
SERIE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS

NEOCONSTITUCIONALISMO Y SOCIEDAD

Los Derechos Colectivos.
Hacia su efectiva comprensión y protección

María Paz Avila Ordóñez y
María Belén Corredores Ledesma
Editoras



Néstor Arbito Chica
Ministro de Justicia y Derechos Humanos

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

Av. Amazonas y Atahualpa
Edif. Anexo al Ex Banco Popular
Telf: (593-2) 2464 929, Fax: 2469914
www.minjusticia-ddhh.gov.ec

José Manuel Hermida Viallet
Coordinador Residente del Sistema de Naciones Unidas en Ecuador
y Representante Residente del PNUD

Organización de las Naciones Unidas

Av. Amazonas N. 2889 y la Granja
Telf: (593-2) 2460 330, Fax: 2461 960
www.un.org.ec

Equipo de Apoyo

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

Ramiro Ávila Santamaría
Danilo Caicedo Tapia
Tatiana Hidalgo Rueda
Jorge Vicente Paladines
Nicole Pérez Ruales
Carolina Silva

Naciones Unidas

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos

Esther Almeida
Christel Drapier
Guillermo Fernández-Maldonado Castro

La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo del *Programa Desarrollo y Diversidad Cultural para la Reducción de la Pobreza y la Inclusión Social*, implementado por el Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador con la asistencia de las agencias del Sistema de Naciones Unidas y el financiamiento del Fondo para el Logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio del gobierno de España.

ISBN: 978-9978-92-785-4
Derechos de autor: 032327
Imprenta: V&M Gráficas (02 3201 171)

Quito, Ecuador
1ra. edición: diciembre de 2009

Contenido

Presentación	vii
<i>Néstor Arbito Chica,</i> Ministro de Justicia y Derechos Humanos	
Presentación	ix
<i>María Fernanda Espinosa,</i> Ministra Coordinadora de Patrimonio	
Presentación	xi
<i>José Manuel Hermida,</i> Coordinador Residente del Sistema ONU en Ecuador	
Prólogo	xiii
<i>María Paz Avila Ordóñez y María Belén Corredores Ledesma</i>	
Introducción	xv
<i>Agustín Grijalva</i>	
I. La tensión entre los derechos colectivos y derechos individuales	
Derechos individuales y derechos colectivos	3
<i>Will Kymlicka</i>	
Justificaciones liberales para los derechos de los grupos étnicos	27
<i>Rainer Baubock</i>	
La interculturalidad posible: el reconocimiento de los derechos colectivos	61
<i>Neus Torbisco Cassals</i>	
II. Derechos de las nacionalidades indígenas	
Nacionalidades indígenas y Estado nacional en Ecuador	103
<i>Diego Iturralde Guerrero</i>	
Usos de la Ley y usos de la costumbre: La reivindicación del derecho indígena y la modernización del Estado	127
<i>Diego Iturralde Guerrero</i>	
Informe del Relator Especial sobre la situación de los derechos humanos y las libertades fundamentales de los indígenas Misión Ecuador - 2006	147
<i>Rodolfo Stavenhagen</i>	

Informe del relator especial sobre la situación de los derechos humanos y las libertades fundamentales de los indígenas Misión Ecuador - 2009	179
<i>James Anaya</i>	
III. Pueblo Afroecuatoriano	
Derechos colectivos y pueblo Afroecuatoriano.....	217
<i>Jhon Antón Sánchez</i>	
IV. Usuarios y consumidores	
Consumidores y consumismo.	
Perspectivas de una nueva concepción	257
<i>María Paz Avila y Diva Avila</i>	
El sistema mundial no-hegemónico y la globalización popular	277
<i>Gustavo Lins Ribeiro</i>	
La tutela de los derechos e intereses colectivos de consumidores y usuarios en el proceso civil español	303
<i>Lorena Bachmaier Winter</i>	
V. Medio ambiente sano	
La responsabilidad objetiva por daños ambientales como mecanismo de participación para el acceso a la justicia ambiental.....	353
<i>Ricardo Crespo</i>	
Derechos colectivos, desarrollo y vulnerabilización de los pueblos tradicionales.....	363
<i>Byron Real López</i>	
VI. Acciones de protección	
Concepto de acción colectiva	415
<i>Antonio Gidi</i>	
Las acciones colectivas y la tutela de los derechos difusos colectivos e individuales en Brasil	427
<i>Antonio Gidi</i>	
El derecho a un recurso rápido, sencillo y efectivo frente a afectaciones colectivas de derechos humanos	457
<i>Christian Courtis</i>	
Nota biográfica de las autoras y autores	497

Usuarios y consumidores

Consumidores y consumismo. Perspectivas de una nueva concepción

María Paz Avila Ordóñez y Diva Avila Ordóñez

Sumario

I. Introducción. II. Evolución del derecho del Consumidor en Ecuador y América Latina. 2.1. La Constitución Ecuatoriana de 1998 y de 2008. 2.2. Reconocimiento de los derechos del Consumidor en América Latina. 2.2.1 Argentina. 2.2.2 Brasil. 2.2.3 Colombia. 2.2.4 Chile. 2.2.5 Perú. III. Los cambios en el sistema económico. De una economía social de mercado a una economía social y solidaria. 3.1. Críticas al sistema de consumo y consumismo. 3.2. Obsolescencia Planificada. IV. Alternativas posibles. 4.1. El rol del estado para la defensa de los derechos de los consumidores. 4.2. Consumo crítico. 4.3. Consumo ético. V. Conclusiones. VI. Bibliografía.

I. Introducción

El aumento y variación de los patrones de consumo en las últimas décadas ha llevado a la búsqueda de una regulación que se traduzca en una protección para evitar los desequilibrios que comúnmente se dan en las relaciones de mercado (usuarios-proveedores) en las que el consumidor, al ser la parte débil se ve afectado. Por esta razón empieza a desarrollarse un derecho del consumidor como “un sistema global de normas, principios, instituciones y medios

instrumentales consagrados por el ordenamiento jurídico para procurar al consumidor una posición de equilibrio dentro del mercado en sus relaciones con los proveedores de bienes y servicios en forma masiva¹.

Posteriormente el derecho del consumidor va evolucionando como un derecho tutelar, colectivo, de raíz constitucional, con expresiones de patrimonialidad, y constituido por un conjunto de principios, sistemas de protección y normas de derecho público y privado, que tienen por objeto garantizar la idoneidad o aptitud, calidad, seguridad de uso e inocuidad de los bienes y servicios que se proveen sobre la base de una relación jurídica, con el objeto de que los mismos puedan utilizarse de acuerdo con su naturaleza y fines, sin consecuencias dañosas para los usuarios².

Sin embargo, a pesar de la protección y tutela al consumidor mediante la normativa en materia, surgen diversos problemas en la interacción de consumidores y proveedores debido al deseo desmedido de tener todo lo que se quiere y vender todo lo que se puede. Es ahí donde se hace necesaria, además de una normativa pertinente, la participación activa de los consumidores y el Estado, en primer lugar para la correcta aplicación de la ley y en segundo lugar para implementar una educación que genere un consumo responsable.

En este sentido, analizaremos en primera instancia la normativa que protege al consumidor y su evolución tanto en Ecuador como en América Latina, para luego enfocarnos en los problemas a enfrentar en un sistema de consumismo que requiere no solo una protección legal si no de una responsabilidad social.

II. Evolución del derecho del Consumidor en Ecuador y América Latina

Ahora bien ¿cómo se desarrolla este derecho en el Ecuador? Para responder a esta pregunta es necesario remontarnos a la década de los años setenta, cuando empiezan a darse las primeras iniciativas de protección al consumidor mediante la creación del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN),

1 Ruben y Gabriel Stiglitz, *La Defensa del Derecho del Consumidor*, JA, 1994, pag. 868.

2 Miguel, Hernández Terán, *Derecho del Consumidor y Economía Social de Mercado*, publicado en www.revistajuridicaonline.com/index.php publicado el 29 de octubre de 2009.

cuyo objetivo inicial fue elaborar y controlar el cumplimiento de normas que afecten la producción y comercialización de bienes y servicios³.

Para el año 1990 se promulgó la Ley de Defensa del Consumidor que, entre otras cosas establecía la competencia, el conocimiento, juzgamiento y sanción de las infracciones a la ley, sin embargo el objetivo de la ley no se cumplió, pues la ciudadanía desconocía sus derechos y la forma de ejercerlos. Paralelamente, y en virtud de lo que establecía la mencionada ley a favor de la conformación de organizaciones de consumidores, se crearon también instituciones privadas como la Fundación Ecuatoriana de Defensa del Consumidor (FEDECÓN) y la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios⁴, las cuales se encargaban de recibir quejas de los consumidores y usuarios en busca de soluciones.

Finalmente en 1996 se logró elevar a rango constitucional los derechos de los consumidores, mediante una reforma a los derechos civiles de la Carta Fundamental en la cual se estableció el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como a ser informado sobre su contenido y características⁵. Por este motivo, se impulsó la creación de la Defensoría del Pueblo⁶ como institución encargada, entre otras cosas, de conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas que presente cualquier consumidor⁷.

3 Véase www.inen.gov.ec

4 La Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios tiene como misión visibilizar y posicionar la problemática de los consumidores en la agenda pública nacional, para mejorar la calidad de vida de la población ecuatoriana. Nació en 1994 como un programa de promoción de los derechos de los consumidores del Centro Ecuatoriano de Acción y Promoción de la Mujer (CEPAM). Véase www.tribunadelconsumidor.org.ec/pages/resultribuna.htm

5 Constitución Ecuatoriana de 1996 Art. 22.3: El derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como a ser informado sobre su contenido y características. La Ley establecerá los mecanismos de control de calidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del consumidor y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos;

6 La Defensoría del Pueblo, es una institución que rigió desde agosto de 1998. cuya misión es proteger y promover los derechos de las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos. Véase www.defensordelpueblo.gov.ec

7 Art. 81 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor *Registro Oficial Suplemento # 116* del año 2000: Facultad de la Defensoría del Pueblo.- Es facultad de la Defensoría del Pueblo, conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas, que presente cualquier consumidor, nacional o extranjero, que resida o esté de paso en el país y que considere que ha sido directa o indirectamente

Así va consolidándose una normativa y organismos encargados de regular y controlar los desequilibrios en las relaciones del consumidor y proveedor en el Ecuador. Pero es hasta la Constitución de 1998 y luego con la Constitución de 2008 cuando se dedica una sección de la Carta magna para la defensa del consumidor. A continuación nos detendremos en las innovaciones constitucionales en materia.

2.1. La Constitución ecuatoriana de 1998 y 2008

De igual manera que en la Constitución de 1996, la Constitución de 1998 estableció entre los derechos civiles el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad.

La diferencia entre esta Constitución y la de 1996 radicó en el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas y afroecuatorianos, el medioambiente y los consumidores como derechos colectivos.

Con ello se logró una amplia tutela pues además se consagraron constitucionalmente principios en materia de consumidor que incluían la responsabilidad de indemnización y reparación por deficiencias y daños en la calidad de los bienes y servicios, así como la exigencia de calidad en la prestación de bienes y servicios públicos, con las consecuentes sanciones civiles y penales por la deficiencia en la prestación de los servicios y las condiciones de los productos⁸.

Para el año 2000 se buscó plasmar en la realidad los contenidos de la Carta Fundamental a través a una reforma de la ley de Defensa del Consumidor creada en un principio. Dicha reforma a más de recoger los principios constitucionales establecidos, instauró cambios sustanciales en las relaciones consumidores-proveedores, sin embargo no se pudo implementar esta ley como se hubiera querido, pues, a pesar de que dicho cuerpo legal desarrolla las normas relacionadas con competencia y procedimiento para juzgar las infracciones, determinando que en primera instancia son competentes los jue-

afectado por la violación o inobservancia de los derechos fundamentales del consumidor, establecidos en la Constitución Política de la República, los tratados o convenios internacionales de los cuales forme parte nuestro país, la presente ley, así como las demás leyes conexas.

8 Véase Constitución Ecuatoriana de 1998 Art. 92.

ces de contravenciones y en segunda y definitiva instancia los jueces de lo penal, la disposición transitoria primera de la misma ley señaló que en tanto comiencen a funcionar los Juzgados de Contravenciones, conocerán las infracciones a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor los Intendentes y Comisarios Nacionales, los cuales han venido juzgando las infracciones, pues no se instalaron los Juzgados de Contravenciones, trayendo como consecuencia una pobre aplicación de la ley.

Ahora bien, en la nueva Constitución ecuatoriana aprobada en 2008, se pueden apreciar algunos cambios e innovaciones en su articulado respecto a la Constitución anterior, pues además de establecer el derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características, se prevé el establecimiento de mecanismos de control de calidad, la reparación e indemnización correspondientes, la responsabilidad de los prestadores de bienes servicios y la obligación de incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias así como la creación de sistemas de atención y reparación⁹.

Podemos entonces concluir que en la última década se ha logrado un gran avance en cuanto al reconocimiento y desarrollo constitucional de los derechos de tutela del consumidor, pero no podemos perder de vista que la realización e implementación de estos principios no solo depende de su reconocimiento, sino de una ley que se adecúe a la realidad en la que vivimos, con autoridades eficientes y ciudadanos informados y conscientes de sus derechos.

2.2. Reconocimiento de los Derechos del Consumidor en América Latina

Si bien son positivas las innovaciones constitucionales del Ecuador para la tutela de los derechos del consumidor, es necesario tomar en cuenta como se garantizan los derechos del consumidor en Latinoamérica. Por ello hemos creído útil mencionar los avances en países como Argentina, Brasil, Colombia, Perú y Chile. Es de anotar que la mayoría de Constituciones latino-

9 Ver art. 52-53 de la Constitución Ecuatoriana del 2008.

americanas han consagrado en las últimas décadas una protección del consumidor en diferente medida, pero básicamente tomando como antecedentes principales la Constitución de España¹⁰ y Portugal¹¹.

Ahora bien, teniendo como referencia fundamental las constituciones mencionadas, debemos estar concientes de que hoy la tutela del consumidor, como señala Babier, “es un fenómeno generalizado en todos los países desarrollados y va en camino de serlo en los restantes, con todo su implementación no es armónica en términos comparativos, su eficacia no es homogénea, pese a lo cual sería interesante establecer una base mínima de tutela para tender hacia el equilibrio”¹².

2.2.1 Argentina

En primer lugar citamos a Argentina como país pionero en consagrar la protección de los consumidores en la Constitución de la Provincia del Chaco en 1958. Posteriormente con la crisis económica de los años noventa que trajo consigo la tercerización de muchos de los servicios públicos, se hizo necesario e imperativo garantizar una interacción justa entre empresas y usuarios. Es así que en la Constitución Política de 1994 se incorpora una tutela a los usuarios como un grupo mercedor de derechos con relación al consumo.

10 Constitución Española de 1978 art. 5^o 1.- 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. 2.- Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oírán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que la Ley establezca. 3.- En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales

11 Constitución Portuguesa art. 60: “1.- Los consumidores tienen derecho a una calidad de los bienes y servicios consumidos, a una formación e información, a una protección de la salud, seguridad y de sus intereses económicos, al igual que a una reparación de daños. 2.- La publicidad será reglamentada por la ley, siendo prohibidas todas las formas de publicidad oculta, indirecta o dolosa. 3.- Las asociaciones de consumidores y las cooperativas de consumo tienen derecho, en los términos de la ley, al apoyo del Estado y a ser oídas sobre las cuestiones que sean relativas a la defensa de los consumidores.

12 Eduardo Babier, Mecanismos de solución de conflictos para la defensa del consumidor en Política y derecho del consumo, Bogotá, El Navegante, 1998.

En este sentido la Constitución enumera los derechos de los consumidores como son la protección de la salud, protección de los intereses económicos, derecho a la información completa y veraz, la libertad de elección, condiciones de trato equitativo y digno, y un derecho a la educación para el consumo. Se ordena además la creación de marcos normativos que estimulen la eficaz defensa de esos derechos, en virtud de lo cual se elaboró una ley de defensa del consumidor en la que se imponen condiciones para la oferta y la venta de ciertos productos y servicios e incluso los requisitos de las garantías, así como las condiciones según el tipo de producto o prestación.

En este aspecto, el Estado argentino tiene la obligación de defender la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, controlar los monopolios naturales y legales y asegurar la calidad y eficiencia de los servicios públicos nacionales.

Resulta singular la creación de una regulación para los servicios públicos, en busca de la prevención y solución de conflictos que deben incluir la participación de asociaciones de consumidores y usuarios en los organismos de control.

En el año 2008 el Congreso argentino modificó la Ley de Defensa del Consumidor e incorporó nuevos instrumentos para multar a empresas fabricantes o comerciantes cuando perjudiquen a consumidores. Esta reforma también incluye la obligación de las oficinas de Defensa de la Competencia de todo el país de defender a los consumidores de manera gratuita, a su vez se creó el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia cuyo objetivo es aplicar y controlar las prácticas de las empresas para evitar las concentraciones y fusiones que generen prácticas monopólicas.

2.2.2 Brasil

Brasil también es uno de los países precursores en la introducción de la temática del consumidor. A inicios de los años setenta, y basados en las tremendas desigualdades económicas existentes en el país, movimientos de la ciudadanía presionaron por el reconocimiento de sus derechos como consumidores.

Con la Constitución de 1988 y como mecanismo para garantizar el principio de la igualdad ante ley, se dispuso que el Estado promoverá la

igualdad para los consumidores mediante la ley de defensa del consumidor¹³.

Lo interesante de la normativa constitucional brasileña es el establecimiento expreso del principio pro consumidor que conlleva ciertamente la necesaria intervención del Estado para la implementación y respeto de este principio constitucional de orden económico¹⁴. En base a este principio y para concretar la protección que se consagra, la misma constitución ordena reprimir el abuso del poder económico que tienda a la dominación de los mercados, a la eliminación de la concurrencia y el aumento arbitrario de los beneficios¹⁵.

Finalmente, y como punto central para la tutela de estos derechos, la Constitución en una de sus disposiciones transitorias ordenó la elaboración y aprobación de un Código de Defensa del Consumidor que entró en vigencia en 1991 convirtiéndose en el primer código sobre la materia.

2.2.3 Colombia

El pueblo colombiano también reconoció en su Carta Fundamental la protección del consumidor como un derecho colectivo, y señala que la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios de la comunidad así como la información que se da a los consumidores para su comercialización. Adicionalmente se precisa la responsabilidad para quienes atenten contra el adecuado provisionamiento de usuarios y consumidores¹⁶.

13 Constitución Brasileña de 1988 Art. 5° Todos son iguales frente a la ley, sin distinciones de cualquier naturaleza, garantizándose a los brasileros y a los extranjeros residentes en el país la inviolabilidad del derecho a la vida, a la libertad, a la igualdad, a la seguridad y a la propiedad en los terminos siguientes: XXXII.- El Estado promovera, atravez de una ley, la defensa del consumidor.

14 Constitución Brasileña de 1988. Art. 170 V El orden económico, fundado en la valoración del trabajo humano y en la libre iniciativa, tiene por fin asegurar a todos una existencia digna, de acuerdo con los dictados de la Justicia Social, observando los siguientes principios :V defensa del consumidor.

15 Constitución Brasileña de 1988 art. 173.- La ley reprimirá el abuso de poder económico que tienda a la dominación de los mercados, a la eliminación de la concurrencia y el aumento arbitrario de los beneficios.

16 Constitución Colombiana de 1991 Art. 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la co-

Así como otros países latinoamericanos, la Constitución colombiana garantiza la participación de organizaciones de consumidores, pero en este caso, para la elaboración de leyes o normativa respecto a la defensa de sus derechos. A diferencia de otros países y con el objetivo de garantizar responsabilidad civil por el daño inferido a los derechos e intereses colectivos, se remite a la ley las regulaciones referentes a las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, relacionados con el patrimonio, la libre competencia económica y otros de similar naturaleza¹⁷.

2.2.4 Chile

En la Constitución de la República de Chile no existe una protección expresa a los derechos de los consumidores, sin embargo en 1997 se publicó la ley de protección de los derechos de los consumidores¹⁸ que, entre otras cosas, señala las funciones y competencias de la autoridad administrativa para la defensa del consumidor, además en sus consideraciones establece la responsabilidad del Estado de cautelar en forma especial los intereses de los grupos o sectores no organizados, entre los cuales se cuentan los consumidores.

Esta ley para la defensa y protección del consumidor se elaboró con el objetivo de materializar el principio de igualdad y restablecer el equilibrio de las relaciones entre empresa y consumidores, tomando en cuenta que la economía de mercado Chilena tiende a aplicar los principios de la economía clásica sobre autonomía de la voluntad y la igualdad, que no generan precisamente una justicia y equilibrio social.

mercantilización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

17 Constitución Colombiana de 1991 Art. 88. La ley regulará las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, relacionados con el patrimonio, el espacio, la seguridad y salubridad públicos, la moral administrativa, el ambiente, la libre competencia económica y otros de similar naturaleza que se definen en ella.

También regulará las acciones populares en los daños ocasionados a un número plural de personas, sin perjuicio de las correspondientes acciones particulares.

Así mismo, definirá los casos de responsabilidad civil objetiva por el daño inferido a los derechos e intereses colectivos.

18 Ley No 19.496 de Defensa del Consumidor de la República de Chile.

En este contexto, y a falta de una consagración constitucional que eleve el ámbito de protección a los usuarios, los cuerpos legales chilenos que abordan el tema se vuelven supletorios, pues la ley del consumidor sólo actúa en los ámbitos no regulados por otras leyes económicas o comerciales, por esta razón la ley del consumidor no ha conseguido conformar un sistema normativo integral, y por ende, un sistema de fácil acceso para los ciudadanos.

2.2.5 Perú

Después del análisis de algunas legislaciones latinoamericanas se podría afirmar que Perú contiene un sistema ejemplar de protección al consumidor, en primer lugar porque el texto constitucional establece que el Estado vigilará la libre competencia y se prohíbe expresamente el establecimiento de monopolios y abuso de posiciones dominantes haciendo énfasis en los medios de comunicación social. De manera parecida a la Constitución Brasileña, el texto constitucional peruano señala que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios, y para tal efecto, garantiza el derecho a la información sobre bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado.

Además de sus disposiciones constitucionales, se debe reconocer que Perú ha sido pionero en la defensa de los derechos de los Consumidores con la creación del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), instituto que “cuenta con una Comisión de Protección al Consumidor (CPC) como órgano de primera instancia para la solución de controversias entre consumidores y proveedores. Este órgano cuenta con la facultad de dictar medidas correctivas, como son la reparación, reposición o devolución del dinero al usuario, entre otras.¹⁹ A nivel latinoamericano este instituto, encargado de la protección del consumidor ha realizado una gran labor que no se ha limitado únicamente a la resolución de denuncias o reclamos, sino que ha logrado la aplicación de medidas correctivas de reparación a usuarios y sanción a los proveedores que no cumplen con la ley.

19 Comisión de Protección al Consumidor, Memoria 2007 del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección del Consumidor, Lima, 2007 pag 98.

De lo señalado se puede colegir que en el contexto latinoamericano se han logrado importantes avances para la protección del consumidor en los últimos años. Sin embargo, sabemos y estamos conscientes de que falta mucho por hacer, pues la efectiva protección a usuarios depende de variados factores, entre ellos una educación para el consumo, un consumo crítico y ético y una normativa eficiente y acorde con el sistema económico en el que se desarrollan las relaciones de mercado.

III. Los cambios en el sistema económico. De una economía social de mercado a una economía social y solidaria

La posición desventajosa que ocupan consumidores y usuarios en las relaciones de consumo como consecuencia de los cada vez más deshumanizados dogmas económicos, ha incidido en forma notable en el campo de las relaciones jurídicas y, con particular fuerza, en el campo de las relaciones de consumo²⁰. A este respecto juega un papel transcendental el sistema económico en el que se desenvuelven las relaciones de mercado, pues de ello depende la protección que se brinde al consumidor

La Constitución ecuatoriana de 1998 establecía como sistema económico una economía social de mercado que, de cierta forma, representaba la combinación de: el principio de la libertad de mercado y el principio de “compensación social” en busca de la convivencia de varias ideologías y dimensiones de la realidad social. Esta economía social de mercado se fundamentaba básicamente en la libertad empresa, libertad de contratación y el derecho de propiedad²¹ y visualizaba como objetivos el incremento y la diversificación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que satisficieran las necesidades del mercado interno, la participación competitiva y diversificada de la producción ecuatoriana en el mercado internacional²².

Este panorama se transforma con la Constitución de 2008 pues surge el Estado Constitucional de Derechos y Justicia con un sistema económico so-

20 Instituto de Derecho del Consumidor de Argentina publicado el 3 de noviembre de 2009 en <http://www.calp.org.ar/instituc/Institutos/verinsti.asp?id=7&>

21 Ver Constitución Ecuatoriana de 1998 artículo 23 numerales 16, 18 y 23.

22 Ver Constitución Ecuatoriana de 1998 art. 243.3.5.

cial y solidario, dentro del cual el consumidor adquiere vital importancia pues se posesiona al ser humano como sujeto y fin de la economía, lo que sitúa tanto al consumidor como al usuario en una plataforma de reivindicación de sus derechos y apropiación del epicentro de las relaciones económicas para un verdadero respeto de sus derechos.

“El sistema económico es social y solidario; y reconoce al ser humano como sujeto y fin”²³.

Debemos destacar que la economía social y solidaria es común en países como Ecuador, Bolivia y Venezuela y básicamente esta “centrada en el valor de uso (en la provisión de bienes y servicios útiles para satisfacer las necesidades y deseos legítimos de todos, con una perspectiva de reproducción ampliada, no de capital, sino de vida de calidad) y en el trabajo humano en sus múltiples formas...orientado por criterios de racionalidad reproductiva y calidad de vida antes que de cantidad de posesiones”²⁴.

Así, los objetivos de la economía varían y ya no se enfocan directamente en el incremento de la producción *per se*, si no en la búsqueda de una relación dinámica y equilibrada entre la sociedad, el Estado, el mercado y la naturaleza para así conseguir una producción sustentable enfocada en posibilitar en buen vivir de los ecuatorianos²⁵.

No podemos dejar de reconocer que este cambio no resulta rápido y menos aún sencillo, “el proceso de construcción paulatino de otra economía (pensada como una transición que llevará algunas generaciones) supone revalorizar, extender, desarrollar, entrelazar y complejizar nuevas y viejas prácticas socioeconómicas”²⁶ que no sólo dependen del reconocimiento constitucional si no de un cambio de mentalidad que considere y tome en cuenta la solidaridad dejando de lado el desmedido e irresponsable consumo. Según Jose Luis Coraggio de ahí

23 Véase Constitución Ecuatoriana de 2008 Art 283.

24 José Luis Coraggio, Los caminos de la economía social y solidaria, Iconos. Revista de Ciencias Sociales. Num 33 en <http://www.flacso.org.ec/docs/i33coraggio.pdf>, 2009 pag 30 publicado el 25 de octubre de 2009.

25 Ver Constitución de 2008 Sistema económico y política económica

26 José Luis Coraggio, Los caminos de la economía social y solidaria, Iconos. Revista de Ciencias Sociales. Num 33 en <http://www.flacso.org.ec/docs/i33coraggio.pdf>, 2009 pag 30 publicado el 25 de octubre de 2009.

nacen las críticas al utilitarismo y al consumismo ilimitado que moviliza el capital a través de la construcción de deseos²⁷.

3.1. Críticas al sistema de consumo y consumismo

El informe de la *Royal Society* del año 2000²⁸, “Hacia un consumo sostenible” establece que “para preservar el bienestar humano en el largo plazo, la gente necesita moverse hacia nuevas formas de satisfacer las necesidades humanas, adoptar patrones de consumo y producción que mantengan los sistemas de soporte de vida de la Tierra y salvaguardar los recursos requeridos por futuras generaciones. Pero si las tendencias presentes en el crecimiento de población, consumo de energía, materiales y degradación ambiental persisten, muchas necesidades humanas no serán satisfechas y el número de hambrientos y pobres aumentará”²⁹.

En este sentido, es imperativo reconocer que las capacidades de la tierra no son infinitas, por ello es nuestra obligación transmitir este mensaje al conglomerado social para crear una conciencia clara de lo que está sucediendo con la finalidad de incentivar un cambio de comportamiento en cuanto a formas de consumo se refiere, sin perder de vista que como consumidores tenemos la capacidad de escoger o rechazar lo que los proveedores nos ofertan.

Sin embargo, y previo a establecer las posibles soluciones, es preciso en primer lugar especificar más claramente cuáles son los problemas.

En primer lugar, “con la aparición de los supermercados, hipermercados, cadenas de descuento, autoservicios, entre otros, se ha contribuido a la mercantilización del qué, el cómo y el dónde compramos supeditando la alimentación, la agricultura y el consumo a la lógica del capital y del mercado”³⁰. Adicional a ello, los adelantos de la ciencia y la tecnología han influenciado en todas las ramas del conocimiento humano, es así que los bienes y productos

27 José Luis Coraggio, Los caminos de la economía social y solidaria, Iconos. Revista de Ciencias Sociales. Num 33 en <http://www.flaco.org.ec/docs/i33coraggio.pdf>, 2009 pag 30 publicado el 25 de octubre de 2009.

28 Véase <http://www.oei.es/decadal/accion08.htm> publicado el 28 de octubre del 2009.

29 Amartya Sen y Bernardo Kliksberg *Primero la gente*, Barcelona, Editorial Deusto 2008, p. 58.

30 Esther Vivas, La distribución moderna: la invasión de los supermercados; en http://vinculando.org/consumidores/la_distribucion_moderna_la_invasion_de_los_supermercados.html, publicado el 20 de octubre de 2009.

de consumo se difunden, innovan, diversifican, y rápidamente se van sustituyendo generando un consumo desmedido. Flavia Flores lleva su reflexión mucho más allá al señalar que:

“En la carrera por la caza de un mayor poder adquisitivo, el amor, la tolerancia, la responsabilidad, el compromiso, la armonía y la solidaridad (fuentes básicas para la satisfacción humana) quedan relegadas a un segundo plano. El placer inmediato y fugaz del consumo perpetúa un sentimiento de frustración e insatisfacción que refuerza la situación de dependencia de los patrones de vida externos al individuo que a su vez estimulan el desarraigo y la deshumanización. Queda sólo el sentimiento de ‘indiferencia’ ante la vida, que revela el origen del malestar y del vacío existencial contemporáneo, que encuentra expresión en una desesperada y perpetua búsqueda en los templos –centros comerciales– de la solución milagrosa: la satisfacción generada por el consumo de bienes y servicios capaz de aliviar angustias y garantizar la Felicidad”³¹.

A más de ello todo este bagaje de consumo se acompaña de una creciente publicidad derivada indudablemente de la profunda y acelerada transformación de los medios de comunicación con sofisticadas técnicas publicitarias, el aumento en la escala de producción y la diversificación de diarios, radio, televisión e Internet. Esta publicidad que se torna hasta cierto punto en publicidad agresiva que tiene como finalidad estimular modas efímeras (esto se agrava en sociedades donde predomina la pasividad y la mentalidad acrítica), con el objetivo de reducir la durabilidad de los bienes, creándose de esta manera un falso paradigma de bienestar que está íntimamente vinculado a la obsolescencia planificada de un producto, del cual es muy fácil deshacernos sin miramientos para cambiarlo por uno exactamente igual o “mejor” y así satisfacer nuestras “necesidades” momentáneas.

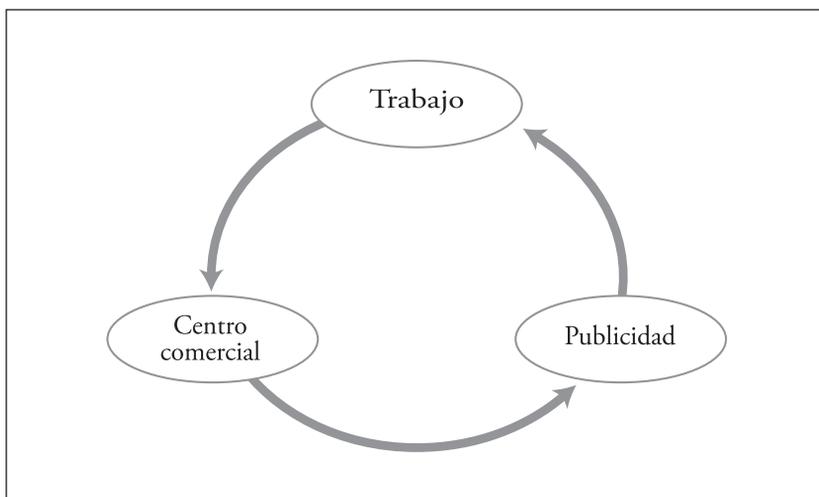
31 Flavia Soares, Consumo Etico, *Serie Socio Económica Solidaria*, Ediciones Charles Leopoldo Mayer publicado el 18 de octubre en infotek.fph.ch/dl/jf1843/1843_SPA.pdf?public=ENG&t=.pdf, p. 12.

3.2. Obsolescencia Planificada

Por último, consideramos pertinente hacer una breve referencia a la obsolescencia planificada, pues es preciso que los consumidores estén consientes que el tiempo de vida útil de los bienes y servicios que se les ponen a disposición no es fijado aleatoriamente. Las empresas han considerado que los productos y servicios satisfagan efectivamente las necesidades de los clientes, de esta manera aseguran la fidelidad de los compradores a sus productos con el plus adicional de una publicidad referencial, pues un consumidor satisfecho se constituye en un captador potencial de nuevos clientes.

Así la obsolescencia planificada consiste en una estrategia para que una vez que el consumidor esté “enganchado” o satisfecho con un producto o servicio, cambie por uno tecnológicamente superior, con mejor apariencia, o simplemente por uno exactamente igual, pues el que adquirió anteriormente ha dejado inexplicablemente de servir, y no se intenta reparar nada, ya que en la actualidad es más fácil deshacerse de las cosas y comprarlas nuevas.

De lo expuesto podemos afirmar que nos vemos encerrados en un círculo artificialmente creado para consumir sin límites. Del trabajo salimos al centro comercial en busca de productos que puedan cubrir nuestras “necesidades”, llegamos a casa y nos sentamos frente al televisor agotados de un día lleno de agitaciones, y quedamos expuestos a una publicidad que constantemente vende la idea de que la felicidad consiste en el consumo ilimitado, entonces salimos de compras y regresamos nuevamente a trabajar para pagar lo que hemos consumido y poder ser sujeto de crédito nuevamente para comprar lo que ya habíamos visto y focalizado como nuestra nueva adquisición.



IV. Alternativas Posibles

4.1. El rol del Estado para la defensa de los derechos de los consumidores

Como ya señalamos anteriormente el consumismo genera la necesidad de las empresas de fomentar un consumo continuo y desmedido con la única finalidad de aumentar sus ventas, por ello adoptan como estrategia una saturación de la comunicación de las marcas, que tiene como objetivo generar en los receptores una urgencia de satisfacer necesidades creadas.

El rol que debe asumir el estado ecuatoriano frente a esta realidad es preponderante, pues a pesar de que el país cuenta con una legislación específica de protección al consumidor, y que inclusive estos derechos han sido elevados a rango constitucional, el grado de implementación y operatividad deja mucho que desear.

No podemos desmerecer el gran avance logrado en Ecuador y Latinoamérica, pero tampoco podemos darnos por satisfechos cuando apenas hemos dado los primeros pasos, pues si bien la creación de un marco jurídico adecuado es la base de toda protección, no es suficiente frente a la necesidad

de su ejecución. Para ello se vuelve necesaria la planificación y aplicación de políticas públicas de protección al consumidor que implementen esos derechos de forma concreta. Pero no basta únicamente con el establecimiento de políticas aisladas, es necesario una coordinación y sinergia con las políticas de educación, salud, calidad, competencia, industrial, etc., pues solo así se conseguirá un verdadero impacto que genere resultados concretos a favor de los consumidores y usuarios, que como señalamos anteriormente, con la nueva constitución son el centro del sistema económico.

Se vuelve indispensable entonces proponer alternativas a la mercantilización de la vida establecida por la lógica del mercado, mismas que deben basarse en criterios de sostenibilidad y justicia. Esto significa sacar del centro a la economía y colocar en su remplazo al ser humano como titular de derechos.

4.2. Consumo crítico

Otro problema a solucionar es la falta de conocimiento de los ciudadanos, tanto de sus derechos como de sus obligaciones para la creación de una auténtica cultura de consumo en la que todos sean más críticos y selectivos. Si esta fuera la realidad, los consumidores estaríamos interviniendo en el mercado y en lo que éste nos puede ofrecer, ya no como sujetos pasivos y fáciles de manejar sino como sujetos involucrados en la ejecución y cumplimiento de sus derechos.

La necesidad de una educación para el consumo se propone además concientizar al consumidor sobre la incorporación de dos conceptos básicos al momento de realizar sus compras: el consumo crítico y el consumo ético.

Ser consumidor crítico implica que al momento de una compra, nos preguntemos como fue elaborado un objeto o producido o un servicio, con ello lograremos comunicar a las empresas los procedimientos productivos que aprobamos y los que reprochamos.

Mediante el consumo crítico se busca convertir al consumidor en uno de los más fuertes críticos de la cadena de producción y de los efectos que ésta tiene sobre el planeta y en la sociedad en general, pues como señalamos anteriormente las empresas y sus sistemas siempre estarán subordinados a los diferentes comportamientos que adopten los consumidores. Depende entonces de la actitud de los consumidores el lograr un cambio positivo, pues

al orientar las compras a productos ambientalmente amigables se influirá directamente en las industrias para que adopten cambios serios y tangibles en los procedimientos productivos empleados.

4.3. Consumo ético

Por otro lado el consumo ético consiste en valorar al momento de la compra las opciones más justas y solidarias y no solo en función del beneficio personal. Es importante destacar que un consumo ético tiene como característica principal la capacidad de distinguir entre necesidades reales e impuestas.

En este punto se hace necesario citar el último informe del Programa de Desarrollo Humano de la ONU, titulado Consumo para el Desarrollo Humano, en el cual podemos observar que mientras que el 20% de los más ricos del planeta son los responsables del 86% del total de gastos del consumo privado, el 20% de los más pobres son responsables sólo de un 1,3% (más de un billón de personas están privadas de la satisfacción de sus necesidades básicas de consumo)³².

Por tanto es un deber ineludible e inexcusable del Estado, a través de las instituciones pertinentes, orientar para formar consumidores críticos que puedan descubrir que hay detrás de cada cosa que compran y las consecuencias que provoca una insatisfacción desmedida, o la necesidad de poseer, pues aunque no queramos abrir los ojos la desaparición de culturas campesinas y ganaderas, el despoblamiento del campo, la destrucción de ecosistemas, la pérdida de diversidad agrícola y biológica, la contaminación, y deterioro de la calidad y seguridad alimentaria es una gran cadena de destrucción cuyo motor principal es el consumismo.

Para ello es fundamental que se incluya dentro de los programas ejecutados por el poder público cursos de capacitación para trabajadores, maestros, profesionales, etc.; sobre el consumo ético y la reflexión crítica sobre la publicidad y el consiguiente consumo.

Finalmente sería interesante impulsar esta concientización mediante la creación de leyes que beneficien a los productos y servicios éticos, se castiguen a través de impuestos los productos que atentan contra el medio ambiente y

32 Véase <http://www.undp.org/>.

se sancione fuertemente a las empresas que favorezcan el desperdicio, montos altos de residuos y contaminación.

V. Conclusiones

Del análisis tanto de la normativa constitucional ecuatoriana, como latinoamericana, podemos notar avances importantes para la protección del consumidor, sin embargo sabemos que queda mucho por hacer, y más aún con el cambio de perspectiva de este nuevo modelo de economía social y solidaria que enfatiza la preocupación del individuo como centro de la economía. En este sentido creemos entonces que los derechos y obligaciones de los consumidores no se agotan en los cuerpos legales, pues el cambio no solo requiere la creación de normas y procedimientos efectivos, si no como ya mencionamos, requiere un cambio de mentalidad y una reformulación de las prioridades de consumo, mediante un consumo ético y crítico.

La protección del consumidor no solo dependen de la intervención estatal si no de la intervención de la ciudadanía, en primer lugar para exigir el cumplimiento de sus derechos y en segundo lugar para generar un consumo sustentable y socialmente justo, que promueva una mayor calidad de vida y un beneficio para la sociedad.

De ningún modo las alternativas planteadas de solución son las únicas para enfrentar los patrones de consumo que se han consolidado a lo largo de muchos años, sin embargo, como consumidores que somos, creemos que corresponde correlativamente a la exigencia de nuestros derechos el cumplimiento de obligaciones con las futuras generaciones para evitar un consumo desmedido.

VI. Bibliografía

- Miguel Corchero y Ana Grade Murillo, *La Protección de los Consumidores*, Editorial Aranzadi, Navarra 2007.
- Carlos Lasarte Alvarez, *Manual sobre Protección de consumidores y Usuarios*, Editorial Dykinson, Madrid 2007.

- Conferencia de las Naciones Unidas para el comercio y el desarrollo, Fortalecimiento de Instituciones y capacidades en el área de políticas de Competencia y Protección del consumidor, Naciones Unidas 2004.
- Eduardo Babier, Mecanismos de solución de conflictos para la defensa del consumidor en Política y derecho del consumo, Bogotá, El Navegante, 1998.
- Gabriel Stiglitz, Protección jurídica del consumidor, Buenos Aires, Ediciones Depalma, 1986.
- Miguel, Hernández Teran, Derecho del Consumidor y Economía Social de Mercado, www.revistajuridicaonline.com/index.php
- Agustín Grijalva, ¿Que son los derechos colectivos?, Programa Andino de Derechos Humanos, www.uasb.edu.ec
- Javier López Camargo, Derechos del Consumidor: Consagración Constitucional en Latinoamerica, www.emercatoria.edu.co/paginas/volumen2/pdf02/derechos.pdf
- Comisión de Protección al Consumidor, *Memoria 2007 del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección del Consumidor*, Lima, 2007 pag 98
- Liliana Manzano Chávez, *Defensa del consumidor*. Análisis Comparado de los casos de Argentina, Brasil, Chile y Uruguay, en <http://library.fes.de/pdf-files/bueeros/chile/05458.pdf>
- Aimone Gibson, *Derecho de protección al consumidor*, Santiago, Editorial Jurídica Cono Sur, 1998.
- Serra, Antonio, Cómo asegurar los derechos de los consumidores en Consumers International. Oficina regional para América Latina y el Caribe; Los consumidores toman la palabra: electricidad, telecomunicaciones y agua potable en América Latina, pp. 162-165 Santiago, en *Consumers International*, 1998.
- Jorge Mosset Iturraspe, *Defensa del consumidor*, Buenos Aires, Rubinzal-Culzoni, 1993.
- Ibáñez Najjar, Jorge Enrique, Los derechos de los consumidores y usuarios: fundamentos constitucionales y desarrollo legal en Marco Velilla, *Política y derecho del consumo*, Bogotá, El Navegante, 1998.