

Capítulo II.

ANÁLISIS DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES REGULADOS EN EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR.

En el presente capítulo vamos a analizar jurídicamente el artículo 1 de la Ley 29571, que promulga el Código de Protección y Defensa del Consumidor, en adelante el Código, el cual establece la existencia de múltiples derechos de los cuales los consumidores son titulares y estos tienen vigencia tanto dentro como fuera de una relación de consumo entablada con el proveedor.

El artículo 1 del Código se titula “Derechos de los consumidores” el cual se divide en 3 secciones enumeradas. Los artículos 1.1, 1.2 y 1.3. Estas tres secciones van a ser analizadas sistemáticamente y en forma ordenada.

En el apartado anterior, analizamos el literal A del numeral 1 del artículo 1 del Código, sobre el cual arribamos a las siguientes conclusiones:

- *Los productos o servicios objeto de la protección eficaz que el INDECOPI debe desplegar en el presente derecho, deben tener la condición de previsibles o normales, y deben tener la capacidad de generar un peligro razonable que atente contra los bienes jurídicos de vida, salud e integridad física de todos los consumidores. Se puso a modo de ejemplo el producto de fuegos artificiales y el servicio de prestación de servicio de seguridad con empleo de armas de fuego, así como de la existencia de protección jurídica ex ante y ex post desplegada por el INDECOPI, en la materia de protección al consumidor.*
- *La protección eficaz que el Estado, a través del INDECOPI, le debe brindar al consumidor respecto de productos y servicios puestos en el mercado no se restringe a que estos tengan características que puedan poner en peligro su vida, integridad física o salud, puesto que la protección jurídica se despliega en forma general con el establecimiento de procedimientos administrativos sólidos, con resoluciones administrativas previsibles y firmes y con la imposición de sanciones ejemplares a los proveedores infractores con la finalidad de enviar un mensaje a la sociedad y desincentivar la comisión de dichas infracciones en un futuro, en función de proteger los derechos de los consumidores en el marco de la Economía social de mercado en la que nos encontramos.*

A continuación, vamos a analizar el artículo 1.1 literal B, el cual es presentado en la norma de la siguiente manera:

“1.1. En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

“Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.”

Acerca del derecho de acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible.

El derecho a acceder a información es vital para el normal desenvolvimiento de las transacciones de consumo en el mercado. Es el pilar fundamental para eliminar la asimetría de información que existe en una relación de consumo, respecto del proveedor con el consumidor acerca de un bien o servicio que se encuentra puesto en el mercado.

El receptor del derecho de acceder a información es el consumidor, tanto dentro como fuera de una relación de consumo, y el obligado a brindarle dicha información es el proveedor.

La fuente principal de donde el proveedor debe brindar la información mencionada es del producto o servicio que ofrece en el mercado. El objeto de la información es conocer detalladamente y de forma razonable las cualidades, características y bondades del producto o servicio ofrecido al consumidor en el mercado.

La información que el proveedor va a brindarle al consumidor debe contener las siguientes características.

- A) **La información debe ser oportuna.** Esto se debe interpretar en el sentido que la decisión de consumo debe encontrarse dotada de la información del producto o servicio que se quiere consumir tanto antes de realizar el consumo como durante la realización del consumo, así como al momento de ejecutarse.
- B) **La información debe ser suficiente.** Esto quiere decir que la información que el consumidor adquiera por parte del proveedor debe ser la suficiente como para que el consumidor realice una elección de consumo o tome una decisión de consumo razonable, en función de satisfacer sus intereses legítimos en el mercado.
- C) **La información debe ser veraz.** Este precepto apela a la veracidad de la información que va a ser transmitida. El proveedor tiene la obligación que la información que va a ser transmitida tenga la cualidad de veraz, real, congruente con aquello que ofrece, ello en función a coadyuvar la generación de una

decisión y elección de consumo razonables que se amolden a los intereses legítimos por satisfacer del consumidor.

- D) **La información debe ser fácilmente accesible.** Este precepto establece que la información debe ser de fácil acceso al consumidor. Esto quiere decir que el proveedor debe adoptar las medidas necesarias para que dicha información sea localizada en forma rápida y segura, sin incurrir el consumidor en ningún costo que perjudiquen la transacción de consumo.

En conclusión, la información que va a ser transmitida al consumidor en el mercado recae exclusivamente sobre los productos o servicios que el proveedor posee, con la finalidad de reducir o eliminar la asimetría informativa que existe en cada transacción de consumo.

A su vez, esta información no puede tener cualquier característica, debe contener las características de ser fácilmente accesible, oportuna, suficiente y veraz, sin perjuicio que el proveedor le ofrezca al consumidor mejores condiciones de transmisión de la información mencionada.

Acerca que la información debe ser relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

Este segundo párrafo del derecho acotado constituye la finalidad por la cual se impone la obligación al proveedor de brindar información respecto del producto o servicio ofrecido y con las características antes citadas.

Las finalidades son las siguientes.

- A) **La información brindada deber ser relevante para que el consumidor tome una decisión de consumo.** Esto quiere decir que la información que el proveedor brinde acerca del producto o servicio debe tener como objeto que el consumidor genere una decisión de consumo razonable, informada y completa, respecto de la satisfacción de sus intereses legítimos internos para consumir el producto o servicio señalado.
- B) **La información brindada debe tender a que el consumidor realice una elección de consumo que se ajuste a sus intereses.** La elección de consumo que se ajuste a los intereses del consumidor debe tener como inmediata consecuencia la existencia de información, con las características anotadas en el apartado primero, brindada por el proveedor respecto del producto o servicio ofrecido.

Esta elección recae sobre aquellos productos o servicios que el consumidor tiene como opción consumir en el mercado, en función de las decisiones de consumo que ha realizado previamente, con la finalidad que las transacciones en el mercado se realicen en forma óptima, razonable y congruente con la satisfacción interna y legítima de la esquila de deseos que tiene el consumidor, generando bienestar social en la población.

- C) **La información brindada debe generar en el consumidor un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.** La información brindada sobre el producto o servicio ofrecido debe generar en el consumidor, una vez realizada la decisión de consumir y la elección de qué consumir en función de sus intereses legítimos internos, un uso o consumo de los productos o servicios, dependiendo de cuál es el objeto de la transacción de consumo, adecuado. Esto quiere decir que el consumidor debe tener la información suficiente, veraz, oportuna y fácilmente accesible que le permita usar o consumir el producto o servicio comprado en forma adecuada, idónea y segura, con la finalidad de perfeccionar la transacción de consumo y de satisfacer sus intereses en función de su esquila de deseos interna.

En conclusión, la información brindada por el proveedor respecto de los productos o servicios que ponen en circulación en el mercado debe tener tres finalidades específicas.

- A) Debe ser relevante para que el consumidor realice una decisión de consumo.
- B) Debe ser relevante para que el consumidor realice una elección de consumo que satisfaga sus intereses.
- C) Debe generar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios comprados.

Conclusiones

- La información que va a ser transmitida al consumidor en el mercado recae exclusivamente sobre los productos o servicios que el proveedor posee, con la finalidad de reducir o eliminar la asimetría informativa que existe en cada transacción de consumo. A su vez, esta información no puede tener cualquier característica, debe contener las características de ser fácilmente accesible, oportuna, suficiente y veraz, sin perjuicio que el proveedor le ofrezca al consumidor mejores condiciones de transmisión de la información mencionada.
- La información brindada por el proveedor respecto de los productos o servicios que ponen en circulación en el mercado deben tener tres finalidades específicas.

A) Debe ser relevante para que el consumidor realice una decisión de consumo.
B) Debe ser relevante para que el consumidor realice una elección de consumo que satisfaga sus intereses. C) Debe generar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios comprados.

19 de enero del 2022.

Paolo Sebastian Canalle Paz.