

ANÁLISIS DEL ART. 2 DE LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

En el art. 2 de la ley orgánica de defensa al consumidor se expresan las definiciones necesarias para entender los derechos que se conceden a los consumidores en el país y las obligaciones que se le imponen a los proveedores de servicios y productos en el país. Ya que de lo contrario, el consumidor se encontraba desamparado en nuestro país, al carecer de la defensa y protección necesaria a sus derechos. Buscando lo justo, que las personas obtengan una contraprestación equivalente al precio que pagan por el bien o servicio demandado.

La primera definición que se da es la de anunciante por la que se entiende por tal a aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios. El auspiciante se obliga por esa difusión pública de la oferta de sus productos o servicios a prestar el producto o servicio ofertado en las condiciones que describe en la publicidad hecha por medios de comunicación y difusión masiva por la teoría de la apariencia que transmite a los consumidores a través de la publicidad y comunicaciones provenientes de este proveedor.

Por consumidor se entiende a 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. Con el consumidor la cadena de comercialización del bien termina con él, ya que este lo va a destinar para consumo propio o dárselo a otra persona de forma gratuita para que esta persona lo consuma, no va a ser usado para fabricar otro producto de mayor proceso industrial o revendido a otra persona. El usuario es aquella persona que utilice un servicio público. Por lo tanto, la ley orgánica de defensa del consumidor también protege a las personas que sean usuarias de un servicio proveniente de una institución o empresa pública. El consumidor se encuentra en una relación de subordinación frente al proveedor por la necesidad que tiene de determinado producto o servicio que coloca al proveedor en una situación de superioridad frente al consumidor al poder muchas veces determinar condiciones inequitativas que podrían perjudicar al consumidor quien es la parte débil de la relación comercial al no tener la experticia ni el conocimiento del proveedor, por lo tanto la ley de defensa del consumidor siempre va a tender a beneficiar al consumidor por ser la parte débil de la relación de consumo.

El contrato de adhesión es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido. El contrato de adhesión es el instrumento jurídico utilizado por los proveedores

para el comercio masivo de bienes y servicios al establecer condiciones generales de contratación a través de cláusulas predispuestas que permiten dar seguridad jurídica a los proveedores de que se llevaran las relaciones con todos los consumidores de una misma manera. Sin embargo, muchas de estas cláusulas establecidas en contratos de adhesión son leoninas y pueden afectar los derechos del consumidor frente a los del proveedor que muchas veces establecerá cláusulas que lo liberen de ciertas responsabilidades y obligaciones. Por lo tanto, estas cláusulas serán entendidas como no escritas si no han sido correctamente discutidas y concretadas con el consumidor.

El Derecho de devolución es la facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, Internet, u otros medios similares. Este derecho es vital para la protección del consumidor ya que de lo contrario por la falta de conocimiento que tiene este del producto o servicio que le oferta el proveedor podría ser estafado al no obtener la satisfacción de la necesidad por la cual adquirió este producto o servicio. Por lo cual es necesario el ejercicio de este derecho a obtener un producto o servicio que en realidad cumpla las expectativas por las cuales se adquirió el producto o servicio señalado.

Se entiende por especulación a la práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor. Respecto a la especulación se ha regulado incluso en la ley de regulación y control del poder de mercado, ya que la especulación no solo afecta al consumidor en sí, sino a toda la economía del país, afectando a la economía en general y al bienestar de la sociedad. Por lo que las políticas que se tomen para frenar la especulación deberán ser tomadas en conjunto entre la superintendencia de control y regulación del poder de mercado y las autoridades que vigilen la defensa de los derechos del consumidor.

La información básica comercial consiste en los datos, instructivos, antecedentes indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio. Esta información es de importancia clave para el consumidor, ya que le permite tomar una decisión clara, segura e informada respecto a que producto o servicio va a elegir para su consumo. De no tener esta información clara y concisa se podría confundir al consumidor que podría llevar a una vulneración de sus derechos.

La oferta es la práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor. Esta oferta genera obligaciones al proveedor respecto al consumidor debido a que se el proveedor al realizar la oferta se obliga a las condiciones y a las prestaciones

El proveedor es toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión. El proveedor es la parte poderosa de la relación de consumo por justamente ser este el poseedor del producto o servicio que los consumidores necesitan, teniendo la experiencia y conocimientos respecto al producto o servicio que comercializa, pudiendo cometer actos que perjudiquen a los consumidores o usuarios para obtener un beneficio económico.

La publicidad es la comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva. A través de la publicidad el proveedor establece las condiciones de contratación con el consumidor, quien en caso de que desee contratar la oferta expresada mediante medios publicitarios masivos acude al local del proveedor o lo localiza por otros medios para adquirir el producto o servicio que este ofrece, el cual debe ser dado o prestado en las mismas condiciones que se describen en la publicidad, al ser esta vinculante para el proveedor.

La Publicidad Abusiva es toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva. Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales. Este tipo de publicidad no es permitida ya que genera un caos en el orden social y en el bienestar público para que causando un miedo o temor de gran consideración en los usuarios o consumidores un proveedor o ciertos proveedores se beneficien económicamente explotando el miedo y el temor generado en la colectividad. Este tipo de publicidad por su efecto dañino se encuentra completamente prohibida y acarrea sanciones civiles.

La publicidad engañosa es toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor. La publicidad engañosa busca falsear, distorsionar la percepción en los consumidores y usuarios respecto a los productos que determinado proveedor o varios proveedores ofrecen en el mercado con el fin de beneficiar a determinado proveedor a través de información falsa y no verídica. Este tipo de publicidad se encuentra

sancionada también como práctica restrictiva de la competencia en la ley de regulación y control de poder de mercado.

Los servicios públicos domiciliarios son los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como servicio de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable u otros similares. Estos servicios al ser públicos son brindados por una empresa o institución estatal, sin embargo a pesar de ser brindados por el Estado se encuentran regulados bajo la ley de defensa al consumidor. Pudiendo los usuarios de un servicio público reclamar en caso que el proveedor estatal no preste estos servicios con la calidad y el profesionalismo debido. Incluso pudiendo regirse a la normativa estatal de los servicios públicos del Estado comprendida en la Constitución de la República.

Los distribuidores o comerciantes son las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detalle, bienes destinados finalmente a los consumidores, aún cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público. Estas personas generalmente constituyen la tercera parte de la cadena de comercialización de un bien, pudiendo comprar el bien a los proveedores para después comercializarlos al público, a pesar que estos no hayan fabricado el bien, por la teoría de la apariencia son responsables directos con el consumidor, pudiendo estos a su vez repetir contra el proveedor que les vendió un servicio o bien de mala calidad que les ocasiono una perdida al tener que indemnizar al consumidor o usuario final.

Los productores o fabricantes son las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores. Se encuentran generalmente en la primera y segunda parte de la cadena de la producción al transformar los bienes para el consumo humano y a pesar que estos vendan sus bienes o servicios a distribuidores o comerciantes no con eso se liberan de la cadena de responsabilidad pudiendo ser demandados estos o los comerciantes o distribuidores por parte del consumidor o usuario en caso de una afectación a sus derechos.

Los importadores son las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional. El importador, igual que el comerciante o distribuidor tiene la responsabilidad de los productos o servicios que comercialice a pesar de estos ser importados, debiendo estos ajustarse a los estándares de calidad nacionales e internacionales. Pudiendo ser demandados por los consumidores o usuario, pero tienen la capacidad de repetir ante la empresa en el extranjero que les vendió los productos o servicios.

Los prestadores son las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores, estos prestadores deben brindar servicios de calidad que beneficien a los consumidores o usuarios pudiendo ser demandados por estos en caso de que no exista una correcta prestación del servicio que estos ofertan que produzca una violación al derecho de los consumidores.