

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

1

Protección al Consumidor y la Libre Empresa

Gina Jeraldine Barón Muñoz

Universidad La Gran Colombia

Facultad De Derecho

Derecho

Bogotá D.C.

2014

Resumen

Uno de los aspectos más relevantes que nace de la relación que se realiza entre economía y ciencias jurídicas es el derecho a la competencia, en donde se ha creado a nivel internacional y nacional nuevos sistemas de política y legislación de competencia por lo cual diferentes organizaciones internacionales han sido generadoras de tales incidentes teniendo como matriz, obtener un mercado más extenso para las transacciones de bienes y servicios con motores de incremento y mejora del mercado equitativo mundial, siendo esencial la libertad económica dentro de un ámbito de responsabilidad social, jugando un papel importante el consumidor el cual genera un mercado eficiente en aspectos de calidad y precios de los productos y servicios.

El presente artículo es producto del vínculo entre la real eficacia de las normas defensoras de la libre competencia con la existencia de una industria moderna y capaz, teniendo como referencia problemáticas sociales y económicas, tales como, estructura industrial sin contenido tecnológico, limitaciones para acceder a capital para comenzar industria diferente a las ya establecidas, protección a empresas ya existentes por parte de entidades públicas, la ausencia de cultura empresarial competitiva entre otras.

Abstract

One of the most important issues that arises from the relationship economy and legal science is the right to competition, creating a new international and national systems of competition policy and law in which different international organizations have been generated such incidents having as principle to get a larger market for transactions of goods and services with strategies of increasing and improvement of equitable global market without breaking the fundamental condition of economic freedom in an environment function and social responsibility.

This article is the product of the link between the effectiveness of defense rules of free competition with the existence of a modern and capable industry, having as a reference economic and social problems such as industrial structure without limitations to get the capital in order to undertake a different industry related to the already established, existing protection by public corporate entities, the lack of competitive business culture among others.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

4

Teniendo en cuenta la necesidad de un marco jurídico que protegiera los intereses de los consumidores, a mediados del siglo XX, empieza a tomar importancia el papel del consumidor frente a las políticas del mercado como promotor de la economía, donde ha tenido un progreso notorio en los países más desarrollados teniendo como objetivo fundamental la protección de los consumidores en un ordenamiento jurídico, dado por las necesidades del mercado en el mundo actual en el que se acredite justicia entre relaciones económicas con los consumidores.

La protección tiene dos campos de acción, por un lado la protección indirecta y por otro la protección directa.¹ La primera comprende todo el poder público y el ordenamiento jurídico correspondiente a temas relacionados con el mercado interior, libertad de competencia, política de precios, regulación de importaciones, vigilancia de las multinacionales, mientras que la protección directa se concentra en proteger derechos concretos del consumidor como lo son los intereses económicos es decir sobre los bienes y servicios accedidos.

El derecho del consumo ha tenido un gran desarrollo legislativo en el mundo en donde es materia de varias ramas del derecho, ubicándose como un derecho transversal y pluridisciplinario en donde guarda estricta relación con el derecho a la competencia como regulador de las conductas de los agentes del mercado protegiendo al consumidor quien llega a ser el sujeto final de la cadena productora. En la mayoría de los países europeos existe una tendencia a que la legislación sobre la competencia sea complementada con un nivel de protección alto al consumidor. Rubio Escobar, resalta que el objeto común de la relación existente entre protección a la competencia, propiedad industrial y la protección al consumidor es el bienestar de los

¹ Castro y Bravo. Notas sobre las limitaciones intrínsecas de la autonomía de la voluntad. Madrid. 1982, p. 1071.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

5

consumidores.² En donde afirma de igual forma “en efecto, sean cual sean las finalidades que persiga el derecho de la competencia, lo cierto es que el objetivo principal y primario del mismo es el bienestar de los consumidores. La competencia lleva a que las empresas sean eficientes, y esas eficiencias hace que los consumidores se les garantice la calidad, el precio de los bienes y servicios en términos crecientemente satisfactorios... si no existiera competencia, los consumidores se verían abocados a adquirir el único bien que se les ofrezca, sin importar calidad y precio, pues no habría otro en el mercado”.³ Es por esto que todas las conductas que atente contra el consumidor también perjudican al competidor.

La protección al consumidor y el derecho de la competencia se asemejan ya que tratan de atacar el desequilibrio económico y buscan introducir una lealtad contractual. Es por esto que la normatividad sobre la protección de los consumidores se ocupa de las relaciones entre consumidores y empresa, donde por otro lado el derecho de la competencia ahonda las relaciones entre empresas que actúan a menudo en el mismo sector de actividades.

La competencia se considera beneficiosa para el consumidor que podrá comparar la calidad de los productos y de los servicios ofertados, los precios demandados y decidirse por el que mas le interese exigiendo una lealtad en la competencia, que no atente el mercado y que prevenga practicas desleales, puesto que si existe la practica desleal no solo perjudica al consumidor si que pueden dañar la imagen del sector restándoles clientes.

En materia de política de la competencia, la desregulación económica, la apertura comercial, las privatizaciones y los diferentes acuerdos comerciales, bajo estructuras regionales y/o bilaterales,

² Rubio Escobar, Jairo. Introducción Al Derecho De La Competencia. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, 2005. p. 6.

³ Ibid. p. 8.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

6

han motivado e impulsado la necesidad de conjuntos normativos e instituciones que regulen, controlen y vigilen el desenvolvimiento de los diferentes agentes económicos en los mercados reconociendo la actividad industrial, comercial y de servicios que se da al interior de los Estados, mediante un libre mercado logrando que los mercados sean competitivos.

Los países en vía de desarrollo como Colombia han quebrantado de cierta manera la normatividad correspondiente al derecho de la competencia, puesto que dentro de las problemáticas existentes contamos con la poca participación de competidores delimitando el tamaño de los mercados por lo que pocos alcanzan ser eficientes, a su vez se presenta una limitación frente a una real financiación para emprender industria diferente a la que ya existe, impidiendo la invención industrial interna, por otro lado tenemos, la protección por parte de las instituciones publicas a empresas ya existentes, además de no contar con una estructura industrial con capacidad tecnológica que permita la modernización, y por ultimo la falta de cultura empresarial competitiva.⁴

Lo anterior, muestra la importancia de que la norma protectora de la libre competencia sea eficaz y este vinculada con una industria moderna para generar desarrollo, donde se tiene como consecuencia que las pequeñas y medianas empresas se estanquen y no puedan convertirse en grandes competidores en el mercado.

El banco mundial preocupado por la forma de concebir las políticas de libre competencia en países en desarrollo, ha especificado: "... la competencia puede ser disminuida de forma significativa por diferentes políticas publicas, como también por acuerdos institucionales. De la misma forma, diferentes prácticas anticompetitivas de las empresas son facilitadas por distintas

⁴ Cabanellas De Las Cuevas, Guillermo. Derecho Antimonopolio..., Cap. 1, PP 14 y ss.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

7

intervenciones gubernamentales en el mercado. Por lo tanto el mandato de las oficinas de competencia se extiende más allá de la sola aplicación de las normas de la competencia. Así, debe participar en la formación de forma general de políticas económicas de su país, sobre todo aquellas que puedan afectar negativamente la estructura competitiva de los mercados, la conducta de las empresas y el resultado económico.

Para que un mercado sea competitivo se requiere de eficiencia social entre productores y consumidores, para lo cual se deben reunir las siguientes condiciones: competencia perfecta, gran número de compradores, gran número de vendedores, agentes descentralizados, agentes precio-aceptantes.⁵

El derecho del consumidor nace entonces por que el consumidor en ocasiones puede ser débil frente al productor fuerte. Esto último como se ha mencionado anteriormente, es el fin del marco jurídico que garantice los derechos de los consumidores frente a las fallas del mercado.

Ahora bien, en la unión europea se reconoce los intereses de los consumidores, para que este permita que el mercado interior obtenga un real crecimiento en el cual puedan acceder todos a los bienes y servicios procedentes de cualquier punto de la unión.⁶ Por lo cual nace la necesidad de una política integral de protección al consumidor al elaborar tratados y legislaciones que guardan relación directa con la protección al consumidor, creando en el derecho interno una directiva comunitaria que codifica la protección de los consumidores en un único texto, simplificando las normas existentes, donde su principal objeto es favorecer a el mercado interior para que amplíe la confianza entre el consumidor y las empresas, permitiendo a estas últimas

⁵ Pinzón Camargo, Mario. Aproximaciones Al Análisis Económico Del Derecho, Universidad Externado de Colombia. 2010.

⁶ Sentencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea de 20 de Febrero de 1979, asunto 120/78, RJTJ, p. 649.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

8

realizar transacciones fronterizas. Tal cual lo expone la misma norma de la siguiente manera “una armonización plena de determinados aspectos reglamentarios fundamentales debe reforzar considerablemente la seguridad jurídica, tanto para los consumidores como para los comerciantes. Los consumidores y comerciantes deben poder contar con un único marco normativo basado en conceptos jurídicos claramente definidos que regulan determinados aspectos de los contratos celebrados entre empresas y consumidores de la unión”.

Algunas disposiciones del derecho del consumo imponen obligaciones específicas a los comerciantes, tales como el deber de información en materia de fijación de precios, la obligatoriedad de la oferta a persona indeterminada, en materia de publicidad y etiquetaje. En igual forma el deber de garantía sobre los productos vendidos.

Tenemos de la mano a la publicidad mostrándose como medio de los comerciantes para ofrecer a los consumidores productos y servicios. La publicidad tiene gran importancia en el consumidor ya que por medio de esta el consumidor decide que producto desea, la encontramos en todos lados cautivando al consumidor para promover la marca del empresario, en donde empieza a surgir un papel importante el ordenamiento jurídico en aspectos como la publicidad lícita y el engaño en la publicidad en donde se evidencian mensajes manipulados, confusos e inexactos, aprovechándose del consumidor atentando de igual forma contra la lealtad y buena fe con la que debe actuar el competidor en el mercado.⁷

Con lo anterior, cabe anotar la importancia de la confianza del consumidor con la veracidad de la información pues este no siendo experto asume como real el producto o servicio mostrado. Ya

⁷ Lara Gonzales, Rafael. Los Actos De Engaño Y Comparación Como Ilícitos Publicitarios, Una Aproximación A La Publicidad Engañosa Y A La Publicidad Comparativa Desde El Derecho Español. Bogotá. Colegio De Abogados Comercialistas.2010. P. 33.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

9

que tiene dos clases de consecuencias jurídicas, primero un daño al mercado de carácter general por violentar las normas relativas a la protección al consumidor provocando protección de intereses generales, y por otro lado, un daño de carácter particular cuando el consumidor celebra el contrato bajo los efectos de la publicidad engañosa⁸.

El derecho desde hace poco tiempo regula la actividad publicitaria y las conductas que atentan contra los derechos de los consumidores como la publicidad engañosa, esta última caracterizándose por la aptitud de engaño o inducción a error al consumidor⁹.

En el ámbito europeo, en Alemania la *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb* (UWG) de 1896, sanciona la publicidad engañosa como un tipo de conducta desleal y el 1909 se sanciona penalmente la publicidad engañosa¹⁰.

Entonces se analiza que la publicidad engañosa fue sancionada históricamente primero con acto de competencia desleal y posteriormente se sanciona con el interés de proteger a los consumidores, por lo que actualmente esa ilicitud publicitaria atenta contra los derechos de los competidores y los consumidores.

Por otro lado, ninguna economía está en condiciones de autoabastecerse, por lo que requiere de procesos de unificación comercial y es donde el consumidor entra a ser la parte débil dentro de las relaciones de consumo, por ello nacen los tratados internacionales para armonizar sistemas judiciales entre Estados. Aunque llega a ser una gran problemática en Colombia, puesto que de los acuerdos comerciales firmados y ratificados la protección y tutela llega a ser débil, porque

⁸ Análisis de derecho comparado sobre la aplicación del acervo sobre consumidores en los estados miembros puede verse en http://ec.europa.eu/consumers/7rights/7cons_acquis_en.htm#com.

⁹ Sentencia Corte Constitucional, T- 145 de 2004

¹⁰ Barci Lehmann, Rodrigo. Algunas consideraciones sobre la publicidad ilícita en España y Europa, vol 5, No. 002. P. 270.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

10

deja en manos de los distribuidores, comerciantes, proveedores y expendedores nacionales la responsabilidad de atender situaciones quejas de los consumidores, es decir no existe un organismo jurisdiccional transnacional al que pueda acudir el consumidor en caso de daños y perjuicios.¹¹

El desarrollo comercial cada vez se hace más rápido y los cambios en la normatividad no van a la misma velocidad, lo que dificulta una protección aplicable a los derechos de los consumidores. A pesar de diferentes adhesiones a las leyes de los países en la cual intervenga la relación entre ellos no sirve de nada puesto que la economía es tan dinámica que los aparatos legislativos no se pueden adecuar para dicha protección.

Por lo anterior, se establece varias soluciones a las problemáticas de la libre competencia y protección al consumidor, por lo cual se debe dar un papel importante al Estado en donde este debe ser más exigente con los sistemas de importación de bienes y el ejercicio del comercio, utilizando sus propios sistemas normativos, tutelando de manera adecuada los derechos de consumo. Es decir se pueden utilizar varias líneas de acción como se enumeraran a continuación:

Primero, es necesario la inversión del Estado en educación de bienes y servicios buscando consumo con racionalidad, transparencia y con la suficiente información para que el consumidor decida que necesita, a quien le compra, bajo qué condiciones, y que compra. Se torna fundamental capacitar a los consumidores puesto que esto estimula la competencia, por que el consumidor busca opciones reales, información exacta y veraz formando un mercado transparente y constituyéndose derechos sólidos. Esto de la mano, de una mejora al bienestar del

¹¹ *Los Derechos De Los Consumidores Colombianos Y Los Tratados Internacionales*. Instituto De Estudios Jurídicos De Consumo Y De La Competencia.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

11

consumidor en términos de calidad, oferta, variedad de productos y servicios, un mercado accesible y seguro.¹² Como segunda acción, se puede instruir a los comerciantes tanto importadores como exportadores, las obligaciones que tienen para comercializar interna y externamente los servicios y productos. Como tercera acción, es importante que las instituciones jurisdiccionales conozcan de manera prioritaria la legislación referente al derecho del consumidor puesto que muchas veces ni siquiera se conocen las normas especiales frente al tema. Como cuarta acción, tenemos a los medios de comunicación a los que se les debe hacer entender la gran función y responsabilidad social que tienen para que se informe de manera clara, veraz y oportuna sobre los bienes y servicios que se comercializan por medio de ellos y evitar la publicidad engañosa tal como lo enfatizan los organismos internacionales y la doctrina española, se puede empezar con una promoción en donde las empresas entiendan los beneficios del mercado competitivo, creando de esta manera conciencia entre los empresarios. Aunque Ahora en cuanto a la publicidad engañosa, gracias a la ley 1480 de 2011, se evidencia una notable protección puesto que se habla de una sanción administrativa y otra contractual, protegiendo verazmente los bienes jurídicos. Y por último, darle un papel importante a las organizaciones de los consumidores en donde ellos tengan una participación activa en materia de protección de relaciones económicas como la elaboración de políticas y regulaciones competitivas, evitando que intervengan intereses particulares y se logre el bien común.

Además de esto debe asegurarse que las empresas, principalmente las PYME, puedan beneficiarse de un entorno regulador predecible y simplificado que facilite intercambios comerciales y disminuyan sus gastos.

¹² Directiva 2011/83/UE.

PAPEL DEL CONSUMIDOR EN PRÁCTICAS COMERCIALES DE UN MUNDO GLOBALIZADO

12

Finalmente, con lo anterior planteado se busca explicar la incidencia que tiene la economía actual con los derechos de los consumidores, buscando de esta manera conciencia que pueda promover las buenas prácticas frente al consumo ayudando a que el mercado crezca.

BIBLIOGRAFIA

GUAL ACOSTA, José Manuel y VILLALBA CUELLAR, Juan Carlos. Derecho del Consumo, Problemáticas Actuales. Universidad Santo Tomas.

CANAVAL PALACIOS, Juan Pablo. Manual de Propiedad Intelectual. Universidad del Rosario. 2008.

ALVARES LONDOÑO, Luis Fernando, Retrospectiva y Prospectiva del Derecho de la Competencia en América Latina. Universidad Javeriana.

Directrices de la OCDE para la protección de los consumidores de prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas. www.oecd.org/sti/consumer/34012151.pdf.

WEINGARTEN, Celia, El Valor Económico de la Confianza para Empresas y Consumidores. Colección de Derecho Económico III. Universidad Externado de Colombia. 2001.