UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE DERECHO

TITULO

"LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR"

TESIS PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE ABOGADA.

AUTORA: DANIA GISSELA SALVATIERRA HERNANDEZ

DIRECTOR: DR. MG. FELIPE NEPTALÍ SOLANO GUTIÉRREZ

LOJA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Dr. Mg. Felipe Neptalí Solano Gutiérrez

DOCENTE DE LA CARRERA DE DERECHO DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber revisado el trabajo de investigación de tesis intitulado "LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR" Por la postulante DANIA GISSELA SALVATIERRA HERNANDEZ, mismo que cumple con todos los requisitos de fondo y forma, ajustándose de esta manera a las normas estatutarias y reglamentarias de la Universidad Nacional de Loja. Por lo tanto, autorizo su presentación, disertación y defensa.

Loja, Octubre del 2014

Dr. Mg. Felipe Neptalí Solano Gutiérrez
DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

YO, **DANIA GISSELA SALVATIERRA HERNANDEZ**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional- Biblioteca Virtual

Firma ----------

Cédula: 0922476395

Fecha: Loja, Octubre de 2014

AUTORA: DANIA GISSELA SALVATIERRA HERNANDEZ

CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

YO, DANIA GISSELA SALVATIERRA HERNANDEZ, declaro ser autora de la tesis titulada "LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR" Como requisito para optar por el grado de Abogada, autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.
Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, a los 27 días del mes de Octubre de dos mil catorce, firma la autora

Firma .....

Autora: **DANIA GISSELA SALVATIERRA HERNANDEZ**

CEDULA: 0922476395
DIRECCIÓN: 10 de Agosto y 9 de Octubre Babahoyo Los Ríos

CORREO: daniasalvatierra1982@hotmail.com

TELEFONO:0997469726

DATOS COMPLEMENTARIOS:

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Mg. Felipe Neptalí Solano Gutiérrez.

TRIBUNAL DE GRADO: Dr. Mg. Carlos Manuel Rodríguez PRESIDENTE

Dr. Mg. Igor Eduardo Vivanco Muller VOCAL

Dr. Mg. Marcelo Armando Costa Cevallos VOCAL

DEDICATORIA

Éste modesto trabajo de tesis lo dedico de manera especial a ADIOS, a mi esposo, por su inmenso amor por estar siempre a mi lado colaborando en todos los momentos de mi vida.

A mis hijos quienes fueron mi inspiración en este trabajo, quienes me han motivado siempre a derrumbar ciertos obstáculos en mi vida para alcanzar mis metas deseadas.

LA AUTORA

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, en la modalidad de Estudios a Distancia, por permitirme avanzar en la formación académica profesional, al

Director de tisis Dr. Mg. Felipe Neptalí Solano Gutiérrez, por el aporte y colaboración para la realización de la tesis

De igual manera mis sinceros agradecimientos a las personas y profesionales que me colaboraron en la elaboración del presente trabajo de mi tesis.

LA AUTORA

TABLA DE CONTENIDOS

I PORTADA
II. CERTIFICACIÓN
III. AUTORÍA
IV CARTA DE AUTORIZACION
V DEDICATORIA
VI. AGRADECIMIENTO
VII TABLA DE CONTENIDOS
1. TÍTULO.
2. RESUMEN.
2.1 AbstracT.
3. INTRODUCCIÓN.
4. REVISIÓN DE LITERATURA.
4.1 Marco Conceptual.
4.1.1 El conjunto de derechos
4.1.2. Derechos del Consumidor y Principios específicos
4.1.3 Responsabilidad Objetiva o Solidaria
4.1.4 Del Consumidor y sus Derechos
4.1 .5 Vulnerabilidad de los Derechos del Consumidor
4.2 MARCO DOCTRINARIO
4.2.1Los conceptos como consumidor
4.2.2 Para los economistas consumidores:
4.2.3 Principio de la información:
4.3 MARCO JURÍDICO
4.3.1 El aparecimiento de nuevas y cada vez más complejas formas de negociación y tecnologías,
4.3.2 El derecho del consumidor

4.3.3Normas Constitucionales de Protección a los Consumidores

4.3.4 Normas Legales

4.3.5 Organismos de Control

4.3.6 De la Defensoría del Pueblo:

4.4 LEGISLACIÓN COMPARADA

4.4.1Perú

4.4.2 ARGENTINA

4.4.3 ESPAÑA

5. MATERIALES Y MÉTODOS.

5.1.- Materiales.

5.2.- Métodos

6. RESULTADOS.

6.1 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

6.2 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA

6.3 ESTUDIO DE CASOS

7. DISCUSIÓN

7.1VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS

8. CONCLUSIONES

9. RECOMENDACIONES

9.1PROPUESTA DE REFORMA JURÍDICA

BIBLIOGRAFÍA

11. ANEXOS

INDICE

1 TITULO

“LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR”

2. RESUMEN

La característica esencial del Derecho del Consumidor y que da origen a la creación de normas de diversa naturaleza y jerarquía para proteger al consumidor, es sin duda su debilidad en la relación de consumo y su vulnerabilidad frente al proveedor.

En el Ecuador los derechos del consumidor y del usuario tienen fundamento en la Constitución del año 2008, en el Título II, Derechos, Capítulo tercero Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria, de la Sección Novena, Personas usuarias y consumidoras, artículos 52 al 55.

En beneficio de los consumidores y usuarios, se crea la Ley 2000-21, en el Registro Oficial Suplemento 116, de 10 de julio de 2000, denominada Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la misma que se encuentra vigente hasta la presente fecha.

La actual Ley no reconoce los derechos de las personas usuarias o consumidoras con el carácter de derechos humanos, constitucionales reconocidos y garantizados, así como no establece mecanismos de control de calidad claros, ni un sistema de protección, reparación y sustitución de derechos.

La Ley vigente se enmarca dentro de una economía libre de mercado, en donde se pretende regular la relación entre proveedor y consumidor, mientras que en el actual marco constitucional se reconoce una economía

popular y solidaria, que exige precautelar la relación entre proveedores y personas consumidoras.

Es urgente realizar una reforma integral de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, con la finalidad de que se reconozca el verdadero sentido a los derechos de las personas usuarias, como un sistema jurídico de carácter propio y autónomo para protección directa y amparo de las personas consumidoras finales que adquieren productos o servicios.

2.1 Abstract

The essential feature of consumer law and gives rise to the creation of various kinds of rules and hierarchy to protect consumers, it is definitely a weakness in its consumer relationship and their vulnerability to the supplier.

In Ecuador the rights of consumers and users have no basis in the Constitution of 2008, Title II, Rights, Chapter Three Rights of individuals and focus groups, the Ninth Section, users and consumers People, Articles 52 to the 55.

In the interests of consumers and users, Act 2000-21, in the Official Gazette Supplement 116 of July 10, 2000, called Law of Consumer Rights, the same that is in effect to this date is created.

Current law does not recognize the rights of users or consumers persons with human nature, recognized and guaranteed constitutional rights and does not establish clear mechanisms for quality control or protection system, repair and replacement picture.

The current law is framed within a free market economy, where it is intended to regulate the relationship between supplier and consumer, whereas in the current constitutional framework a popular and solidarity economy requiring safeguard the relationship between suppliers and consumers in recognizing.

It is urgent to carry out a comprehensive reform of the Organic Law on Consumer Protection, in order to recognize that the true sense of the rights of the users, as a legal system and autonomous character itself to direct protection and protection of people end consumers who buy products or services.

3. INTRODUCCIÓN

La vulnerabilidad o debilidad del consumidor consagrada en la doctrina y legislación nacional se encuentra recogida en la Constitución del Ecuador, en donde los derechos de los consumidores están especificados en el Título II Derechos, Capítulo Tercero, bajo la denominación de Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria, Sección novena. Es decir se considera a los consumidores como vulnerable junto con los adultos mayores, los migrantes, los niños, los jóvenes y adolescentes, las mujeres embarazadas, así como los discapacitados y los privados de la libertad.

El Estado es el llamado a garantizar el cumplimiento de los derechos de las personas usuarias, a través de sus instituciones que en sus atribuciones, funciones, normativa y política pública tienen competencias para la protección y promoción de los derechos de los consumidores.

Todo acto de consumo, implica evidentemente entrar en un proceso de comercialización, para lo cual se requiere información para las empresas en un principio y luego para el consumidor, hecho que sirve para satisfacer las necesidades de ambas partes, cuyo fin es decidir por el menor riesgo posible en la venta y en la compra de bienes y servicios.

Se debe recalcar que la incipiente organización ciudadana alrededor del tema, provoca que no exista todavía una presión de la sociedad, a fin de lograr un cambio del sistema.

La legislación vigente no guarda concordancia con la normativa constitucional, ni con el nuevo modelo económico popular y solidario, además de presentar vacíos e imprecisiones.

La presente investigación de tesis pretende demostrar que los derechos de los consumidores, a pesar de que están reflejados en la Ley y Reglamento pertinentes, no cumplen a cabalidad los preceptos constitucionales.

La tesis se encuentra estructurada de la siguiente manera el Resumen, la introducción, la revisión de literatura en la que se encuentra enmarcada dentro de los tres marcos como son el Marco Conceptual, el Marco Jurídico, el Marco Doctrinario y la Legislación Comparada con leyes de otros países del mundo, los materiales y métodos utilizados en la investigación de la tesis, así como los correspondientes resultados de campo así como las entrevistas,; la verificación de objetivos que se encuentra en la discusión; la fundamentación jurídica; así mismo las correspondientes conclusiones y recomendaciones y finalmente la propuesta de reforma jurídica.

Luego del análisis pertinente, concluyo con la presentación de una propuesta de reforma de los derechos del consumidor constantes en el Art. 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, que coadyuve a lograr que los mismos se cumplan con lo que se encuentra señalado en la Carta Magna y la realidad actual del país; y/o proponer la inclusión de otros, que contribuyan a hacer efectivos los derechos de los consumidores

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 MARCO CONCEPTUAL

4.1.1 El conjunto de derechos

Del consumidor parte de la noción de que, implícita o explícitamente, el consumidor se constituye cuando establece algún tipo de relación comercial con el vendedor. Así, aunque no quede registrado por mal uso de las prácticas comerciales, el consumidor pasa a poseer derechos de reclamo, queja y de retribución, reemplazo, reparación, etc., respecto del bien o servicio consumido, si el mismo no se ajusta a las condiciones establecidas al realizarse la transacción comercial.

La problemática jurídica de la protección del consumidor se centra en la noción de libertad contractual, que data del Código de Napoleón[1], porque en este ámbito el Estado interviene en el juego de la contratación, no con el objeto de resguardar un interés público, sino privado.

El derecho del consumidor empieza a desarrollarse en el mundo jurídico en los años sesenta, a partir del reconocimiento del estatus de consumidor y de las especiales ramificaciones que empiezan a perfilarse en la relación de consumo y que hacen posible diferenciarla de las tradicionales relaciones jurídicas, civiles o comerciales.

[1] WIKIPEDIA. El Código Civil francés (llamado Código de Napoleón o Código Napoleónico) es uno de los más conocidos códigos civiles del mundo. Denominación oficial que en 1807 se dio al hasta entonces llamado Código Civil de los franceses, aprobado por la Ley de 21 de marzo de 1804 y todavía en vigor, aunque con numerosas e importantes reformas.

4.1.2. Derechos del Consumidor y Principios específicos

Por ser el Derecho del Consumidor un derecho de connotación especial, de carácter protector, que regula la relación entre proveedor y consumidor con un sentido de protección y de búsqueda de equilibrio entre estos dos actores, es que no puede regirse por los principios del derecho común, sino que tiene que basarse en principios especiales, que en cierto sentido, tal como los estudiosos del derecho del consumidor lo afirman, rompen con el derecho tradicional.

Los principios específicos que se deberían aplicar al Derecho del Consumidor, son los siguientes:

Solidaridad de la Cadena de Producción. Como consumidores a diario adquirimos productos o servicios de cuyo uso puede derivarse un daño o un perjuicio, esta situación nos lleva a la necesidad de ejercer el derecho a reclamar, para obtener el resarcimiento por el perjuicio irrogado.

Es necesario definir lo que es cadena de producción. El Diccionario de Economía y Finanzas de Carlos Sabino[2], define a la cadena de producción o de comercialización, como:

".El conjunto de intermediarios que intervienen en la comercialización de un bien, desde el productor hasta el consumidor. La cadena de

[2] Carlos Sabino, Diccionario de economía y finanzas, Caracas, Ed. Panapo, 1991, pág. 29, 30.

comercialización, aunque en apariencia podría encarecer el producto final, es imprescindible para que éste llegue oportunamente a los consumidores que lo demandan, constituyendo por lo tanto un elemento indispensable en el funcionamiento de una economía de mercado.

De conformidad con lo que establece el Art. 28 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, son solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los daños ocasionados por vicio o defecto de bienes y servicios prestados, todos los integrantes de la cadena de producción. La cadena de producción se forma con los agentes económicos que participan en la producción y comercialización de bienes o servicios, en sus distintas fases, para poner bienes y servicios en el mercado, por un precio o tarifa, sean éstos productores, fabricantes, importadores (en el caso de bienes importados), distribuidores comerciantes, quienes hayan puesto su marca en la cosa o servicio; y, en general, todos aquellos cuya participación haya influido en dicho daño.

Estos agentes responden solidariamente ante los consumidores, quienes pueden reclamar o demandar a cualquier integrante de esta cadena, sin que éste pueda tener excepción aduciendo culpa de otro proveedor; el demandado tiene derecho de repetición en contra de quien efectivamente causó el daño.

4.1.3 Responsabilidad Objetiva o Solidaria.

Este principio tiene directa relación con el anterior, el problema que significa para el productor tratar de demostrar en qué eslabón de la cadena de producción se produjo el daño al producto que causó perjuicio al consumidor, así como la casi imposibilidad de individualizar al responsable directo de la conducta de donde se derivó el daño.

Este principio, a diferencia de lo que se considera en doctrina penal, en donde se habla de una imputabilidad subjetiva (sin sujeto no hay condena), la responsabilidad objetiva y solidaria se caracteriza porque supone suficientemente probada la responsabilidad de los sujetos que intervienen en la cadena de producción, por el solo hecho de que el consumidor o usuario demuestren la conexión entre aquella y la acción de colocar un bien o servicio en el mercado, y que estos han causado un daño, quedando exceptuado de identificar al verdadero responsable, lo cual será tarea de los distintos sujetos demandados o intervinientes, quienes tienen derecho de repetición entre ellos.

Inversión de la carga de la prueba. Debido a las limitaciones de los proveedores para lograr reunir las pruebas pertinentes, que les permitiría probar determinado daño causado por algún producto colocado en el mercado, limitaciones que obedecen a distintos factores, entre los que podemos mencionar el hecho de que el proveedor no le permitiría a un

consumidor conseguir fácilmente información y más instrumentos que permitan probar su afirmación.

En consecuencia, al proveedor le corresponde presentar todos los presupuestos de hecho, así como los técnicos y económicos, a fin de demostrar su inocencia. Este principio de inversión de la carga de la prueba, es una ruptura del principio de inocencia consagrado en nuestro sistema legislativo, pues se parte del hecho de que el acusado es culpable y tiene que demostrar su inocencia.

Principio pro consumidor. El Derecho del Consumidor, por su carácter social y orientado a la protección de los consumidores, debe sin duda alguna gozar de ciertas ventajas frente a otros, ya sea cuando en la ejecución de sus normas se encuentren dudas o en el caso de existir vacíos no regulados; esta ventaja, por llamarlo de alguna forma, se le denomina principio pro consumidor; al igual que en el derecho laboral, el penal y otros, en este caso también, el Art. 1 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, manda al juez en caso de duda en cuanto a la aplicación de las leyes establecidas, a aplicar lo más favorable al consumidor.

Principio de la vinculación de la oferta. Este principio propio del Derecho del Consumidor constituye también una ruptura del derecho tradicional, pues al contrario con lo que se establece en el derecho mercantil, en el cual se considera perfeccionado el vínculo contractual entre proveedor y consumidor

cuando se ha aceptado la oferta y no meramente cuando se ha realizado ésta, el Derecho del Consumidor considera innecesario el vínculo mediante aceptación de la oferta, por cuanto por el mero hecho de ofertar bienes o servicios públicamente, se instaura la relación entre el ofertante y los potenciales clientes o consumidores, obligándose el proveedor a cumplir con las condiciones ofertadas.

Principio de no Discriminación.- Ninguna persona podrá ser discriminadas en el suministro de bienes y/o servicios, por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente. Este principio tiene por objeto garantizar la igualdad de trato entre los individuos. Todas las personas tienen iguales derechos e igual dignidad y ninguna de ellas debe ser discriminada en relación con otra.

Principio de Equidad.- Las personas no tienen las mismas condiciones, por lo que se deberá responder a sus necesidades, con especial atención a las personas señaladas como grupos de atención prioritaria determinados en la Constitución de la República.

Principio de Vulnerabilidad.- Los sujetos de las relaciones de consumo de uso de servicios o consumo de bienes, se encuentran en posición de inferioridad, es decir, en situación desigual y desproporcionada por lo que se debe colocar a las personas consumidoras en un plano de igualdad real, económica y jurídica en relación a los proveedores.

Principio de Justicia.- La protección de las personas consumidoras busca que las relaciones con los proveedores conlleven una justicia plena para todos; entendida ésta como la concreción de los preceptos de trato justo y reciprocidad. Por tanto, los proveedores gozarán de protección sobre denuncias sin fundamento y a ser escuchados.

Principio de Protección Legal y Seguridad Jurídica.- Los derechos de las personas consumidoras consagrados en la Ley y otras, en el marco de la Constitución e instrumentos internacionales, deben ser reconocidos, protegidos, garantizados y respetados. El Estado, en todas sus manifestaciones y niveles de gobernabilidad, tendrá la obligación de tutelar a las personas consumidoras.

Principio de Irrenunciabilidad de los derechos.- Las disposiciones consagradas en la Constitución sobre los derechos de las personas consumidoras, en los instrumentos internacionales, en la Ley y en otras leyes son irrenunciables. Bajo este principio el consumidor no debe privarse

voluntariamente de las garantías que le otorga la Constitución, aunque sea por beneficio propio.

Principio de Educación.- El Estado tiene la obligación de fomentar y propender a la educación de los consumidores de bienes y servicios, orientándolos al consumo responsable, uso adecuado y les permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones. Las autoridades competentes en materia de educación deberán constantemente generar programas de concientización y educación para asegurar que los consumidores tengan el conocimiento suficiente sobre los cuidados y precauciones que deben tener en cuenta para proteger su integridad personal, física, psicológica, así como sus intereses económicos y sociales. Así también se deberá garantizar el conocimiento de los derechos y obligaciones otorgamiento de financiamiento para la compra de un bien determinado.

Principio de Corrección de la Asimetría.- Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría (irregularidad) informativa o la situación de desequilibrio que se presente entre los proveedores y los consumidores, sea en la contratación o en cualquier otra situación relevante, que coloquen a los segundos en una situación de desventaja respecto de los primeros al momento de actuar en el mercado.

Principio de Buena Fe.- En la actuación en el mercado los consumidores, proveedores, asociaciones de consumidores, de proveedores y sus representantes deben guiar su conducta acorde con el principio de la buena fe entre las partes. Al evaluar la conducta del consumidor se deberán analizar las circunstancias relevantes del caso, como la información brindada, las características de la contratación y otros elementos sobre el particular.

Algunos de estos principios constan en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, sin embargo para mayor seguridad jurídica, tanto del consumidor como del proveedor, se hace necesario que los que no se consagran en este cuerpo legal, sean incorporados.

4.1.4 Del Consumidor y sus Derechos

Son varias las definiciones que existen sobre consumidor y sus derechos, entre ellos los siguientes:

El Art. 2 del Código del Consumidor del Brasil define al consumidor estableciendo que:

"Es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicio como destinatario final.

Equipárese a consumidor, a las colectividades de personas, aunque indeterminables, que hayan intervenido en las relaciones de consumo".

La Ley Paraguaya de Defensa de los Consumidores y Usuarios establece en su Art. 4 que se entenderá por consumidor y usuario:

"A toda persona física o jurídica nacional o extranjera que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final de bienes o servicios de cualquier naturaleza".

La Ley Uruguaya de Defensa del Consumidor establece en su Art. 2 que consumidor es:

"Toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella."

Por supuesto, nuestra Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en su Art. 2, Definiciones, señala:

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

Guillermo Cabanellas define a Consumidor como:

“Genéricamente, cualquiera que consume, en las distintas acepciones verbales de consumir. En lo económico, tanto como adquiriente, en oposición al productor, industrial o comerciante, aun cuando no asimile o gaste materialmente. En lo alimenticio, el que ingiere.”

Se puede concluir que todas las definiciones sobre consumidor, presentan los siguientes elementos comunes:

Personas físicas o jurídicas: en este aspecto las definiciones analizadas son acordes en ampliar expresamente su esfera de acción no solo a las personas individuales sino también a las colectivas; y,

Que adquieren o utilizan productos o servicios: en este sentido las definiciones de consumidor se refieren a personas que realizan en el mercado un acto específico, que es el de consumir.

En base a las definiciones anteriores, se puede definir al consumidor, básicamente, como toda persona física o jurídica que adquiere bienes (cosas o servicios) como destinatario final de los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado, siendo el último eslabón en la cadena de producción, distribución y comercialización.

Mosset Iturraspe sobre defensa del consumidor, señala: *“El ordenamiento jurídico de las necesidades de bienes y servicios, y del modo de satisfacerlas en un mercado caracterizado por la escasez.”*

Los derechos del consumidor se definen como: al conjunto de normativas y leyes que tienen como objetivo principal asegurar la defensa de cualquier tipo de consumidor ante situaciones en las cuales no se respete su poder o su condición.

Frente a la naturaleza jurídica del derecho del consumidor, se vislumbra que las concepciones otorgadas al derecho del consumidor poseen variadas definiciones, y que por ello no signifique que se confronten, sino que por el contrario llegan a complementarse, convirtiéndose de esta manera en una rama del derecho.

4.1 .5 Vulnerabilidad de los Derechos del Consumidor

Aunque existen diversas teorías, criterios y hasta críticas para sustentar la debilidad del consumidor y adoptarla como un supuesto en todas las normas de defensa de los consumidores en el mundo, a continuación se realiza un breve análisis de algunas de los argumentos para sustentar la vulnerabilidad de los consumidores y su necesidad de protección por parte de las normas jurídicas del Estado:

Debilidad material.- Una de sus características principales que viene dada por la estructura del mercado, es que el proveedor de bienes y servicios tiene mayor poder económico frente a un consumidor promedio. En la generalidad de los casos los proveedores disponen de los medios

económicos, el poder, el tiempo y la infraestructura institucional para tener a su disposición un sinnúmero de profesionales y asesores a su servicio que fácilmente podrían proteger sus intereses en caso de plantearse un conflicto con un consumidor promedio.

Debilidad sicológica.- Por regla general un consumidor que acude ante un proveedor porque necesita un bien o servicio del proveedor. Puede ser que su situación de necesidad haya sido creada por él mismo para satisfacer su demanda de artículos suntuarios o puede que su estado de necesidad se derive de poder atenuar sus necesidades más básicas, como adquirir medicinas para su enfermedad, servicios básicos, alimentos etc. Si a esta situación le añadimos el hecho de que el consumidor esta generalmente en un ambiente extraño y ajeno a su entorno o que existen solo uno o dos proveedores de determinado bien o servicio, como resultado se genera una situación en la que el consumidor no tiene otra opción que aceptar las condiciones del proveedor si pretende satisfacer su necesidad.

Deficiente poder de negociación.- Uno de los ejemplos más palpables en el que se puede apreciar que el consumidor tiene poca o ninguna capacidad de negociación, es el caso de los contratos de adhesión, en los cuales el consumidor no tiene sino la facultad de adherirse al contrato. Esta práctica es muy frecuente en los servicios de telefonía fija y móvil, medicinas pre-pagada, entre otros. Si bien es cierto que la existencia y suscripción de este tipo de contratos no contraviene las leyes de protección al consumidor por el

solo hecho de ser de un contrato de adhesión, sin duda merma sustantivamente la capacidad de los consumidores de hacer valer sus derechos.

Conocimiento de sus derechos: En la mayoría de países del mundo y especialmente en países menos desarrollados, el conocimiento que los consumidores tienen sobre sus derechos y obligaciones es escaso. Muy pocos consumidores conocen los instrumentos normativos, las instituciones y los mecanismos para hacer respetar sus derechos y para ser compensados en caso de que estos sean vulnerados. El Derecho de Consumo es ante todo preventivo.

Dificultad de acceso a la justicia.- Vinculada a la falta de información de los consumidores sobre sus derechos y obligaciones, está la dificultad que estos tienen para que los mismos sean tutelados por la autoridad estatal. Además de la debilidad sicológica, material y de negociación de la que adolece el consumidor promedio en la mayoría de países, el acceso a la justicia es muy limitado, en lugar de constituir una herramienta para la defensa de sus derechos constituye una barrera para lograrlo.

4.2 MARCO DOCTRINARIO

4.2.1 Los conceptos como consumidor

y consumo, que siendo propios del mercado, recién se empiezan a desarrollar en el derecho en la década de los años ‘60, lo cual se debe a que hasta mediados del siglo XX imperaron ciertas doctrinas que implicaban fuertes obstáculos para el reconocimiento de derechos a los consumidores.

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en su Art. 2, Definiciones, expresa el significado de Consumidor, señalando que es:

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

En base a esta definición el consumidor incluye al usuario, sin embargo la Ley debería diferenciar estos dos términos, en el sentido de que el consumidor es la persona que hace uso del producto, mientras que usuario es quien utiliza o trabaja con algún objeto o que es destinatario de algún servicio público, privado, empresarial o profesional. El consumidor es un agente económico con una serie de necesidades o deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

La determinación del concepto de consumidor está vinculada a la evolución experimentada por el movimiento de protección de los consumidores en las últimas décadas. Cada vez se ha ido ampliando más el círculo de personas

que se consideran necesitadas de una especial protección en materia de consumo. Lo cual explica que, en términos generales, pueden distinguirse dos nociones distintas de los consumidores: una noción concreta o estricta, centrada esencialmente en quienes adquieren bienes o servicios para su uso privado; y, otra, amplia o abstracta, que incluye a todos los ciudadanos en cuanto personas a que aspiran a tener una adecuada calidad de vida.

Un ejemplo de noción abstracta encontramos en el programa inicial del Presidente Kennedy y en la Resolución del Consejo de la CEE, de 14 de abril de 1975, relativa a un programa preliminar de la Comunidad Económica Europea para una política de protección y de información de los consumidores, al declarar en su número 3, lo siguiente:

"En lo sucesivo el consumidor no es considerado ya solamente como un comprador o un usuario de bienes o servicios para un uso personal, familiar o colectivo, sino como una persona a la que conciernen los diferentes aspectos de la vida social que pueden afectarle directa o indirectamente como consumidor."

Como bien señala Botana García[3] en su texto, este programa preliminar sentó las bases generales a las que debían adecuar los países miembros su política normativa en materia de protección de los consumidores.

[3] Botana García, Gema y Miguel Ruiz Muñoz: "Curso sobre protección jurídica del consumidor." Ediciones Jurídicas, Madrid, 1999.

4.2.2 Para los economistas consumidor

"es un sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destinarlos a su propio uso o satisfacer sus propias necesidades, personales o familiares. Lo que pretende el consumidor es hacerse con el valor de uso de lo adquirido, no emplearlo en su trabajo para obtener otros bienes o servicios; en este sentido, el consumidor participa en la última fase del proceso económico."

La protección al consumidor constituye un instrumento de superación de las desigualdades existentes entre proveedores y consumidores, y en este sentido es lógico que la ley esté destinada a proteger a aquellas personas afectadas por la desigualdad en la relación de consumo y que son destinatarios finales de bienes y servicio.

El derecho del consumidor debe intervenir para velar que la voluntad manifestada fuera realmente libre y en definitiva rodear de garantías a los negocios jurídicos de los particulares[4].

El Derecho Comercial ha sido tradicionalmente el derecho de los comerciantes, regulador de su estatus personal y societario, y en particular de las relaciones entre ellos.

La idea de los derechos concretos a favor del consumidor se encuentra contenido en el mensaje al Congreso expuesto por el Presidente estadounidense John F. Kennedy el 15 de marzo de 1962, cuyo resultado

[4] ARRIGHI, Jean M., Comercio Internacional y protección del consumidor, en "Defensa de los consumidores de productos y servicios", La Rocca, Bs. As. 1994.

final es el alcanzar la plena garantía de los mismos por la vía del poder instituido.

Por tanto, el derecho del consumidor es un sistema jurídico de carácter interdisciplinario, propio y autónomo para protección dirigida directa y específicamente al amparo de las personas consumidoras finales que adquieren productos y/o servicios; y, regular su relación de consumo y/o uso que se da con sus proveedores o prestadores. Las personas usuarias y consumidoras tienen el derecho de acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

El derecho del consumidor es una disciplina que ha tenido avances cualitativos, al punto que en la actualidad no se discute su enorme influencia en el derecho en general y particularmente en el derecho privado.

Hemos comentado sobre los principios específicos que se deberían aplicar al Derecho del Consumidor, sin embargo es indispensable enumerar los principios que regirían para la defensa del consumidor:

4.2.3 Principio de la información:

Protege al consumidor contra la desinformación, anuncios, propagandas y, en general, todo lo que pueda alterar cualquier dato, ya de forma dolosa o culposa.

Principio de protección: frente a cualquier producto que atente a la salud o la vida.

Principio de defensa y de ser escuchado: en las instancias del gobierno o tribunales de justicia.

Principio antimonopolio: libertad de productos, junto a la libertad de compra por parte de los consumidores.

Rivero Sánchez[5] plantea que el derecho de protección del consumidor se entiende como una reacción ante la insuficiencia de las codificaciones tradicionales para dar solución a los problemas que presenta el consumo moderno, donde la falta de experiencia, de conocimiento y de organización del consumidor, así como la necesidad de racionalizar las decisiones de consumo, son algunas de las principales situaciones que mueven al legislador a actuar en este campo. Para el autor, el fundamento de la protección del consumidor frente a la información que se produce en la relación de consumo se deriva de los peligros y las desigualdades que se pueden presentar.

En nuestro país no encontramos acuerdos, convenios o tratados internacionales que de manera directa haya suscrito el Estado ecuatoriano, las instituciones o asociaciones locales con otros Estados u organizaciones internacionales en defensa y protección del Consumidor y Usuario.

[5] Rivero Sánchez (1997). Derecho y Jurisprudencia en materia de Competencia y Protección Efectiva del Consumidor.

4.3 MARCO JURÍDICO

4.3.1 El aparecimiento de nuevas y cada vez más complejas formas de negociación y tecnologías,

la velocidad de las transformaciones de los mercados, produjo una vulnerabilidad del consumidor frente al proveedor, producto del desequilibrio jurídico entre los proveedores y consumidores, equilibrio que debía ser restaurado para evitar o reparar el daño causado a la relación entre estos dos agentes del mercado. En este contexto es que surge el derecho de los consumidores, el ordenamiento jurídico debe regular las nuevas condiciones sociales, económicas y jurídicas de contratación en que se ve inmersa la sociedad de consumo.

4.3.2 El derecho del consumidor

Se presenta para una efectiva protección de los consumidores, entendidos estos como el hombre mismo y que por ello, es necesario que le sean reconocidos todos sus derechos.

Este derecho puede ser tomado como una rama del derecho en el sentido, que si bien se nutre de las otras ramas ampliamente reconocidas, como lo son el derecho laboral, comercial, administrativo, penal, constitucional e internacional, posee una particularidad que lo hace acreedor a considerar este derecho como una ramificación importante y que le otorga una especialidad que merece una regulación propia en el ordenamiento jurídico.

4.3.3Normas Constitucionales de Protección a los Consumidores

En el Ecuador, antes de la actual Constitución, se pusieron en vigencia normas que intentan proteger al consumidor, las mismas que han estado consagradas en diversos cuerpos legales, que regulan ciertas actividades del Estado.

La debilidad o vulnerabilidad del consumidor consagrada en la doctrina y legislación nacional y supranacional de todo el mundo, también se encuentra recogida en la Constitución de la República del Ecuador, en la que los derechos de los consumidores están detallados en el Capítulo III: Derechos de las personas y grupos de Atención Prioritaria, Sección Novena: Personas usuarias y consumidoras, los cuales se resumen en los siguientes:

"Art. 52.- *Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.*

Art. 53.- *Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.*

Art. 54.- *Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad*

defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Art. 55.- *Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas."*

Los artículos 13, 30, 281, 336 y 411 garantizan a las personas la calidad de los bienes.

En el Art. 66, numeral 25, se reconoce y garantizará a las personas el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así mismo recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

La consagración constitucional de los derechos básicos del consumidor tiene un carácter prevalentemente programático: primero porque precisan de un desarrollo legal para alcanzar la plenitud de su eficacia; segundo, porque mediante ellos se establecen los objetivos de conseguir una política jurídica de protección a los consumidores; y tercero, porque proporciona un marco

de referencia teórico a las actuaciones de los poderes públicos dirigidas a conseguir esos objetivos y a sus concretas plasmaciones normativas[6].

La Constitución prevalece sobre cualquier otra norma legal. Las disposiciones de leyes orgánicas y otros actos de las podres públicos, deberán mantener conformidad con sus disposiciones y no tendrán valor si, de algún modo, estuvieren en contradicción con ella o alteren sus prescripciones, siendo los derechos consagrados irrenunciables y su vulnerabilidad será sancionada, derechos que deben encontrarse recogidos y puestos en práctica en la Ley pertinente.

4.3.4 Normas Legales

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor fue expedida el 10 de julio de 2000. Este cuerpo legal nace de la necesidad de ejercitar los derechos y principios consagrados en la Constitución de esa época, cuyo objeto, según lo determinado en el segundo párrafo del Art. 1, es el siguiente:

"Normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes."

[6] MARTINEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, CARLOS. "Artículo 2 LCU. Derechos Básicos de los Consumidores" en Comentarios a la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios, BERCOVITZ, RODRIGO y JAVIER SALAS (Coordinadores), Editorial Civitas S.A., Madrid (España), 1992, págs. 49 y 50.

Sin embargo, como es notorio, la Constitución de la República del Ecuador se expide el 20 de octubre de 2008, razón más que valedera para que la actual Ley Orgánica de Defensa del Consumidor sea revisada íntegramente por parte de la Asamblea, cuyas normas y disposiciones estén acordes con la Constitución vigente.

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor vigente, en el Capítulo II Derechos y obligaciones de los consumidores, Art. 4, se señalan los siguientes derechos del consumidor:

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

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;

3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;

4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;

5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado."

En realidad, estos son derechos fundamentales e inherentes del hombre, sin cuya existencia no puede hablarse de persona, pues se somete su dignidad misma. Lo que sucede es que ahora que se ven vulnerados, pasan a ser

jurídicamente exigibles porque la ley se ocupa expresamente de tutelarlos.

Estos doce derechos fundamentales para el consumidor constantes en la Ley, se pueden agrupar de la siguiente manera: El derecho a recibir productos y servicios de óptima calidad, garantizando la salud, vida, seguridad en el consumo y la satisfacción de necesidades fundamentales; el derecho a tener información veraz, adecuada, clara y completa sobre el bien o servicio que se ofrece; el derecho a la protección contra la publicidad engañosa y abusiva; y el derecho a una tutela efectiva para la protección de sus derechos y reparación de daños.

Para que la normativa en el caso de la Ley de la materia mantenga conformidad con la actual Constitución, en relación con las personas usuarias y consumidoras deben establecerse mecanismos de control de calidad; procedimientos de defensa de las personas consumidoras; sanciones por vulneración de derechos; y, reparación e indemnización por deficiencia, daños, mala calidad de bienes y servicios y por la interrupción de los servicios públicos que no fueran ocasionados por fuerza mayor o caso fortuito. En su reforma, se deberían establecer mecanismos claros de protección y promoción prioritaria y especializada sobre los derechos de las personas consumidoras, en razón a que no reconoce los derechos de éstas con el carácter de derechos humanos, constitucionales, reconocidos y garantizados; así como dejar establecido la irrenunciabilidad de los derechos consagrados en la Constitución y demás cuerpos legales inherentes.

Es necesario y urgente la búsqueda de mayor nivel de protección, ya que la producción de bienes a gran escala, la expansión del consumismo (comercio por medio de internet), y la creación de nuevas figuras contractuales, está llevando al surgimiento de nuevas problemáticas, en cuanto a la violación de los derechos del consumidor.

4.3.5 Organismos de Control

En la Ley se señala que los Juzgados de Contravenciones conocerán las denuncias por violaciones a los derechos del consumidor, sin embargo todavía son pocos los casos que se presentan en relación a la magnitud de perjudicados sobre la violación a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, porque la ciudadanía no los conoce.

La Defensoría se encarga de la protección y tutela de los derechos de las personas, pero hoy, en la práctica, las quejas de consumidores y usuarios son las que más tiempo y trabajo le demandan.

La Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios, conocida como Tribuna del Consumidor, tramitaba quejas de usuarios. Sin embargo desde el 2010 hasta la actualidad, la Tribuna cambió la modalidad de atención. Ya no trabaja en la mediación. Ahora absuelve consultas a través de internet, teléfono y en persona.

En el 2009 se creó -mediante decreto ejecutivo- la Dirección de Defensa del Consumidor, de la Subsecretaría de Competencia y Defensa del Consumidor, del Ministerio de Industrias y Productividad. En la práctica, funciona solo como ente mediador, siempre que los actores acepten su intervención.

Sobre la vigilancia administrativa se considera que las autoridades deben sujetarse al principio de legalidad y competencia determinado en el Art. 226 de la Constitución de la República, pues cada entidad actúa según su materia y su ámbito de competencia, regulación o control.

4.3.6 De la Defensoría del Pueblo:

Por ser la entidad a la que la ciudadanía acude más frecuentemente a presentar sus reclamos, quejas y denuncias, nos referiremos más específicamente a la Defensoría del Pueblo.

La Ley de Defensa del Consumidor contiene disposiciones que aluden a la Defensoría del Pueblo como el órgano competente para conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas que presente cualquier consumidor, esto es lo que reza en el Art. 81 de la Ley en referencia.

La normativa vigente no ha dado un lineamiento claro sobre el procedimiento a seguir por parte de la Defensoría del Pueblo y Jueces competentes, hoy llamados de contravención, lo que ha ocasionado la acumulación de casos, la indefensión de las personas usuarias y consumidoras y en muchas veces su re-victimización, sumado a esto, la no regulación de algunos servicios y contratos de adhesión, por lo que muchos ecuatorianos se encuentran siendo afectados en su patrimonio económico-familiar.

El Defensor del Pueblo carece de facultad jurisdiccional para juzgar, por lo que sus funciones se limitan al conocimiento y la realización de un informe respecto del hecho que afectó indirecta o directamente a los derechos de los consumidores; tal vez por esto, es que en el Ecuador la actividad de la Defensoría del Pueblo, en cuanto tiene que ver con la defensa de los derechos de los consumidores, se ha reducido a facilitar y promover la utilización del mecanismo alternativo de solución de conflictos, es decir, la mediación, sin que se procure restaurar el derecho violado aplicando medidas que obliguen al proveedor a reparar el daño ocasionado.

Uno de los grandes desafíos, es darle a la Defensoría del Pueblo la potestad de que sus resoluciones no sean enunciados, sino que sean exigibles y con una facultad de sanción la obligatoriedad de cumplir las resoluciones de esta institución, tanto para el sector público como para el privado, además de que se le atribuyan facultades de investigación.

4.4 LEGISLACIÓN COMPARADA

4.4.1 Perú

El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65º de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú.

Artículo II.- Finalidad

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.

Artículo III.- Ámbito de aplicación

1. El presente Código protege al consumidor, se encuentre directa o indirectamente expuesto o comprendido por una relación de consumo o en una etapa preliminar a ésta.

2. Las disposiciones del presente Código se aplican a las relaciones de consumo que se celebran en el territorio nacional o cuando sus efectos se producen en éste.

3. Están también comprendidas en el presente Código las operaciones a título gratuito cuando tengan un propósito comercial dirigido a motivar o fomentar el consumo.

Artículo IV.- Definiciones

Para los efectos del presente Código, se entiende por:

1. Consumidores o usuarios

1.1 Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.

1.2 Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.

1.3 En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.

2. Proveedores.- Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

2. Productores o fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3. Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.

4. Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

3. Producto.- Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no.

4. Servicio.- Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.

5. Relación de consumo.- Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en el artículo III.

6. Asociaciones de consumidores.- Son organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código

Civil. Su finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios, pudiendo interponer ante las autoridades competentes reclamos y denuncias a nombre de sus asociados y de las personas que hayan otorgado poder a su favor, así como en defensa de intereses difusos o colectivos de los consumidores, con sujeción a lo previsto en el presente Código.

7. Asimetría informativa.- Característica de la transacción comercial por la cual uno de los agentes, el proveedor, suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado a los consumidores.

8. Habitualidad.- Se considera habitual aquella actividad que se realiza de manera común y reiterada de tal forma que pueda presumirse que se desarrolla para continuar en el mercado. Este concepto no está ligado a un número predeterminado de transacciones que deban realizarse. Las actividades de venta de productos o contratación de servicios que se realicen en locales abiertos son consideradas habituales por ese simple hecho.

Artículo V.- Principios

El presente Código se sujeta a los siguientes principios:

1. Principio de Soberanía del Consumidor.- Las normas de protección al consumidor fomentan las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin de que con sus decisiones orienten el mercado en la mejora de las condiciones de los productos o servicios ofrecidos.

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.

3. Principio de Transparencia.- En la actuación en el mercado, los proveedores generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen. La información brindada debe ser veraz y apropiada conforme al presente Código.

4. Principio de Corrección de la Asimetría.- Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio que se presente entre los proveedores y consumidores, sea en la contratación o en cualquier otra situación relevante, que coloquen a los segundos en una situación de desventaja respecto de los primeros al momento de actuar en el mercado.

5. Principio de Buena Fe.- En la actuación en el mercado y en el ámbito de vigencia del presente Código, los consumidores, los proveedores, las asociaciones de consumidores, y sus representantes, deben guiar su conducta acorde con el principio de la buena fe de confianza y lealtad entre las partes. Al evaluar la conducta del consumidor se analizan las circunstancias relevantes del caso, como la información brindada, las características de la contratación y otros elementos sobre el particular.

6. Principio de Protección Mínima.- El presente Código contiene las normas de mínima protección a los consumidores y no impide que las normas sectoriales puedan dispensar un nivel de protección mayor.

7. Principio Pro Asociativo.- El Estado facilita la actuación de las asociaciones de consumidores o usuarios en un marco de actuación responsable y con sujeción a lo previsto en el presente Código.

8. Principio de Primacía de la Realidad.- En la determinación de la verdadera naturaleza de las conductas, se consideran las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan. La forma de los actos jurídicos utilizados en la relación de consumo no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre los verdaderos propósitos de la conducta que subyacen al acto jurídico que la expresa

4.4.2 ARGENTINA

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR NORMAS DE PROTECCION Y DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

DISPOSICIONES GENERALES

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

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

ARTICULO 2 PROVEEDOR.

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

No están comprendidos en esta ley los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento. Ante la presentación de denuncias, que no se vincularen con la publicidad de los servicios, presentadas por los usuarios y consumidores, la autoridad de aplicación de esta ley informará al denunciante sobre el ente que controle la respectiva matrícula a los efectos de su tramitación.

ARTÍCULO 3º Relación de consumo. Integración normativa. Preeminencia.

Relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario.

Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo, en particular la Ley Nº 25.156 de Defensa de la Competencia y la Ley Nº 22.802 de Lealtad Comercial o las que en el futuro las reemplacen. En caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable al consumidor.

Las relaciones de consumo se rigen por el régimen establecido en esta ley y sus reglamentaciones sin perjuicio de que el proveedor, por la actividad que desarrolle, esté alcanzado asimismo por otra normativa específica.

4.4.3 ESPAÑA

El artículo 51 de la Constitución Española de 27 diciembre 1978 establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. Asimismo promoverán su información y educación, fomentarán sus organizaciones y las oirán en las cuestiones que puedan afectarles.

Con el fin de dar cumplimiento al citado mandato constitucional, la presente ley, para cuya redacción se han contemplado los principios y directrices vigentes en esta materia en la Comunidad Económica Europea, aspira a dotar a los consumidores y usuarios de un instrumento legal de protección y

defensa, que no excluye ni suplanta otras actuaciones y desarrollos normativos derivados de ámbitos competenciales cercanos o conexos, tales como

la legislación mercantil, penal o procesal y las normas sobre seguridad industrial, higiene y salud pública, ordenación de la producción y comercio interior.

Los objetivos de esta ley se concretan en:

1. Establecer, sobre bases firmes y directas, los procedimientos eficaces para la defensa de los consumidores y usuarios.

2. Disponer del marco legal adecuado para favorecer un desarrollo óptimo del movimiento asociativo en este campo.

3. Declarar los principios, criterios, obligaciones y derechos que configuran la defensa de los consumidores y usuarios y que, en el ámbito de sus competencias, habrán de ser tenidos en cuenta por los poderes públicos en las actuaciones y desarrollos normativos futuros en el marco de la doctrina sentada por el Tribunal Constitucional

5. MATERIALES Y MÉTODOS.

5.1.- Materiales.

Dentro de la actual investigación de tesis utilicé los siguientes materiales:

Dentro del material de oficina, para la composición del informe final se empleó: papel, esferográficos, computador, memoria extraíble, etc.

Dentro de las fuentes de encuesta empleada están Códigos y Leyes así como la Constitución de la República y Legislación Comparada de otros Países relacionados con el tema, Diccionarios jurídicos como el de Guillermo Cabanellas y Revistas Judiciales.

5.2.- Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación jurídica utilice los siguientes métodos:

- *Inductivo:* El cual me permitió establecer el nexo común de la problemática investigada en la presente Tesis de Grado. Este método me permitió identificar la situación real del Derecho y sus múltiples falencias lo cual enfoco en mi trabajo de tesis con diferentes conceptos y comentarios jurídicos

- *Deductivo:* El cual me sirvió para deducir los puntos más sobresalientes de la investigación literaria, que en forma conjunta con los resultados de la investigación de campo me permitirá establecer las conclusiones, recomendaciones y propuesta de reforma jurídica.

- Descriptivo: El cual me permite enfocar al lector de una manera clara y precisa los conocimientos doctrinarios, jurídicos y críticos de la presente investigación para lograr una mejor comprensión y socialización de la temática, y lo cual se ve reflejado en la investigación de campo que se presenta con los respectivos gráficos estadísticos, interpretación y cometario del autor.

- Método Científico, el mismo que se desarrolla en las siguientes etapas:

- Observación: Es la indagación de todos los aspectos de la problemática, lo cual me ayudó principalmente en lo que fue el acopio de información teórica y empírica.

- Análisis: el cual lo utilicé en el estudio detallado e íntegro de toda la información recopilada en la fase de observación; lo que me permitió desarrollar los contenidos principales del informe final de la tesis.

- Síntesis: Consiste en la condensación de los principales conocimientos aprendidos durante el proceso. Lo cual se materializó en las conclusiones, recomendaciones y propuesta de reforma jurídica.

- Comparativo: Es un método que permite equiparar dos objetos de estudio de similar naturaleza, el cual lo utilice en la comparación de las legislaciones extranjeras respecto de la de nuestro país.

Dentro de las técnicas utilizadas para la investigación de campo se encuentran la Encuesta y Entrevista, aplicadas en un número de 30 y 5 personas respectivamente, entre los que están funcionarios judiciales, empleados públicos, abogados en libre ejercicio y docentes de Derecho.

6. RESULTADOS.

6.1 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

De conformidad al Cronograma de Trabajo, la investigación de campo la realicé aplicando a veinte abogados en libre ejercicio profesional, especializados en Derecho Civil.

Luego de explicar sobre el tema a cada uno de los encuestados, procedí a solicitar su respuesta a las siguientes preguntas:

PRIMERA PREGUNTA

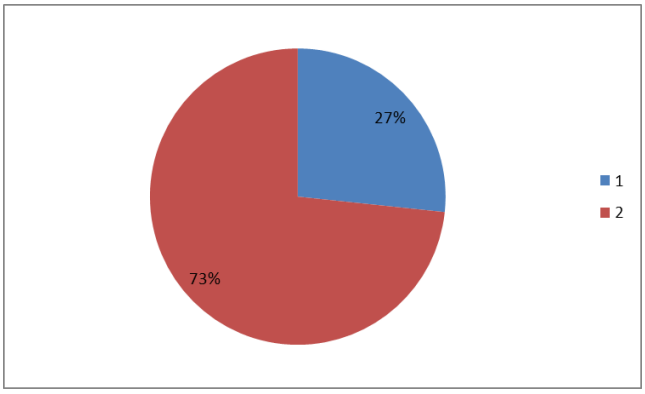
¿Cree Ud. que en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor existe la protección jurídica y el respeto a los derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios?

Cuadro No. 1

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	27. %
No	22	73%
TOTAL	30	100 %

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional
AUTORA: Dania Gissela Salvatierra Hernandez

Gráfico No. 1



INTERPRETACIÓN:

De las treinta personas encuestadas 8 que corresponde al 27% manifestaron que Sí, mientras que 22 que corresponde al 73% contestaron que No, es decir que no existe ninguna protección para los derechos jurídicos de los ciudadanos en lo referente a los derechos del consumidor

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados se pronunciaron en forma negativa indicando que no existe protección jurídica de los derechos del consumidor, que estos derechos son vulnerados en forma constante y que no existe autoridad que haga cumplir en la forma que determina la Constitución de la República.

En la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor se han constatado algunas falencias que obstaculizan el cumplimiento de los derechos de los consumidores previstos en la Constitución y en la Ley. Estas debilidades tienen que ver, entre otras, con la forma como se aplica la Ley por parte de las autoridades encargadas.

SEGUNDA PREGUNTA

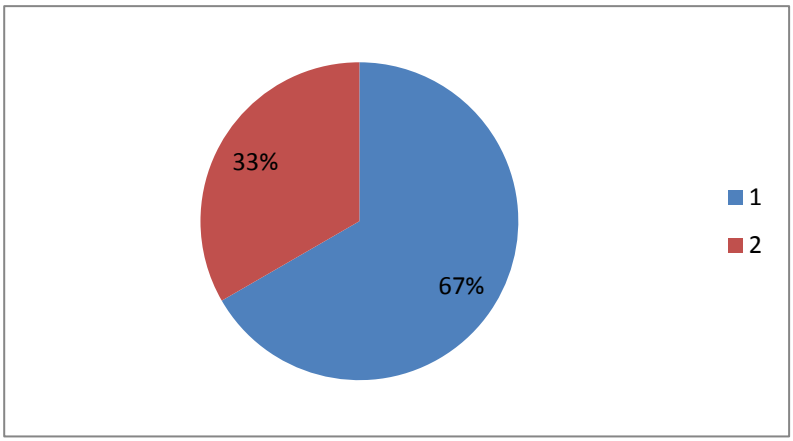
¿Usted cree que los ciudadanos reclaman sus derechos frente a posibles abusos o incumplimientos de consumos de bienes o servicios?

Cuadro No. 2

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	33 %
No	20	67 %
TOTAL	30	100 %

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional
AUTORA: Dania Gissela Salvatierra Hernandez

Gráfico No. 2



INTERPRETACIÓN:

De las treinta personas encuestadas 10 que corresponde al 33% manifestaron que sí, que los ciudadanos si presentan sus denuncias, mientras que 20 que corresponde al 67% contestaron que No, es decir que los ciudadanos no presentan las denuncias o reclamos correspondientes frente al abuso de los comerciantes.

ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas se pronunciaron en forma negativa Indicando que los consumidores no realizan ninguna clase de denuncias o reclamos frente al abuso de los comerciantes o a la mala calidad de los productos de consumo masivo, los encuestados manifestaron que no lo hacen ya que no existe ninguna seguridad jurídica que son demasiado los requisitos que exigen para poder cumplir con ese tipo de denuncias y que es mejor no presentar ninguna denuncia.

TERCERA PREGUNTA

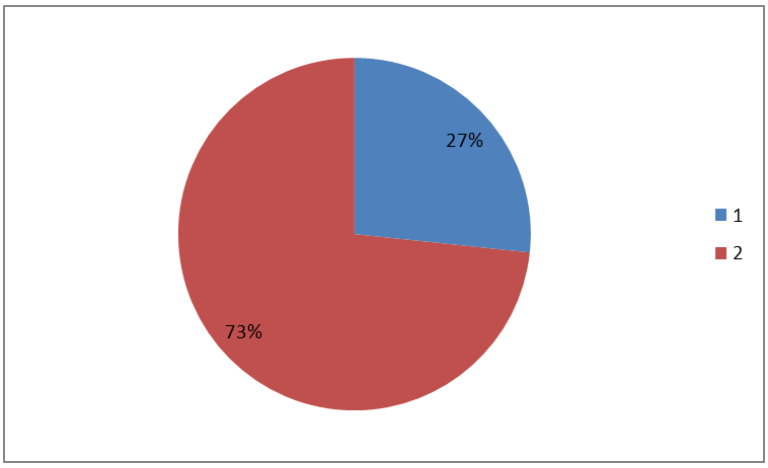
¿Estima usted que la difusión de los derechos del consumidor tiene el suficiente espacio para su conocimiento eficaz y efectivo?

Cuadro No. 3

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	27%
No	22	73. %
TOTAL	30	100 %

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional
AUTORA: Dania Gissela Salvatierra Hernandez

Gráfico No. 3



INTERPRETACIÓN:

De las treinta personas encuestadas 8 que corresponde al 27% manifestaron que Sí, que la difusión de los derechos de los consumidores tiene su espacio efectivo en su cumplimiento, mientras que 22 que corresponde al 73% contestaron que No, es decir que la difusión de los derechos de los consumidores no tiene su espacio en forma efectiva a fin de que se pueda cumplir con el cumplimento de los derechos del consumidor.

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados se pronunciaron de forma negativa indicando que la difusión de los derechos Constitucionales de los consumidores no tiene su espacio en forma oportuna y por lo tanto no se puede cumplir con la difusión correcta de los derechos del consumidor, por lo tanto existe un desconocimiento bastante elevado de los derechos Constitucionales del consumidor.

CUARTA PREGUNTA

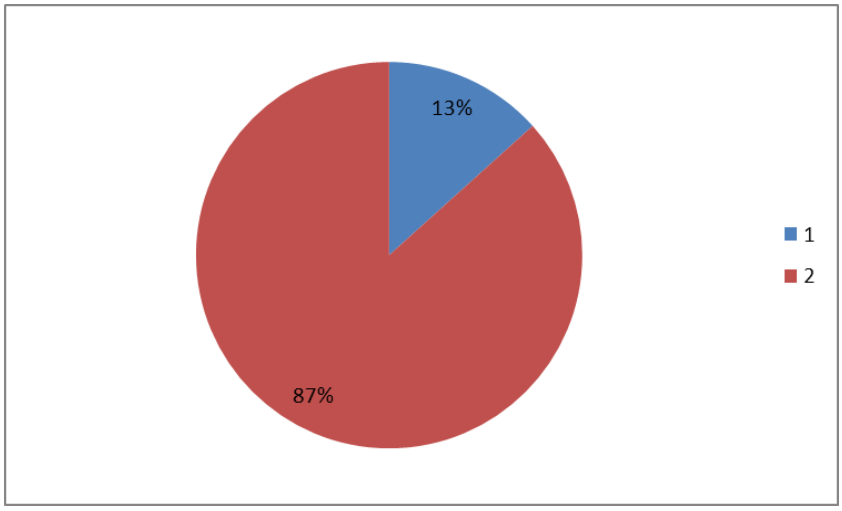
¿Cree Usted, que la Defensoría del Pueblo debería sancionar en forma civil y penal a quienes vulneren los Derechos Constitucionales del Consumidor?

Cuadro No. 4

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	26	87%
No	4	13%
TOTAL	30	100 %

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional
AUTORA: Dania Gissela Salvatierra Hernandez

Gráfico No. 4



INTERPRETACIÓN:

De las treinta personas encuestadas 26 que corresponde al 87% manifestaron que Si, que la Defensoría del Pueblo debe sancionar civil y penal, mientras que 4 que corresponde al 13% contestaron que No, es decir que la Defensoría del Pueblo no tiene porque sancionar en forma civil ni penal.

ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas se pronunciaron en forma positiva manifestando que el Defensor del Pueblo tiene que sancionar tanto civil como penal a los comerciantes que perjudiquen a los consumidores, con esto se evita recurrir a otras instancias en las cuales se tiene que perder demasiado tiempo y los trámites son demasiado engorrosos.

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor vigente, en su Art. 81 no guarda relación con lo que establece la Carta Magna, en razón a que se debería dar a la Defensoría del Pueblo la potestad de que sus resoluciones sean exigibles y con facultad de sanción la obligatoriedad de cumplir las resoluciones de esta entidad.

QUINTA PREGUNTA

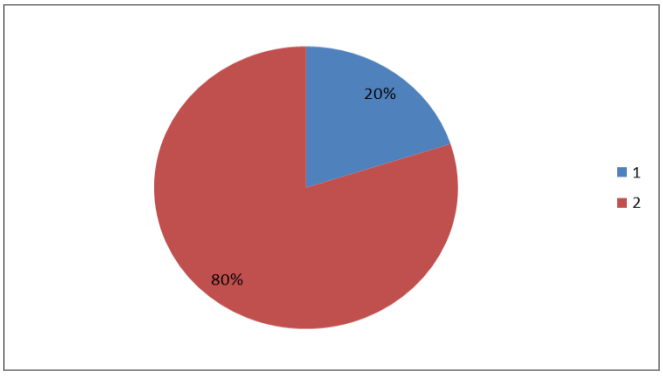
¿Cree usted que sería necesario una reforma a Ley Orgánica de Defensa del Consumidor?

Cuadro No. 5

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	24	80%
No	6	20%
TOTAL	30	100 %

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional
AUTORA: Dania Gissela Salvatierra Hernandez

Gráfico No. 5



INTERPRETACIÓN:

De las treinta personas encuestadas 24 que corresponde al 80% manifestaron que si, es decir que es necesario que se reforme la Ley Orgánica del Consumidor, mientras que 6 que corresponde al 20% contestaron que no, que no es necesario que se realice ninguna reforma a la Ley del Consumidor

ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas se pronunciaron en forma positiva indicando que es necesario que se realice una reforma a la Ley Orgánica del Consumidor, ya que existe demasiadas falencias que perjudican al consumidor, y esto no guarda relación con lo que determina la Constitución de la República.

Ley fue expedida en el año 2000 y la Constitución de la República del Ecuador en el 2008, por tanto es necesaria una reforma integral de la Ley, con la finalidad de que guarde concordancia con los mandatos sobre los derechos de los consumidores y usuarios consagrados en la Carta Magna, así como con la realidad político-económica actual del país.

6.2 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA

PRIMERA PREGUNTA.

¿Cree Ud. que en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor existe la protección jurídica y el respeto a los derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios?

Diariamente se reciben quejas de consumidores de violación de Derechos que están determinados en el Art. 4 de la Ley. Creo que los consumidores tienen un mayor conocimiento, pero falta muchísimo por hacer. Todavía hay una situación de abuso por parte de los proveedores.

En lo que respecta a su respuesta, debo decir que, en realidad, la Defensoría recibe denuncias sobre violación a los derechos como consumidores; sin embargo, éstas no son en la magnitud que debería, en razón a que muchos ciudadanos no optan por la denuncia o el reclamo ante autoridad competente.

SEGUNDA PREGUNTA

¿Usted cree que los ciudadanos reclaman sus derechos frente a posibles abusos o incumplimientos de consumos de bienes o servicios?

No, por ejemplo, uno es de las inmobiliarias que entregan departamentos o casas con materiales de baja calidad; nosotros buscamos que el usuario o consumidor trate de llegar a un acuerdo de entendimiento con la inmobiliaria

en reconocerle o restituir el valor de lo que ha invertido el valor por el arreglo. Hay otros casos de telefonías móvil o fija, en el cual ofrecen un mal servicio y vienen los consumidores y se quejan al respecto, o sea, lo primero que aparece es la planilla y el pago que debe el usuario o consumidor, pero el servicio es pésimo. Hay también casos en la adquisición de línea blanca o en la compra de computadores, por no funcionamiento o defectos de fábrica, solicitando que se ejecute la garantía; similar situación cuando por la compra de un carro, luego de un corto tiempo se funde el motor, por ejemplo. Otro muy común es cuando ofrecen de promoción, aparentemente, el servicio vacacional en distintas empresas dedicadas a este servicio, pero esto es un engaño, en razón a que cobran al usuario, pero al momento que éste solicita una reserva no hay cupo. Igual sucede con instituciones educativas que ofrecen enseñar inglés, pero la metodología de ellos no es la enseñanza sino la venta del material didáctico. Hay múltiples campos en los que los consumidores vienen cuando tienen problemas y se quejan por los abusos, las violaciones y las vulneraciones a los derechos de consumidores contemplados en la Ley, Art. 4.

TERCERA PREGUNTA

¿Estima usted que la difusión de los derechos del consumidor tiene el suficiente espacio para su conocimiento eficaz y efectivo?

La Defensoría del Pueblo no somos instancia coercitiva; somos una instancia administrativa sin coerción. Nosotros buscamos, mediante el trámite administrativo de defensa, de que las partes lleguen a un acuerdo y a

un entendimiento sobre el impasse. En caso de no haber ese acuerdo, elaboramos un informe motivado y remitimos al juez de Contravenciones, que es donde prácticamente ahí se judicializa, tomando en cuenta que dicho juez ya es con poder coercitivo, que puede ordenar y disponer. Somos un ente de control.

CUARTA PREGUNTA

¿Cree Usted, que la Defensoría del Pueblo debería sancionar en forma civil y penal a quienes vulneren los Derechos Constitucionales del Consumidor?

Si efectivamente, yo estoy de acuerdo que la Defensoría del Pueblo debe sancionar tanto civil como penal a las personas que vulneren los derechos de los consumidores.

6.3 ESTUDIO DE CASOS

Existe una diversidad de casos por denuncias y reclamos, presentados ante la Defensoría del Pueblo, que han vulnerado los derechos del consumidor y usuario, determinados en diferentes ramas del comercio como: alimentos, insumos, medicinas, servicios públicos, bancarios (tarjetas de crédito), entre otros.

Nos referiremos a tres de ellos:

Le quitaron el carro por problema con banco

La Sra. Irma Lozano, el 10 de septiembre de 2012, se acercó a la Defensoría a decir que el banco le quitó su auto por la letra vencida de julio (9º) y agosto (10º), que aún tenía días de gracia para pagar. Entre ambas suman US$732. Ahora, para recuperarlo, le piden pagar todo el crédito del vehículo, cerca de US$14.000.

La Defensoría del Pueblo acogió la denuncia y procedió a citar al proveedor para una reunión de mediación, en la misma que no se llegó a ningún acuerdo. La Defensoría remitió un informe motivado al juez de contravenciones de Distrito Metropolitano de Quito el 14 de noviembre de 2012, adjuntando todos los documentos de soporte. Han transcurrido tres meses desde la presentación de la denuncia y la ciudadana no ha podido recuperar su auto, ni llegar a un arreglo de pago. La Defensoría no tiene conocimiento del resultado de este trámite.

El camión que compró se daña y no tienen repuestos

La Srta. Sandra Jácome presentó una queja por los continuos desperfectos que, desde los cuatro meses de compra, ha tenido un camión. El taller de la compañía se ha negado a atender oportunamente los problemas y ha alegado no contar con los repuestos en bodega. Esta denuncia fue presentada en la Defensoría del Pueblo el 28 de marzo de 2013.

La Defensoría convocó a reunión de mediación el 5 de abril de 2013 en la que se llegó a un acuerdo en el sentido de que el camión entre al taller inmediatamente pues la empresa disponía ya de los repuestos.

Reclama por costos y efectividad de libros de lectura

El señor Luis Calderón sigue un proceso en la Defensoría contra una empresa que ofrece libros y cursos de lectura rápida en más de mil dólares. Señala en su queja que la compañía no cumple lo ofrecido a los clientes y que, además, los certificados que entrega no tienen aval oficial. Esta denuncia fue presentada el 7 de noviembre de 2013. La Defensoría se encuentra recabando información y documentos para iniciar los trámites pertinentes.

La posición de los consumidores en Ecuador es de desequilibrio respecto a la de los proveedores. La sociedad está organizada desde la perspectiva de la oferta y de los proveedores privados o públicos, lo cual obstaculiza la aplicación de los derechos de los consumidores.

7. DISCUSIÓN

La problemática central del presente trabajo investigativo se basa en la“LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR”, teniendo como objetivo establecer si los derechos de las personas consumidoras y usuarias de bienes y servicios, establecidas en la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor cumplen su finalidad y si los mismos se encuentran expresados en armonía con los derechos consagrados en la Constitución de la República en los artículos 52 al 55, así como con en la realidad actual política y comercial del país, o si por el contrario, existen vacíos legales que vulneran estos derechos, toda vez que el derecho del consumidor ha nacido para llevar protección al débil jurídico.

7.1 VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS

En el presente trabajo investigativo, sobre la temática “LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR” se han presentado y planteado los objetivos tanto general, como específicos, con el propósito de verificar si se han cumplido las metas programadas en la presente investigación jurídica, lo que analizaremos de la siguiente manera:

OBJETIVO GENERAL:

Realizar un estudio jurídico y Doctrinario de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y de la Constitución de la República

Conforme a lo analizado en la presente investigación se puede observar que se ha realizado un profundo análisis jurídico, semántico y doctrinario a través de la revisión de bibliografía relacionada con el tema, así como de las diferentes normativas jurídicas, tomando en consideración criterios jurídicos y doctrinarios, que nos han llevado al criterio general de que en cierta medida la Ley cumple con su propósito.

Así mismo se ha efectuado una descripción especialmente de los principios que deberían regir para respetar los derechos del consumidor, así como los de defensa, que son eminentemente constitucionales, los que deben ser observados y aplicados cuando los consumidores de bienes y servicios presenten reclamos, a través de denuncias ante autoridad competente, sobre la vulneración de sus derechos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

-Determinar que los derechos Constitucionales como Legales del consumidor señalado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor son vulnerados

-Establecer los efectos jurídicos que causa la falta de cumplimiento por parte de los comerciantes de los derechos del consumidor.

-Presentar una propuesta de reforma jurídica de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor a fin de que proteja los derechos Constitucionales y legales del Consumidor.

La protección jurídica de los derechos de los consumidores ecuatorianos de bienes y servicios tiene por objeto establecer si la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor cumple con su rol, esto es el de establecer la protección al débil jurídico enmarcado en las normas consagradas en la Constitución y en la Ley pertinente o, si por el contrario, existen violaciones en su aplicación.

En las respuestas dadas a las preguntas 3 y 5 de la encuesta, logramos comprobar que la actual Ley Orgánica de Defensa del Consumidor debe ser reformada en forma integral, teniendo como razón primordial el de actualizarla acorde con las disposiciones constitucionales y, entre otras, porque las personas consumidoras, que somos la generalidad de los ciudadanos, no tienen la efectiva información y divulgación para que conozcan que sus derechos están respaldados por el Estado, a través de las instituciones e instancias pertinentes.

Los objetivos se han cumplido al proponer como aporte en el marco jurídico un proyecto de reforma legal al Art. 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en lo referente a la ampliación e inclusión de derechos de los consumidores de bienes y servicios.

7.2 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

HIPÓTESIS

Los derechos del consumidor señalados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, No cumple en forma efectiva lo que determina la

Constitución de la República, por lo que existe vulneración Constitucional y legal de los derechos del consumidor por parte de los comerciantes, lo que amerita una reforma a la Ley Orgánica del consumidor.

Los derechos del consumidor señalados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, No cumple en forma efectiva lo que determina la Constitución de la República, por lo que existe vulneración Constitucional y legal de los derechos del consumidor por parte de los comerciantes, lo que amerita una reforma a la Ley Orgánica del consumidor.

Al conocer los resultados de la investigación jurídica, a través de la encuesta basada en las preguntas 1, 2, 3, 4 y 5, la presente hipótesis está comprobada positivamente, en vista de que hemos llegado a determinar que se debe realizar una propuesta de reforma a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en lo referente a los derechos de las personas consumidoras de bienes y servicios, con la finalidad de que guarden concordancia con lo expresado en la Constitución de la República y en la realidad actual político-económica del país.

7.3 FUNDAMENTACIÓN JURÍDICA

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor no reconoce los derechos de las personas consumidoras de bienes y servicios con el carácter de derechos

8. CONCLUSIONES

- No existe una normativa completa en la cual el sistema de derechos del consumidor pueda basarse y constituir una rama propia del derecho, lo cual sería ideal como medio de tutela de los Derechos del Consumidor.

- El mejor escenario de consagración constitucional de la protección a los consumidores es la existencia de una norma especial con referencia directa a ellos que establezca derechos, principios y normas de contenido económico y social con la continua obligación del Estado de velar de manera especial por este colectivo.

- Los principios de Solidaridad de la Cadena de Producción, responsabilidad Objetiva o Solidaria, Pro consumidor, de Equidad, de Vulnerabilidad, de Justicia, de Protección Legal y Seguridad Jurídica, de Irrenunciabilidad de los derechos, de Educación y de Buena Fe, deben estar siempre presentes en toda acción legal que establezca un ciudadano consumidor de bienes y servicios.

- Igualmente para la defensa del consumidor no se aplican los principios de la información, de protección, de defensa de los derechos del consumidor.

- Muy pocos consumidores conocen los instrumentos normativos, las instituciones y los mecanismos para hacer respetar sus derechos y para

ser compensados en caso de que estos sean vulnerados. Este desconocimiento se debe a que no existe una divulgación veraz y efectiva que contribuya a solucionar los problemas que se le presenten por adquisición de bienes o servicios.

- Las funciones de la Defensoría del Pueblo, en lo que tiene que ver con el Derecho del Consumidor, son insuficientes, pues al no tener facultad para sancionar a los infractores, ni atribuciones para imponer medidas coercitivas, como lo tienen otros sistemas legales de diferentes países, su labor se reduce a la mediación, lo que poco o nada ayuda en la tutela de los derechos del consumidor.

9. RECOMENDACIONES

- A la Asamblea Nacional Reformar la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en lo concerniente a reforzar los derechos especificados, así como incluir otros, con la finalidad de que estén acordes con lo dispuesto por la Constitución de la República y las circunstancias actuales económicas del país, establecido la irrenunciabilidad de los derechos consagrados en la Carta Magna.

- A las instituciones involucradas en defensa de los derechos del consumidor de bienes y servicios campañas publicitarias masivas, en las que se dé a conocer los derechos que tenemos los ciudadanos.

- A los medios de Comunicación difundir los principios del Derecho del Consumidor entre los profesionales del derecho y en la población en general.

- Al gobierno Nacional dotar a la Defensoría del Pueblo de la facultad sancionadora y la posibilidad de aplicar medidas de apremio.

- Al poder judicial simplificar el procedimiento establecido en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor para el juzgamiento y sanción de las infracciones, facilitando así el acceso a la justicia por parte de los consumidores.

9.1 PROPUESTA DE REFORMA JURÍDICA

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR

C O N S I D E R A N D O:

Que la Sección Novena del Capítulo III de la Constitución de la República establece los derechos de las personas usuarias y consumidoras a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como establece el derecho de las personas usuarias y consumidoras a constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos y ejerzan acciones en defensa de sus asociados;

Que la Constitución garantiza a las personas la calidad de los bienes en sus artículos, 13, 30, 281, 336 y 411;

Que la Constitución en el Art. 52 señala que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad y tener una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características; y, que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; así como las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios; y,

En uso de las atribuciones que le concede el Art. 120, numeral 6 de la Constitución de la República, expide la siguiente:

REFORMA A LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Art. 1.- Reemplazar los numerales 4 y 7 del Art. 4 Derechos del Consumidor, por los siguientes:

“4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, en idioma castellano y/o en los idiomas oficiales de relación intercultural, oportuna, completa, anticipada, precisa que deben entregar los proveedores sobre los bienes y servicios, ofrecidos, como de los precios, características, calidad; condiciones de contratación y prestación; además los aspectos relevantes de los mismos, riesgos y demás datos de interés inherente a su naturaleza, composición y contraindicación que permita una elección razonada conforme a las necesidades y para un aprovechamiento satisfactorio y seguro;”

“7. Derecho a la educación de las personas usuarias y consumidoras orientadas al fomento del consumo responsable, uso adecuado y les permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones;

Art. 3.- Incluir los siguientes numerales en el Art. 4:

“Numeral 1 Derecho a la irrenunciabilidad de los derechos consagrado en la Constitución, instrumentos internacionales y esta Ley. No se podrán alegar costumbres, usos o prácticas, convenios o estipulaciones en contrario;”

“Numeral 2 Derecho a acceder a mecanismos extrajudicial, judicial y constitucional efectivos para la tutela y reparación e indemnización de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a más de la adecuada restitución y reparación del derecho, a la sanción oportuna;

Artículo Final. La presente ley reformatoria entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y firmado en la sala de sesiones de la Asamblea Nacional del Ecuador a los …..días del mes de …….dos mil catorce

PRESIDENTA SECRETARIA

10. BIBLIOGRAFÍA

- ARRIGHI, Jean M., Comercio Internacional y protección del consumidor, en Defensa de los consumidores de productos y servicios, La Rocca, Bs. As. 1994.
- BOTANA García, Gema y RUIZ Muñoz Miguel. Curso sobre protección jurídica del consumidor. Ediciones Jurídicas, Madrid, 1999.
- Constitución de la República del Ecuador, 2008.
- Diccionario Jurídico, Guillermo Cabanellas. 2006.
- Editoriales de los diarios El Comercio y El Universo, relacionados con la vulnerabilidad de los derechos de los consumidores y usuarios. Marzo 19, 2013 y mayo 15, 2013, Quito y Guayaquil, respectivamente.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, R.O. Suplemento 116, julio 10, 2000.
- Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, Comentarios y Jurisprudencia de la Ley veinte años después, Eugenia Llamas Pombo (Coordinadora). La Ley-Actualidad, S.A., Madrid España, 2005.
- LORENZETTI, Ricardo Luis. El Derecho del Consumidor. Editorial Rubinzal - Culzoni. 2008
- MARTINEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, Carlos. Artículo 2 LCU. Derechos Básicos de los Consumidores" Editorial Civitas S.A., Madrid (España), 1992.

- MOSSET ITURRASPE, Jorge y LORENZETTI, Ricardo. Defensa del Consumidor. Rubinzal Culzoni, Santa Fé.1994.
- RIVERO SÁNCHEZ. Derecho y Jurisprudencia en materia de Competencia y Protección Efectiva del Consumidor. 1999. Ediciones Jurídicas Areté.
- SABINO, Carlos. Diccionario de economía y finanzas, Caracas, Editorial Panapo, 1991.
- STIGLITZ, Gabriel y STIGLITZ, Rubén. Derecho y defensa de los consumidores. La Rocca, Bs. As. 1994.
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre.

11. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE DERECHO

TEMA

"LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR"

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE ABOGADA.

AUTORA: DANIA GISSELA SALVATIERRA HERNANDEZ

LOJA – ECUADOR
2014

1. TEMA:

“LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR”

2. PROBLEMÁTICA

La presente problemática se origina a raíz de los constantes problemas que sufre la población, especialmente los más necesitados, debido a la vulneración de los derechos constitucionales y legales, ya que no se respeta los derechos del consumidor, cuando se presenta alguna demanda o denuncia de ser el caso, los resultados no son alentadores , ya que no se aplica los principios Constitucionales y legales en debida forma, esto hace que el consumidor se vea afectado tanto en su economía como en sus derechos legales, esto es constante en los diversos negocios, el consumidor ya no sabe a dónde acudir con sus reclamos, la Defensoría del pueblo no es mucho lo que hace a favor del consumidor, en muchas de las ocasiones se deja en la indefensión, por lo que se vulnera los derechos constitucionales y legales, esto lo estaré demostrando en el desarrollo de mi tesis y lo comprobaré con los resultados de las encuestas y de las entrevistas.

La característica esencial del Derecho del Consumidor y que da origen a la creación de normas de diversa naturaleza y jerarquía para proteger al consumidor, es sin duda su debilidad en la relación de consumo y su vulnerabilidad frente al proveedor.

Efectivamente, aunque en los inicios de la cuantiosa producción de bienes y servicios (en la época de la revolución industrial), las normas jurídicas que

se iban desarrollando a la par de este fenómeno, consideraban a la dependencia de consumo como una relación en la que proveedores y consumidores se hallaban en una igualdad en el negocio y, al consumidor, como un sujeto plenamente capaz de defenderse por sí solo. Con el paso de los años y como resultado de la evolución, no solo de la teoría económica, sino de los derechos humanos y el derecho positivo, se fueron desarrollando normas de carácter de protección que, además de resguardar los intereses de las partes débiles en sus relaciones contractuales, trataban de equilibrar relaciones intrínsecamente inequitativas. Un ejemplo claro fue el desarrollo de normas protectoras de las relaciones entre empleadores y trabajadores Derecho Laboral y otro ejemplo, que es el que más nos interesa, el desarrollo de normas protectoras de los consumidores.

En el Ecuador los derechos del consumidor y del usuario tienen fundamento constitucional. Así, la Constitución del año 2008 modificó algunos principios de protección ya contemplados desde las reformas del año 1998.

En beneficio de los consumidores y usuarios, se crea la Ley Orgánica de los Derechos del Consumidor, la misma que debe ser reformada, en el sentido de establecer mecanismos de control de calidad, procedimientos de defensa del consumidor, así como la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios.

3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de tesis se justifica desde el punto de VISTA SOCIAL. Porque, existe una constante vulneración de los derechos Constitucionales y Legales del consumidor, en las diversas transacciones comerciales, esto perjudica al consumidor y a toda la población, ya que esto se convierte en un problema social, en discusión de parte de los comerciantes y de los consumidores que son los más perjudicados.

Desde el punto de Vista Académico, se justifica porque se enmarca dentro de la malla curricular y del pensum de estudios de las diferentes leyes y códigos, así como de la Constitución de la República, así mismo la Universidad Nacional de Loja exige que para obtener el titulo correspondiente se debe realizar una tesis.

En el orden jurídico se justifica porque se hace un estudio jurídico de la Ley Orgánica del Consumidor, así como de la Constitución de la República, as´ñi mismo recurriré a la Legislación Comparada de otros países de la Región y del mundo.

Así mismo se justifica este proyecto de tesis porque cuento con los recursos bibliográficos correspondientes al tema, cuento además con los recursos económicos y la disponibilidad de tiempo, así mismo contaré con la orientación y asesoramiento de los docentes de la Carrera de Derecho, a fin de culminar con un trabajo acorde a las exigencias académicas pertinentes.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio jurídico y Doctrinario de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y de la Constitución de la República

4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

-Determinar que los derechos Constitucionales como Legales del consumidor señalado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor son vulnerados

-Establecer los efectos jurídicos que causa la falta de cumplimiento por parte de los comerciantes de los derechos del consumidor.

-Presentar una propuesta de reforma jurídica de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor a fin de que proteja los derechos Constitucionales y legales del Consumidor.

5. HIPÓTESIS

Los derechos del consumidor señalados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, No cumple en forma efectiva lo que determina la Constitución de la República, por lo que existe vulneración Constitucional y legal de los derechos del consumidor por parte de los comerciantes, lo que amerita una reforma a la Ley Orgánica del consumidor.

6. MARCO TEORICO

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS E HISTÓRICOS

El derecho del consumidor nace, se desarrolla y se justifica en la sociedad de consumo. Regula la producción y la comercialización de productos y servicios a través de la figura del consumo. Su surgimiento nace directamente de la revolución industrial, ya que ésta cambió el accionar diario de las personas. Esta afirmación del derecho del consumidor no implica manifestar que antes de su formación no existieran consumidores o que estos estaban absolutamente desamparados.

El derecho del consumo aparece con la imperiosa necesidad del consumidor y del usuario, de ser protegido de manera eficaz de posibles abusos y engaños a los que pudiera ser sometido por parte de los productores, distribuidores o vendedores. Lo anterior basado en que el derecho del consumo ha sido durante su historia implícito en el sentido legal, ya que nunca fue codificado.

En la era antigua los consumidores no tenían protección alguna frente a la calidad de los bienes o servicios que adquirían, situación generada por la predominancia de la informalidad y primitivismo de los mercados, esto sumado a la inexistencia de seguridad jurídico-legal de los pueblos, que se evidenciaba en la ausencia absoluta de normas que regularan todo tipo de relaciones vinculadas a bienes y servicios, es decir el comercio era completamente informal y su actividad era regida por la costumbre y por leyes consideradas divinas.

Posteriormente, comenzó la fuerte influencia de Roma en el mundo occidental, dando origen a un sistema jurídico institucionalizado y estable, en el que se cubrió la ausencia de parámetros a los que debía someterse la totalidad de la población.

La responsabilidad de los productores, distribuidores o vendedores empieza a proyectarse en la Edad Media con la creación de mecanismos de control eficaces para que el producto o servicio final que llegara al consumidor cuente con ciertos estándares de calidad y que de alguna manera equilibre su relación con el consumidor.

La ética hace su aparición como elemento integrante de las relaciones comerciales, ya que si bien no generaba un derecho de protección al consumidor, si creaba ciertos parámetros de idoneidad del producto y consiguiente seguridad para el usuario.

La declaración de los derechos universales del hombre, en tiempos de la Revolución Francesa, se asienta el pensamiento liberal económico individualista, basado en el principio de la autonomía de la voluntad, en la que cada individuo asumía la responsabilidad de todo lo que adquiriera, quedando de esta manera el usuario desprotegido en el mercado.

Se puede apreciar que no hubo un avance significativo respecto a lo planteado en la Edad Media, ya que no se pasó de la auto regulación de los productores a una medida institucional, deteniéndose de esta manera la

evolución de la protección al consumidor y una vez más se perdió la oportunidad de codificar el derecho del consumo, confirmándose que es el interesado en un producto o servicio la parte más débil de la cadena industrial comercial.

Como consecuencia de la desprotección jurídica estatal hacia el consumidor, se presentaron fenómenos como engaños y abusos de parte de los empresarios y distribuidores en la calidad de los productos y total desconocimiento público y privado de las reclamaciones efectuadas por los usuarios.

Desde la creación de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Comission) en 1948 en los Estados Unidos de Norteamérica, se empezó a proteger al consumidor; esta protección fue más bien complementaria, como consecuencia de reglar la actividad comercial e impedir la aplicación de prácticas comerciales desleales. No obstante la idea de identificar al consumidor como un grupo social diferenciado y brindarle protección especial empezó a ganar espacio.

Esta actividad de control y protección tuvo como consecuencia la actitud del Presidente Kennedy, quien decisivamente reconoció a los consumidores como grupo económico y asumió la defensa de sus derechos, propiciando la primera ley de defensa del consumidor en el mundo.

Con el auge en la comercialización de bienes y servicios en el siglo XX, acompañados de publicidad y tecnificación del mercado e internacionalización de la economía, la oferta de productos de distintas cualidades y dirigidos a distintos sectores de la sociedad, era tan amplia que le dificultaba al consumidor hacer valer sus derechos frente a un sujeto individualizado y por lo tanto específico, con lo cual las reclamaciones realizadas por el usuario no tenían efectividad alguna frente al ordenamiento jurídico del momento, ya que en las naciones desarrolladas apenas se estaba dando inicio a la codificación y a normar los derecho del consumidor.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, surgen oleadas ideológicas en las que se pretenden reconocer los esfuerzos realizados a lo largo de los tiempos, por la institucionalización jurídico-legal, dando lugar a una protección más efectiva e igualitaria respecto de los productos y servicios que adquiere el consumidor o usuario, configurando como resultado una presión insostenible a las naciones, que las llevó a otorgar un lugar preponderante al derecho del consumidor, dándole cabida en el ordenamiento jurídico interno, a través de estatutos en los que hubo participación de los involucrados en una relación comercial.

Las Directrices para la Protección del Consumidor son un conjunto internacionalmente reconocido de objetivos básicos, preparados especialmente para que los gobiernos de los países en desarrollo y los

países de reciente independencia las utilicen para la estructuración y fortalecimiento de políticas y leyes de protección del consumidor[7].

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

En los últimos años, la preocupación por el medio ambiente se manifiesta a través de la racionalización de los hábitos de consumo. Este aspecto se presenta como parte del derecho del consumidor, siendo su objetivo no solo proteger al consumidor de los abusos del mercado, sino preservar el medio ambiente a efectos de asegurar las posibilidades de acceso al consumo para las futuras generaciones de consumidores.

La respuesta legislativa surge, en primer lugar, a consecuencia de la aparición de formas de manifestación singulares para las relaciones jurídicas clásicas; y en segunda medida, por la situación de vulnerabilidad en la que se encuentra el consumidor frente al fortalecimiento de la empresa.
ámbito el Estado interviene en el juego de la contratación, no con el objeto de resguardar un interés público, sino privado.

[7] Informe del Secretario General a la Comisión sobre el Desarrollo Sostenible del Consejo Económico y Social de la O.N.U. 19 de febrero de 1998.

El derecho del consumidor empieza a desarrollarse en el mundo jurídico en los años sesentas, a partir del reconocimiento del estatus de consumidor y de las especiales ramificaciones que empiezan a perfilarse en la relación de consumo y que hacen posible diferenciarla de las tradicionales relaciones jurídicas civiles o comerciales.

Varios tratadistas del Derecho definen el derecho del consumidor, algunas de las cuales las señalamos, con las que únicamente intentamos brindar una visión panorámica de las dificultades que se pueden encontrar al definir este término. Entre ellas las siguientes:

En el ámbito del MERCOSUR la Resolución 123/96 del GMC ha definido consumidor en los siguientes términos:

"Es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella.
Equipárense a consumidores a las personas, determinables o no, expuestas a las relaciones de consumo.

Por su parte el Art. 2 del Código del Consumidor del Brasil define al consumidor estableciendo que:

"Es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final.
Equipárese a consumidor, a las colectividades de personas, aunque indeterminables, que hayan intervenido en las relaciones de consumo".
La Ley Paraguaya de Defensa de los Consumidores y Usuarios establece en su Art. 4 que se entenderá por consumidor y usuario:

"A toda persona física o jurídica nacional o extranjera que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final de bienes o servicios de cualquier naturaleza".

Por su parte la Ley Uruguaya de Defensa del Consumidor establece en su Art. 2 que consumidor es:

"Toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella. No se considera consumidor o usuario a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación o comercialización".

Mosset Iturraspe sobre defensa del consumidor, señala: *"El ordenamiento jurídico de las necesidades de bienes y servicios, y del modo de satisfacerlas en un mercado caracterizado por la escasez."*

Guillermo Cabanellas define a Consumidor como: *"Genéricamente, cualquiera que consume, en las distintas acepciones verbales de consumir. En lo económico, tanto como adquiriente, en oposición al productor, industrial o comerciante, aún cuando no asimile o gaste materialmente. En lo alimenticio, el que ingiere."*

Podemos ver que todas las definiciones presentan como elementos comunes, que se refieren a:

- Personas físicas o jurídicas: en este aspecto las definiciones analizadas son acordes en ampliar expresamente su esfera de acción no solo a las personas individuales sino también a las colectivas; y,
- Que adquieren o utilizan productos o servicios: en este sentido las definiciones de consumidor se refieren a personas que realizan en el mercado un acto específico: el de consumir.

Se podría definir al consumidor, básicamente, como toda persona física o jurídica que adquiere bienes (cosas o servicios) como destinatario final de

los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado, siendo el último eslabón en la cadena de producción-distribución-comercialización[8].

Por tanto, se entiende por derechos del consumidor al conjunto de normativas y leyes que tienen como objetivo principal asegurar la defensa de cualquier tipo de consumidor ante situaciones en las cuales no se respete su poder o su condición.

Frente a la naturaleza jurídica del derecho del consumidor, se vislumbra que las concepciones otorgadas al derecho del consumidor poseen variadas definiciones, y que por ello no signifique que se confronten, sino que por el contrario llegan a complementarse, convirtiéndose de esta manera en una rama del derecho.

Aunque existen diversas teorías, criterios y hasta críticas para sustentar la debilidad del consumidor y adoptarla como un supuesto en todas las normas de defensa de los consumidores en el mundo, a continuación se realiza un breve análisis de algunas de los argumentos para sustentar la vulnerabilidad de los consumidores y su necesidad de protección por parte de las normas jurídicas del Estado:

Debilidad material.- Una de sus características principales que viene dada por la estructura del mercado, es que el proveedor de bienes y servicios tiene mayor poder económico frente a un consumidor promedio. En la

[8] Cf. MOSSET ITURRASPE, J. y LORENZETTI, R.L., "Defensa del Consumidor". Este concepto amplio reúne los elementos comunes de definiciones y caracterizaciones que hacen del consumidor la Ley de Defensa del Consumidor de Argentina, el Código del Consumidor del Brasil, la Resolución Nº 123/96 del Grupo Mercado Común/Mercosur y las Directrices de la O.N.U. de 1.985.

generalidad de los casos los proveedores disponen de los medios económicos, el poder, el tiempo y la infraestructura institucional para tener a su disposición un sinnúmero de profesionales y asesores a su servicio que fácilmente podrían proteger sus intereses en caso de plantearse un conflicto con un consumidor promedio.

Debilidad sicológica.- Por regla general un consumidor que acude ante un proveedor porque necesita un bien o servicio del proveedor. Puede ser que su situación de necesidad haya sido creada por él mismo para satisfacer su demanda de artículos suntuarios o puede que su estado de necesidad se derive de poder atenuar sus necesidades más básicas, como adquirir medicinas para su enfermedad, servicios básicos, alimentos etc. Si a esta situación le añadimos el hecho de que el consumidor esta generalmente en un ambiente extraño y ajeno a su entorno o que existen solo uno o dos proveedores de determinado bien o servicio, como resultado se genera una situación en la que el consumidor no tiene otra opción que aceptar las condiciones del proveedor si pretende satisfacer su necesidad.

Deficiente poder de negociación (bargaining power).- Uno de los ejemplos más palpables donde podemos apreciar ejemplos en los cuales el consumidor tiene poca o ninguna capacidad de negociación es el caso de los contratos de adhesión, en los cuales el consumidor no tiene sino la facultad de adherirse al contrato. Esta práctica es muy frecuente en los servicios de telefonía fija y móvil, medicinas pre-pagada, entre otros. Si bien

es cierto que la existencia y suscripción de este tipo de contratos no contraviene las leyes de protección al consumidor por el solo hecho de ser de un contrato de adhesión, sin duda merma sustantivamente la capacidad de los consumidores de hacer valer sus derechos.

Conocimiento de sus derechos: En la mayoría de países del mundo y especialmente en países menos desarrollados, el conocimiento que los consumidores tienen sobre sus derechos y obligaciones es escaso. Muy pocos consumidores conocen los instrumentos normativos, las instituciones y los mecanismos para hacer respetar sus derechos y para ser compensados en caso de que estos sean vulnerados. El Derecho de Consumo es ante todo preventivo.

Dificultad de acceso a la justicia.- Concatenada a la falta de información de los consumidores sobre sus derechos y obligaciones, está la dificultad que estos tienen para que los mismos sean tutelados por la autoridad estatal. Además de la debilidad sicológica, material y de negociación de la que adolece el consumidor promedio en la mayoría de países, el acceso a la justicia es muy limitado, en lugar de constituir una herramienta para la defensa de sus derechos constituye una barrera para lograrlo.

7. METODOLOGÍA

En el presente trabajo de investigación, emplearé los siguientes Métodos y Técnicas:

Método Científico, hay que diferenciar las siguientes fases:

Observación: Que consiste en la indagación de todos los aspectos de la problemática, lo cual me ayudará principalmente en lo que es el acopio de averiguación teórica y experimental.

Análisis: Radica en el exposición detallado e íntegro de toda la encuesta seleccionada en la fase de análisis; lo que me permitirá desarrollar los contenidos principales del informe final de la tesis.

Síntesis: Consiste en la concentración de los principales instrucciones aprendidos durante el proceso. Lo cual admitirá realizar las conclusiones, recomendaciones y propuesta de reforma jurídica.

Método Inductivo: El método inductivo radica en llegar desde un criterio particular a un general, es señalar, es un método por el cual se alcanza a descubrir el vínculo común que une a todos los recapitulaciones de la problemática, acceder ejecutar las concernientes recomendaciones y propuesta de reforma jurídica, con un orientación total, para ayudar con un desarrollo real.

Método Deductivo: Radica en llegar a partir un precepto general a un mandato individual; por lo cual me servirá para finiquitar los puntos más destacados del desarrollo del presente trabajo.

Procedimientos y Técnicas.

Las técnicas que utilizaré son las siguientes: para el acopio teórico el Fichero Bibliográfico; y, para la recopilación práctica utilizaré la encuesta a 30 profesionales del derecho, y 5 entrevistas a jueces y funcionarios judiciales competentes en el asunto.

8 CRONOGRAMA

AÑO: 2014

Tiempo Actividades	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Elaboración Y presentación del Proyecto	XXX						
Revisión de Literatura		XXX	XXXX				
Aplicación de Encuestas y Entrevistas			XXXX				
Verificación Contrastación de Objetivos e Hipótesis				XXX			
Planteamiento Conclusiones Recomendaciones					XXX		
Presentación del Borrador de la Tesis						XXX	
Presentación del Informe Final							XXX
Sustentación y Defensa de la Tesis							

9. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RECURSOS HUMANOS:

POSTULANTE: DANIA GISSELA SALVATIERRA HERNANDEZ

DIRECTOR DE TESIS: POR DESIGNARSE

RECURSOS MATERIALES:

Materiales de oficinal…… .500

Bibliografía Específica……500

Digitación e Impresión…….....200

Computadora Portátil……..700

Encuadernación y empastado……...100

Transporte y alojamiento……500

Imprevistos……500

TOTAL……..3000

El costo total de la presente tesis asume a la cantidad de Tres mil dólares americanos, los mismos que serán financiados con recursos propios de la postulante.

10. BIBLIOGRAFÍA

-CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008

-LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, R.O. SUPLEMENTO 116, JULIO 10, 2000

-DICCIONARIO JURÍDICO, GUILLERMO CABANELLAS. 2006.

-DIRECCIÓN GENERAL DE SANIDAD Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES: LA -PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LA UNIÓN EUROPEA

-LORENZETTI, RICARDO LUIS. EL DERECHO DEL CONSUMIDOR. EDITORIAL RUBINZAL - CULZONI EDITORES.

-EGAS, PEÑA JORGE. COMENTARIO A LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000.STIGLITZ, GABRIEL Y STIGLITZ, RUBÉN. DERECHO Y DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES. LA ROCCA, BS. AS. 1994.

-MOSSET ITURRASPE, JORGE Y LORENZETTI, RICARDO. DEFENSA DEL CONSUMIDOR. -RUBINZAL CULZONI, SANTA FÉ.1994.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA.

CARRERA DE DERECHO

FORMULARIO DE ENCUESTAS

Para poder sustentar el problema planteado de mi tema de investigación de tesis intitulado "LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR" Me he permitido realizar un cuestionariode preguntas comedidamente solicito se digne contestar.

PRIMERA PREGUNTA

¿Cree Ud. que en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor existe la protección jurídica y el respeto a los derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios?

……

……

SEGUNDA PREGUNTA

¿El ecuatoriano reclama sus derechos frente a posibles abusos o incumplimientos de consumos de bienes o servicios?

TERCERA PREGUNTA

¿Estima usted que la divulgación de los derechos del consumidor tiene el suficiente espacio para su conocimiento eficaz y efectivo?

……

……

CUARTA PREGUNTA

¿Pueden sancionar u ordenar Instancias como la Defensoría del Pueblo?

……

……

QUINTA PREGUNTA

¿Cree usted que sería conveniente para el consumidor realizar reformas en la actual Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, específicamente reforzando sus derechos para su mejor compresión?

……

……

GRACIAS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA.

CARRERA DE DERECHO

FORMULARIO DE ENTREVISTA

Para poder sustentar el problema planteado de mi tema de investigación de tesis intitulado "LA VULNERACION DE LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES, CAUSAN PERJUICIO AL CONSUMIDOR" Me he permitido realizar un cuestionariode preguntas comedidamente solicito se digne contestar.

PRIMERA PREGUNTA

¿Cree Ud. que en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor existe la protección jurídica y el respeto a los derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios?

……

……

SEGUNDA PREGUNTA

¿El ecuatoriano reclama sus derechos frente a posibles abusos o incumplimientos de consumos de bienes o servicios?

TERCERA PREGUNTA

¿Estima usted que la divulgación de los derechos del consumidor tiene el suficiente espacio para su conocimiento eficaz y efectivo?

……

……

GRACIAS

ÍNDICE **Pág.**

PORTADA…….. I

CERTIFICACIÓN..... II

AUTORÍA..... III

CARTA DE AUTORIACION……. IV

DEDICATORIA..... V

AGRADECIMIENTO..... VI

TABLA DE CONTENIDOS..... VII

1. TÍTULO…… 1

2. RESUMEN..... 2

2.1. ABSTRACT. 4

3. INTRODUCCIÓN..... 6

4. REVISIÓN DE LITERATURA…… 9

4.1 MARCO CONCEPTUAL……..…… 9

4.1.1 El conjunto de derechos…… 9

4.1.2.Derechos del Consumidor y Principios específicos……..… 10

4.1.3 Responsabilidad Objetiva o Solidaria…….. 12

4.1.4 Del Consumidor y sus Derechos…… 17

4.1 .5 Vulnerabilidad de los Derechos del Consumidor…… 20

4.2 MARCO DOCTRINARIO…… 22

4.2.1Los conceptos como consumidor …… 22

4.2.2 Para los economistas consumidor:…… 24

4.2.3 Principio de la información: ……..… 25

4.3 MARCO JURÍDICO…… 27

4.3.1 El aparecimiento de nuevas y cada vez más complejas formas de negociación y tecnologías,…….……27

4.3.2 El derecho del consumidor…… 27

4.3.3Normas Constitucionales de Protección a los Consumidores… 28

4.3.4 Normas Legales…… 30

4.3.5 Organismos de Control…….. 34

4.3.6 De la Defensoría del Pueblo:……... 35

4.4 LEGISLACIÓN COMPARADA…… 37

4.4.1Perú…… 37

4.4.2 ARGENTINA…… 42

4.4.3 ESPAÑA…… 44

5. MATERIALES Y MÉTODOS……..… 46

5.1.- Materiales…… 46

5.2.- Métodos……..…… 46

6. RESULTADOS……..…… 48

6.1 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA……48

6.2 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA……56

6.3 ESTUDIO DE CASOS…… 58

7. DISCUSIÓN…… 61

7.1 VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS…… 61

7.2 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS…… 63

7.3 FUNDAMENTACIÓN JURÍDICA ……..…… 64

8. CONCLUSIONES…… 65

9. RECOMENDACIONES…… 67

9.1PROPUESTA DE REFORMA JURÍDICA……..…… 68

BIBLIOGRAFÍA…… 71

11. ANEXOS…… 73

INDICE…… 95