor, sumado al hecho que las redes sociales cumplen un rol fundamental en el respeto de los derechos de los consumidores.
- La duda insalvable en el caso de los casos de protección al consumidor, se presenta cuando la norma jurídica aplicable no es clara o habiéndose usado los mecanismos de interpretación del derecho la duda todavía no queda disipada y persiste, caso en el cual el órgano resolutorio deberá interpretar el caso a favor del consumidor.
- El concepto de duda insalvable señalada en el principio Pro Consumidor, se plasma en tres situaciones: A) Cuando el operador jurídico debe ejercer una función interpretativa en caso que las normas a aplicarse al caso concreto carezcan de una disposición normativa clara y precisa. B) Cuando aparece una duda insalvable acerca de los alcances de las cláusulas establecidas en un contrato de adhesión. C) Cuando aparece una duda insalvable acerca de los alcances de las cláusulas generales de contratación.