

Capítulo II

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

Derecho al trato justo y a la no discriminación

En el presente capítulo analizamos 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, hemos analizado el literal c del numeral 1 del artículo 1 del Código, sobre el cual hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- La protección de los intereses económicos de los consumidores se configura como un derecho objetivo cuyo titular único y exclusivo es el consumidor, y que las disposiciones normativas y los órganos competentes imponen sanciones y prohibiciones fundándose en la premisa de generar una paridad al momento de contratar sobre bienes o servicios a ser consumidos, así como evitar el abuso por parte del proveedor de su posición favorable dentro de la relación de consumo.
- Las modalidades explicadas desde el literal A al D son formas típicas de protección de los intereses económicos de los consumidores frente a los proveedores en una relación de consumo.

A continuación, vamos a analizar el artículo 1.1 literal d, 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 un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.”

Acerca del derecho de los consumidores a recibir un trato justo y equitativo en todas las transacciones comerciales.

La primera disposición del artículo bajo análisis establece una obligación legal dirigida a los proveedores en una relación de consumo, la cual establece que los consumidores tienen el derecho a ser tratados en forma justa y equitativa en todas las transacciones comerciales en los que formen parte.

Esto quiere decir que los proveedores tienen, además de las obligaciones de tipo contractual que pacten en el contrato de consumo, una obligación de tipo legal específica trascendente, la cual es tratar a todos los consumidores en forma idónea, materializándose ello en un trato justo y equitativo en todas las transacciones comerciales en sus etapas constitutivas.

Es menester recordar en este punto cómo se configuran las transacciones comerciales de consumo.

Las transacciones comerciales de consumo son todos aquellos negocios jurídicos que tienen como objeto la dación de un producto o servicio que se ofrece en el mercado, en el cual los sujetos intervinientes son, por un lado, el proveedor, en su calidad de dador del servicio o del bien objeto del contrato, y por otro lado el consumidor, que es por voluntad propia adquiere este servicio o bien, a cambio de una contraprestación económica. Todo ello dado dentro de una coyuntura comercial de intercambio de bienes y servicios constantes.

Estos negocios jurídicos son conocidos como contratos de consumo, que dan origen a una relación de consumo entre los actores intervinientes originan obligaciones de tipo convencional y legal entre ambas partes y establece diversas responsabilidades administrativas a cargo del proveedor en caso incumpla con sus obligaciones.

Una de las obligaciones legales a cumplirse, que tiene carácter imperativo por cuanto la ley así lo establece, es el de brindarle a todos los consumidores un trato justo y equitativo en todas las etapas de conformación del contrato de consumo, desde su celebración hasta su perfección, con la finalidad de proteger la dignidad e igualdad del consumidor, sin importar su condición económica social en la que se encuentra.

La razón de la existencia de esta disposición normativa tiene su origen inmediato en la Constitución Política de 1993, cuando se establece en su artículo 1 que la defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad son el fin supremo de la sociedad y del Estado.

En consecuencia, tanto los miembros de la sociedad como las instituciones pertenecientes al Estado tienen la obligación de hacer respetar la dignidad de la persona humana en todas sus dimensiones que, en el caso del mundo de consumo, se manifiesta con el deber legal de implementar una conducta destinada a generar, por parte de los proveedores, un trato justo y equitativo dirigido a todos los consumidores con la finalidad que estos, independientemente de sus condiciones particulares, puedan realizar decisiones, transacciones y negociaciones de consumo ante cualquier proveedor en el mercado, logrando de esta manera la satisfacción de las necesidades de consumo intrínsecas y extrínsecas legítimas que tiene cada consumidor.

En conclusión, la obligación legal dirigida a los proveedores de brindarle un trato justo y equitativo a los consumidores en todas las transacciones comerciales tiene su origen en el artículo 1 de nuestra actual carta magna, la cual establece la directiva dirigida a los miembros de la sociedad y del Estado que el fin supremo y último perseguido es la dignidad y la defensa del ser humano.

Ello, llevado al mundo de consumo, tiene como objeto establecer un parámetro de conducta de los proveedores dirigido a brindarle a los consumidores un trato justo y equitativo, prevaleciendo en ello la igualdad y dignidad, con la finalidad que estos puedan realizar negociaciones, transacciones y decisiones de consumo en forma idónea, legítima y directa que satisfaga su esquila interna de necesidades.

Acerca del derecho de los consumidores a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.

Los consumidores, además del derecho a un trato justo y equitativo en todas las transacciones comerciales de consumo en la que participan, tienen el derecho a no ser discriminado en todas las etapas configurativas de la transacción comercial de consumo, como se explicó líneas arriba.

Las formas de discriminación, marcadas en la presente disposición en forma enunciativa mas no taxativa, son la manifestación de la búsqueda de la igualdad en la rama de protección al consumidor de lo establecido en el artículo 2 inciso 2 de nuestra carta magna.

La discriminación es todo acto activo o pasivo lesivo a una persona determinada o determinable por el cual, sin existir justificación objetiva, diferenciarla o apartarla de un grupo determinado de personas. Por ejemplo, nos encontramos ante un caso de

discriminación cuando no se le permite el ingreso a un local de consumo a una persona por razones explícitamente de raza, condición social, religión u orientación sexual.

Explicamos a continuación las formas de discriminación señaladas en este precepto:

1. **Origen**: La discriminación por motivo de origen hace referencia a la segmentación o diferenciación que los proveedores realizan a los consumidores respecto de los productos o servicios que ofrecen en el mercado al momento de ofrecerlo en el mercado. Es así que, se configura discriminación por origen cuando un proveedor ofrece sus productos o servicios a las personas de origen limeño y no se los ofrece a los que tienen origen trujillano, sin existir justificación objetiva para ello.
2. **Raza**: La discriminación por motivo de raza hace referencia a la diferenciación que hacen los proveedores al momento de ofrecer productos o servicios en los mercados de los consumidores por razón de su raza étnica. Es así que se configurará esta forma de discriminación cuando un proveedor solo ofrezca un producto o servicio a una persona caucásica y la deniegue a una persona malaya, sin existir justificación objetiva para ello.
3. **Sexo**: La discriminación por motivo de sexo hace referencia a la diferenciación que hacen los proveedores al momento de ofrecer productos o servicios en los mercados de los consumidores por razón de su orientación sexual, sea este hombre, mujer, transgénero, entre otros. Es así que se configurará esta forma de discriminación cuando un proveedor ofrezca un producto o servicio a una persona de sexo hombre y no a una mujer, cuando ofrezca su producto a una persona de sexo mujer y no a una transgénero, sin existir o mediar justificación objetiva para ello.
4. **Idioma**: La discriminación por motivo de idioma hace referencia a la diferenciación que hacen los proveedores al momento de ofrecer productos o servicios en los mercados de los consumidores por razón la lengua originaria que tienen los consumidores. Es así que se configurará esta forma de discriminación cuando un proveedor ofrezca un producto o servicio a una persona que hable italiano y no a una persona que hable quechua, sin mediar justificación objetiva para ello.
5. **Religión**: La discriminación por motivo de religión hace referencia a la diferenciación que hacen los proveedores al momento de ofrecer productos o servicios en los mercados de los consumidores por razón de la religión que profesan. Es así que se configurará esta forma de discriminación cuando un

- proveedor ofrezca un producto o servicio a una persona que es protestante y no se la ofrezca a una persona que es evangélica, sin mediar justificación para ello.
6. **Opinión**: La discriminación por motivo de opinión hace referencia a la diferenciación que hacen los proveedores al momento de ofrecer productos o servicios en los mercados de los consumidores por razón de la opinión que tienen estos respecto de cualquier tema controversial, sea general o específico con dicho proveedor, respecto de diversos temas. Es así que se configurará esta forma de discriminación cuando un proveedor no ofrezca sus productos o servicios a personas que opinen contrario a él y que, si se las ofrezca a personas que tienen una opinión favorable de este, sin mediar justificación objetiva certera para dicho efecto.
 7. **Condición económica**: La discriminación por motivo de condición económica hace referencia a la diferenciación que hacen los proveedores al momento de ofrecer productos o servicios en los mercados de los consumidores por su condición económica. Es así que se configurará esta forma de discriminación cuando un proveedor ofrezca un producto o servicio a una persona que se reputa de alto nivel económico y no los ofrezca a una persona que se repute de bajo nivel económico, sin mediar justificación objetiva certera para dicho efecto.
 8. **De cualquier otra índole**: Como se puede apreciar, el legislador ha dejado este ultimo apartado como una clausula de *numerus apertus*, por cuanto deja a la interpretación de la autoridad competente para conocer el caso, que es el INDECOPI a través de la autoridad de consumo y sus órganos de solución de conflictos desconcentrados, la calificación de la conducta presentada dentro de la rama de discriminación, siempre que cumpla con los requisitos para su configuración y dicha interpretación tenga como sustento una apreciación razonada, en función de desterrar la arbitrariedad en las decisiones y calificaciones.

A modo de conclusión, el precepto normativo analizado le otorga a los consumidores el derecho de consumir, elegir y realizar transacciones comerciales de consumo en forma libre y sin prejuicios, por cuanto le impone al proveedor la obligación de no discriminar a sus consumidores en las formas que se han explicado, así como de no hacerlo en forma análoga ni similar.

De la misma forma, este precepto encuentra su origen en el artículo 2 inciso 2 de nuestra actual carta magna de 1993, por cuanto busca generar igualdad en el consumo que, a su vez, busca preservar la dignidad que todo consumidor tiene al realizar transacciones

de consumo en función de satisfacer sus necesidades legítimas y generar un ambiente de bienestar social aceptable.

Conclusiones:

- Los consumidores tienen el derecho de elegir y realizar transacciones comerciales de consumo en forma libre y sin prejuicios.
- El proveedor tiene la obligación de no discriminar a sus consumidores en las formas que se han explicado, así como de no hacerlo en forma análoga ni similar.
- Este precepto encuentra su origen en el artículo 2 inciso 2 de nuestra actual carta magna de 1993, por cuanto busca generar igualdad en el consumo que, a su vez, busca preservar la dignidad que todo consumidor tiene al realizar transacciones de consumo en función de satisfacer sus necesidades legítimas y generar un ambiente de bienestar social aceptable.
- Los proveedores tienen la obligación legal de brindar un trato justo y equitativo a los consumidores en todas las transacciones comerciales en las que se encuentren sumergidos en concordancia con el artículo 1 de nuestra actual carta magna, la cual establece la directiva dirigida a los miembros de la sociedad y del Estado que el fin supremo y último perseguido es la dignidad y la defensa del ser humano.

9 de febrero del 2022.

Paolo Sebastian Canalle Paz.