



INSTITUTO NACIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL MERCOSUR

Análisis comparativo de los sistemas de Argentina, Brasil y Chile

Luiz Carlos Pavan

Serie II. Estado y Sociedad. Documento N°. 31

**DIRECCION NACIONAL DE ESTUDIOS Y DOCUMENTACION
DIRECCION DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES**

Buenos Aires 1997

Sumario

Introducción

CAPITULO 1. EL CONSUMIDOR EN LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN

- 1.1. Los orígenes del derecho del consumidor
- 1.2. El ciudadano como sujeto de derecho en los procesos de integración
- 1.3. Los compromisos del Mercosur

CAPITULO 2. ANÁLISIS COMPARTIVO DE LOS SISTEMAS LEGALES Y DE LAS POLÍTICAS PUBLICAS

- 2.1. El sistema de protección al consumidor brasileño
 - 2.1.1. Fundamentos generales
 - 2.1.2. Órganos extrajudiciales en la composición del conflicto
 - 2.1.3. La defensa del consumidor en juicio
- 2.2. La protección al consumidor argentino

- 2.2.1. Análisis de los principios de la ley
- 2.2.2. La estructura operacional para la composición consensual de los conflictos
- 2.2.3. El ejercicio de los derechos del consumidor ante la justicia

2.3. La política de atención al consumidor chileno

- 2.3.1. La reciente Ley de Protección al Consumidor
- 2.3.2. El sistema administrativo de solución de los conflictos
- 2.3.3. Los caminos judiciales

CAPITULO 3. LA ARMONIZACIÓN DE LA LEGISLACIÓN

- 3.1. Algunas reflexiones sobre las asimetrías legislativas
- 3.2. Necesidad de armonización legislativa
- 3.3. Perspectivas del consumidor en la integración

Conclusiones y Recomendaciones

LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL MERCOSUR: Análisis comparativo de los sistemas de Argentina, Brasil y Chile. ¹Luiz Carlos Pavan ²

Introducción

Con la puesta en marcha del Mercosur el 26 de marzo de 1991, los cuatro países que lo componen se lanzarán a la ambiciosa tarea de crear, en el cono sur del continente americano, un proceso de integración que tiene como objetivo, a largo plazo, conformar un mercado común.

El bloque que se está formando reúne casi 200 millones de personas, que representan cerca del 45% de los consumidores latinoamericanos y un PBI de más de U\$S 642 mil millones. Este bloque, que posee 38 de las 50 más grandes empresas de Latinoamérica, recibe el 40% de la inversión extranjera directa de todo el Continente (NORMIELLA 1996, p. 36 y FIGUEREDO, 1996, p. 38).

Al incorporarse Chile y Bolivia al Mercosur (inicialmente como miembros asociados) el número de consumidores se elevará a 222 millones de personas lo que significará un incremento del 11,3%, convirtiendo al Mercosur en el cuarto bloque comercial en importancia, luego del NAFTA, la Unión Europea, y Japón y aliados orientales (FIGUEREDO, 1996, p.38).

Según evaluación del Secretario General de la ALADI, Antonio J. C. Antunes (1996: 12), después de finalizadas las negociaciones entre el Mercosur, Chile, Bolivia y el Grupo Andino, la red de acuerdos entre estos países totalizará 47 relaciones bilaterales abarcando el 92 % del comercio intrarregional, configurando así casi una zona de libre comercio sudamericana.

Dado el volumen de las asimetrías entre los países asociados, la red de acuerdos comerciales que de ahí surja impondrá al proceso una mayor profundidad. Sin esta red sólo se lograría una integración superficial de corte neoliberal, con graves daños para los países asociados.

En este complejo juego de intereses surge como obligatoria la protección de los derechos de los consumidores, tanto como partícipes en el mercado regional ampliado, como en los mercados internos.

¹ Las opiniones del autor son de su exclusiva responsabilidad y pueden no coincidir con las de la Institución.

² Ex promotor de Justicia (Fiscal) en la Provincia de Santa Catarina, Brasil, con actuación en el área de Defensa del Consumidor.

Por supuesto, esa protección a los consumidores solamente se alcanzará en la medida en que el Mercosur cumpla con los compromisos asumidos en su tratado inicial. En éste se estableció, entre otras cosas, armonizar las legislaciones pertinentes en aras de lograr el perfecto desarrollo del mercado integrado.

Este estudio comparativo intenta demostrar que las diferencias de sistemas de defensa del consumidor entre Brasil, Argentina y Chile (este último por su condición de posible futuro socio pleno en el Mercosur), constituirán una cuestión problemática en el proceso de integración regional y que, si se intenta profundizar dicho proceso, se tornará necesaria la armonización de los sistemas de defensa del consumidor.

El trabajo está dividido en tres partes:

En la primer parte analizaremos el tipo de problema que motiva la investigación, en aras de contribuir al debate sobre la defensa del consumidor en el espacio integrado del Mercosur.

Se demostrará que dicha protección es tema obligatorio no sólo en lo concerniente al ciudadano como sujeto de derecho, sino también en la faceta económica, ya que tiene un impacto positivo en las economías locales. Esta protección se vuelve más necesaria cuando los países se involucran en procesos de formación de bloques económicos, como sucede en la actualidad en el Mercosur.

Pero, en los procesos de integración, además de un sistema eficiente tiene que existir una armonización, tanto para brindar protección uniforme como para influir positivamente sobre las asimetrías existentes.

En la segunda parte se hará un análisis comparativo de los sistemas legales de protección y las políticas de atención a los consumidores argentinos, brasileños y chilenos, apuntando los rasgos principales de cada una de ellas y destacando los puntos positivos y las omisiones.

En principio se observa que la legislación brasileña ofrece un marco de protección de mayor alcance para los consumidores que en el resto de las normativas estudiadas.

En el primer caso, el contexto político en el que tuvo lugar la sanción del código de defensa del consumidor potenció las demandas ciudadanas en torno a una mayor

protección de los intereses de los consumidores y neutralizó la ofensiva encarada por el sector empresarial.

A diferencia, en Argentina y a raíz de la presión ejercida por el lobby empresarial, la reglamentación de la ley 24.240 limitó el marco de cobertura propuesto originalmente, aunque en términos generales el texto presenta menores vacíos que en el caso de Chile.

La Ley de Defensa del Consumidor Chileno exceptúa muchos servicios de su ámbito, pero tiene la ventaja de haber creado un sistema administrativo de atención en todo el país, el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), que además de otras funciones tiene la incumbencia legal para actuar como mediador. Complementariamente, el consumidor tiene la posibilidad de reclamar ante el Juez de Policía local (una especie de justicia de menor cuantía) sin necesidad de abogado.

En la parte tercera, a modo de conclusión y luego de reflexionar sobre las asimetrías legales, se analizará de qué modo estas diferencias pueden incidir negativamente sobre las relaciones comerciales en el bloque, para al final reafirmar la necesidad de que el Mercosur cumpla con los compromisos pactados, especialmente en el tema de defensa del consumidor, sin desmedro de las demás falencias actuales, diseñando perspectivas y recomendaciones.

CAPITULO 1.-

EL CONSUMIDOR EN LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN

1.1.- Los orígenes del derecho del consumidor

A lo largo de nuestra civilización siempre hubo medidas de protección al consumo, aunque sólo ahora los consumidores son sujetos de un derecho propio. La idea de hacer esta protección de manera sistemática es relativamente novedosa; los países más desarrollados implementaron sus sistemas a partir de los años 60.

El fenómeno socioeconómico de la defensa del consumidor tiene sus antecedentes más claros en los Estados Unidos, a partir de la creación de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission), en 1914. Desde entonces la idea de protección al consumidor comenzó a ganar fuerza en aquel país (WAWZRNIAK, 1992: 9).

Apunta GHERSI (1991: 13) que, decisivamente, la defensa directa del consumidor surgió condensada en un discurso del Presidente Kennedy, cuando enunció como principios básicos:

- el derecho a la protección y seguridad;
- el derecho a ser informado;
- el derecho de elección; y
- el derecho de ser escuchado.

En su mensaje al Congreso Estadounidense el 15 de marzo de 1962, dijo:

Los consumidores son el único grupo económico importante que no está eficazmente organizado.

No obstante se considera que el derecho del consumidor, como tal, empezó a surgir en 1957 en el Tratado de Roma, creado por la Comunidad Europea. En este tratado, especialmente en los artículos 85 y 86, se hace referencia a los consumidores aunque recién en 1972 la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa editó la Carta de Protección al Consumidor.

En la Argentina, la protección del consumidor se desarrolló a través de disposiciones desperdigadas, sean las incluidas en el Código Civil, el Código Penal, las disposiciones sobre contrataciones del Estado, la Ley N° 22.262 (de Defensa de la Competencia), la Ley N° 22.802 (de Lealtad Comercial), la Ley N° 18.284 (Código Alimentario Argentino), las leyes antidumping, antimonopólicas, etc. Como se puede

observar, la protección se hacía de forma indirecta.

La concreción de un sistema de defensa del consumidor surgió el 13 de octubre de 1994, a través de la Ley N° 24.240, también denominada Ley de Defensa del Consumidor.

En Brasil, de manera similar, la protección se efectuaba por medio de legislación aislada y resultaba de la acumulación de instrumentos de defensa. Como ejemplo podemos mencionar la Ley N° 1.521/51, que definió los delitos contra la economía popular, luego la Ley Delegada N° 4/62, que disponía sobre la intervención en dominio económico y, en otro paso, la Ley N° 7.437/85, que disciplina la llamada Acción Civil Pública.

Efectivamente, el derecho del consumidor como tal surge con la Constitución Federal de 1988, cuyo artículo 5°, inciso XXXII, determina que al Estado incumbirá promover, en forma de ley, la defensa del consumidor.

Para cumplir este mandamiento constitucional, fue editada la Ley N° 8.078, del 11 de septiembre de 1990, conocida hoy como el Código del Consumidor.

En el ámbito del Mercosur, los dos otros socios en la integración todavía no poseen forma organizada para la defensa de este sector. Según DROMI, EKMEKDJIAN y RIVERA (1995: 362), en la República Oriental del Uruguay hay algunos proyectos en el Parlamento, mientras que en Paraguay una ley sancionada fue vetada por el Poder Ejecutivo.

En la República de Chile, recientemente empezó a regir la Ley N° 19.496, denominada Ley de Protección al Consumidor, con el propósito de brindar a los ciudadanos de aquel país una atención más efectiva. Anteriormente, al igual que en los otros casos mencionados, esta protección se hacía a través de principios legales aislados.

1.2.- El ciudadano como sujeto de derecho en los procesos de integración.

Cuando los países se lanzan a la tarea de integración, surge la necesidad evidente de defender a sus ciudadanos de las imperfecciones que aparecerán en el mercado ampliado, aún más entre países con distintos niveles de desarrollo entre sí.

De todos los derechos del ciudadano, que igualmente deben ser protegidos, fue sedimentándose la idea de la necesidad de una protección uniformizada cuando se

conforma un nuevo espacio integrado.

Esta idea surgió con fuerza, como dijimos, en el Tratado de Roma creado por la Comunidad Económica Europea. A partir de ahí nació, según la mayoría de los autores, el derecho del consumidor.

Hasta aquél entonces la defensa de éste se hacía por medios indirectos, sea regulando la competencia o vedando las prácticas abusivas de las empresas.

IRRERA (1996: 8), en su trabajo "La protección del consumidor en el sistema del Mercosur", claramente lo demuestra y sintetiza esta necesidad de protección con las siguientes palabras:

En este punto aparece la necesidad de proteger al consumidor que como ciudadano de cada mercado individual y regional, debe ser el destinatario de ese desarrollo económico y social, protegido por leyes que impidan el desarrollo a su costo.

.....

No debemos olvidar que la apertura del Mercosur potencia ese riesgo en el consumidor... Si antes, con el mercado limitado a cada territorio, se encontraba en una situación de peligro de ser atrapado por técnicas de comercialización desleales, ahora, con el mercado ampliado y multiplicado en los bienes y servicios, ese peligro se ve aumentado de manera real y no sólo potencial o aparente.

Asimismo, IRRERA apunta que el tema de la defensa del consumidor se relaciona indisolublemente con el de la protección al medio ambiente, ya que lo que antes significaba un daño de relieve nacional ahora adquiere el carácter de megadaño en el ámbito regional.

Por esto, además de las exigencias usuales tenemos que tener en cuenta que ese consumo debe resguardar el medio ambiente no sólo como protección efectiva del consumidor actual, sino también del consumidor futuro.

En los procesos de integración el primer paso es buscar un tratamiento jurídico semejante, que puede darse por aproximación, armonización o uniformización legislativa, conforme los niveles de integración que se desee.

La aproximación ocurre cuando el país miembro toma la decisión unilateral de

acercar su legislación hacia la del otro. La armonización se produce cuando los países integrantes hacen un esfuerzo conjunto para limar las diferencias principales que dificultan el proceso, mientras que la uniformización busca una coincidencia total.

En el Mercosur, se enunció la elección de la armonización legislativa. Ésta todavía está en fase bastante embrionaria, ya que, conforme se intentará demostrar, en algunos países existen fuertes reacciones empresarias en sentido contrario.

Hasta el momento han sido pocos los avances para hacer efectiva la protección del consumidor y, por supuesto, esto tienen reflejo en distintos órdenes de acuerdo al grado de profundidad que va adquiriendo la integración.

1.3.- Los compromisos del Mercosur.

El Mercado Común del Sur –MERCOSUR–, conforme se anuncia en su propio nombre, desea alcanzar entre sus miembros y en la comunidad económica internacional el grado de integración de mercado común.

Así manifestado puede parecer que se está remarcando algo obvio. Sin embargo, hay quienes dudan que el bloque efectivamente haya deseado desde el inicio dirigirse hacia el objetivo declarado, porque piensan que se procuró conformar sobretudo una mezcla de zona de libre comercio y unión aduanera (con algunos otros rasgos más).

Según la tradicional clasificación de BELLA BALLASA (1980), la integración se puede medir a través de distintos grados de profundidad, así especificados:

- Area o zona de libre comercio, donde se eliminan tanto las tarifas como las restricciones cualitativas que traban el libre comercio entre los países que se asocian, manteniendo cada uno de ellos su propia política de comercio exterior frente a terceros países;
- Unión aduanera, en la cual, además de los requisitos de la zona de libre comercio, se agrega un arancel externo común frente a la importación de terceros países;
- Mercado común, que es la suma de las dos anteriores ampliado a la libre circulación de los factores de la producción;
- Unión económica, cuando, además de todo, ocurre la coordinación de políticas económicas; y
- Unión económica total, que resulta conformando una especie de estado federal o

una confederación de estados.

En verdad, como concluye SALGADO (1993: 19) después de analizar los distintos modelos de integración, no existen formas estereotipadas de integración, y los instrumentos y secuencias del proceso deben corresponder a las condiciones de sus participantes.

Esto evidentemente significa que, por un lado, el proceso de integración no está atado a un modelo teórico y que, por otro lado, no se puede romper con los objetivos que el propio proceso eligió alcanzar.

El Mercosur anunció en el preámbulo del Tratado de Asunción que buscará la integración con base en los principios de gradualidad, flexibilidad y equilibrio, y que los Estados-Partes están convencidos de la necesidad de modernizar sus economías a los efectos de ampliar la oferta, la calidad de los bienes y servicios disponibles así como de mejorar las condiciones de vida de sus habitantes a través de la armonización de sus legislaciones, en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración (arts. 1º. § y 3º.). Así asumió, de hecho y de derecho, el compromiso de defender al consumidor y buscar el bienestar de los ciudadanos, destinatarios únicos de toda la actuación estatal.

Podemos observar esto en la Resolución MERCOSUR/GMC/Res. 126/94, en la cual el Grupo Mercado Común apunta que la inserción competitiva de los países miembros en el mercado mundial pasa por la adopción de normas de defensa del consumidor, compatibles con los patrones internacionales (considerando número tres).

En el mismo sentido, el Programa de Acción del Mercosur hasta el año 2000 (MERCOSUR/CMC/Dec. N° 9/95) considera la defensa del consumidor prioridad para la consolidación y el perfeccionamiento de la unión aduanera, de acuerdo con la conclusión e implementación del Reglamento Común de Defensa del Consumidor (ítem I.1.5).

Hasta el momento fueron editadas las resoluciones MERCOSUR/GMC/Res. N° 123, 124, 125, 126 y 127, que sólo serán incorporadas a los ordenamientos jurídicos nacionales cuando concluya la redacción del Reglamento Común sobre la Defensa del Consumidor y de su respectivo Glosario, tratando parcialmente los siguientes asuntos:

- a) los conceptos;
- b) los derechos básicos;
- c) la protección a la salud y seguridad del consumidor;
- d) publicidad; y
- e) garantías contractuales.

Quedaron totalmente abiertos los siguientes temas:

- a) las disposiciones sobre la oferta de productos y servicios;
- b) las prácticas abusivas en la oferta;
- c) la protección contractual;
- d) el contrato de adhesión; y
- e) la cláusula de ubicación provisoria (BOUZAS, 1997: 11).

Mientras tanto, continúa en vigencia la mencionada Res. 126/94, cuyo artículo segundo dispone que, hasta que no sea aprobado el Reglamento Común para la Defensa del Consumidor, cada Estado-Parte seguirá aplicando sus legislaciones internas, de forma no discriminatoria.

CAPITULO 2

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS SISTEMAS LEGALES Y DE LAS POLÍTICAS PUBLICAS.

2.1. El sistema de protección al consumidor brasileño

2.1.1. Fundamentos generales

Actualmente Brasil tiene como instrumento básico de protección la Ley N° 8.078 del 11 de marzo de 1990, denominada "Código de Defensa del Consumidor", a la cual podemos considerar ley jurídicamente avanzada, aunque el sistema de protección administrativa y de justicia a través de procesos de conocimiento más abreviados no esté suficientemente desarrollado para prestar la atención efectiva a la demanda.

Este texto legal fue gestado en un momento de euforia democrática. Los brasileños recién estaban saliendo de un largo período dictatorial, y la presencia de un fuerte movimiento popular en la "constituyente", acabó por consolidar la Constitución Federal de 1988.

En este período, se generó en el seno de la sociedad la convicción de que los problemas debían ser enfrentados con soluciones modernas que dieran lugar a transformaciones profundas, lo que se reflejó en la edición del código apuntado.

El Código de Defensa del Consumidor Brasileño, considerando que el consumidor representa la parte más débil en una relación comercial, además de las protecciones usuales adoptó en su filosofía principios de suma importancia para la defensa del consumidor, a saber:

✓ PROTECCIÓN UNIVERSAL DE LOS CONSUMIDORES

Obliga a todo el universo de proveedores, tanto personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras como entes despersonalizados, que desarrollen cualquiera de las actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación importación, exportación, distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

✓ **RESPONSABILIDAD OBJETIVA**

En los artículos 12 y 14 CDC, se intenta que los proveedores de productos y de servicios sean responsabilizados por los daños que causen a los consumidores, independientemente de prueba de culpa. El proveedor solo puede eximirse de la culpa cuando pruebe que ésta es del consumidor o de tercero sin cualquier participación en el polo activo de la relación comercial discutida, o que el alegado defecto no exista (art. 14 § 3º. , I y II del CDC).

Rige excepción a este principio para los profesionales liberales, ya que la responsabilidad sólo ocurre después de probada la culpa (art. 14 § 4º. del CDC).

✓ **RESPONSABILIDAD SOLIDARIA DE LOS ACTORES ACTIVOS EN LA RELACIÓN DE CONSUMO**

En el sistema de protección al consumo, siempre que haya un defecto en el producto o éste cause un daño, habrá responsabilidad solidaria entre el fabricante o productor, constructor, importador, prestador de servicio y el comerciante, de forma tal que el consumidor, a su elección, podrá exigir sus derechos contra uno de ellos, conforme estipulaciones de los artículos 7º., par. único, 13,18,19 y 25 §§ 1º y 2º. del Código.

✓ **PROTECCIÓN CONTRACTUAL**

Teniendo en cuenta que uno de los pilares del derecho del consumidor se basa en el reconocimiento del desequilibrio entre las partes contratantes (art. 4º., inc. I del CDC), se consideran abusivas, y por lo tanto nulas, cláusulas contractuales que:

- a) Disminuyan la responsabilidad del proveedor en caso de daños al consumidor;
- b) prohíban al consumidor devolver el producto o recuperar la cuantía ya pagada en función de un producto o servicio con defecto;
- c) establezcan obligaciones para otras personas, además del proveedor y del consumidor;
- d) coloquen al consumidor en desventaja exagerada;
- e) establezcan la obligatoriedad de que sólo el consumidor deba presentar pruebas en el proceso;
- f) prohíban al consumidor exigir sus derechos ante un órgano de protección o a la justicia, sin antes hacerlo ante el propio proveedor o ante quién él determinare;

- g) autoricen al proveedor alterar el precio;
- h) posibiliten al proveedor la modificación de cualquier parte del contrato, sin autorización del consumidor;
- i) establezcan la pérdida de las cuotas pagadas, debido al incumplimiento de alguna obligación del consumidor, cuando esté previsto el recobro del producto;
- j) imponga representante para concluir o realizar otro negocio jurídico;
- k) posibiliten violaciones de normas ambientales; y
- l) esté en desacuerdo con el sistema de protección al consumidor.

Como corolario de protección contractual, el artículo 51 § 4º del Código otorga al consumidor, a la entidad que le representa o a la Fiscalía de Defensa del Consumidor ingresar con acción destinada a declarar nula la cláusula contractual que contraría el Código o por cualquier forma no asegure el justo equilibrio entre derecho y obligaciones de las partes.

✓ **PROHIBICIÓN DE PUBLICIDAD ENGAÑOSA O ABUSIVA**

Con el objetivo de que las relaciones comerciales ocurran en el ámbito de completa información y considerando el poder de manipulación de los medios de comunicación, el Código exige que toda información sea clara y prohíbe la publicidad engañosa o abusiva. Por publicidad engañosa entiende la Ley aquella que contiene informaciones inexactas sobre el producto o servicio en cuanto a sus características, cantidad, origen, precios, calidad y usos u omite datos esenciales al consumidor. Abusiva es la publicidad que genera discriminación de cualquier naturaleza, provoque violencia, explote el miedo o la superstición, aproveche la falta de experiencia o capacidad de juzgar de los niños, transgreda valores ambientales, induzca a un comportamiento perjudicial a la salud y a la seguridad, etc. (art. 37 e inciso del CDC).

La publicidad, además de ser precisa según la Ley, obliga al proveedor del producto o servicio y pasa a ser parte integrante del contrato que se ha acordado.

✓ **CATASTRO DE PROVEEDORES**

En Brasil tradicionalmente los comerciantes se agrupan en el Centro de Directores "lojistas" (los que tienen tiendas), el cual mantiene en carácter privado el Sistema de Protección al Crédito (SPC), que a lo sumo es una central de catastro de deudores en

retraso o en falta con los abonos que les corresponden.

Este sistema quedó reconocido bajo el Código del Consumidor, reglamentada la protección de los consumidores contra el uso abusivo de las informaciones.

La contrapartida a favor del consumidor fue la creación de un Catastro de Proveedores en el cual los órganos públicos de defensa del consumidor anotan las empresas que son objeto de reclamación, publicando anualmente un listado donde consta si las reclamaciones fueron o no atendidas. De esta manera, se transforma pues en una especie de servicio de protección al consumidor.

Por supuesto esto se toma un importante instrumento de coerción legítima sobre las empresas que violan los derechos de los consumidores, porque nadie querrá que su establecimiento tenga una publicidad negativa de esta especie.

✓ **INFRACCIONES PENALES CONTRA EL CONSUMIDOR**

En los artículos 61 al 80, el Código de Defensa del Consumidor tipificó figuras especiales de crímenes practicados contra las relaciones de consumo, sin perjuicio del dispuesto en el Código Penal y leyes especiales.

Esto se impone como obligatorio, ya que el Código Penal Brasileño no contempla los aspectos criminales de la mala práctica del comercio. Además, la criminalización de ciertas conductas reprobables son importantes como forma de coacción psicológica.

Dice NASCIMENTO (1991, p. 144):

A mais respeitável fundamentação científica do princípio de reserva legal é de ANSELM VON FEUERBACH, penalista alemão, que se fulcra na "teoría da coação psicológica"... O conhecimento "erga omnes", de toda coletividade, do fato descrito como delito e da sanção aplicável á hipótese da infringência, é que intimida e reprime... Assim, a previsão do binômio crime-pena tem conotação de ameaça, coagindo as pessoas de se absterem da prática criminosa.

✓ **SISTEMA NACIONAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y POLÍTICA NACIONAL DE LAS RELACIONES DE CONSUMO**

Por la conjugación de estas políticas, el gobierno se compromete con la sociedad a tutelar las relaciones de consumo, abasteciéndola del instrumental para que pueda ejercer los derechos garantizados en aquella Ley, en conformidad con lo dispuesto en los artículos 4/5, 105/106.

El Poder Público se obligó a (art. 5º. del CDC):

- a) Mantener asistencia jurídica, integral y gratuita para el consumidor;
- b) instituir Fiscalía de Defensa del Consumidor, en el ámbito del Ministerio Público;
- c) crear Comisarías especializadas en la represión a infracciones penales contra el consumo;
- d) crear Juzgados Especiales de Pequeñas Causas para solución de litigios de consumo; y
- e) conceder incentivos a la creación y desenvolvimiento de Asociaciones de Defensa del Consumidor.

2.1.2. Órganos extrajudiciales en la composición del conflicto.

El derecho del consumidor cotidianamente tiene como destinatario a las personas simples del pueblo con problemas originados en la compra y venta, donde el objeto o servicio presenta vicios o provoca daños.

La gran mayoría de los perjudicados son gente "pequeña y sin voz". Entonces, la protección al consumidor necesita ser sencilla, rápida, accesible y gratuita.

Por su continentalidad y desde mucho tiempo atrás, en Brasil el gobierno central nunca llega al pueblo desasistido. Por este motivo, se fue generando una suerte de compromiso de las municipalidades o provincias para con sus habitantes.

Así surgieron las DECOM'S (Departamento de Atención al Consumidor) y PROCON'S (Programa de Atención al Consumidor), cuyos funcionarios y abogados tratan de resolver los problemas reclamados. Los primeros son órganos provinciales, mientras que los últimos son municipales.

Cada municipalidad o provincia suele tener realidades políticas, económicas y sociales distintas que se reflejan en la atención brindada a los consumidores. Por ejemplo, en las capitales y ciudades grandes y medianas las municipalidades ofrecen

servicios importantes y completos usando todos los medios de defensa del consumidor tutelados en el Código; a diferencia, otras municipalidades nada hacen.

En el ámbito de sus atribuciones, los órganos federales, provinciales y municipales podrán aplicar sanciones administrativas (art. 56 del CDC) así especificadas:

- ◆ Multa;
- ◆ aprehensión del producto;
- ◆ inutilización del producto;
- ◆ casación del registro del producto junto al órgano propio;
- ◆ prohibición de fabricación del producto;
- ◆ suspensión del aprovisionamiento del producto;
- ◆ suspensión temporaria de la actividad;
- ◆ revocación de la concesión o permisión de uso;
- ◆ casación de la licencia del establecimiento o de la actividad;
- ◆ interdicción total o parcial de establecimiento, de la obra o de la actividad;
- ◆ intervención administrativa; e
- ◆ imposición de contra propaganda.

Existen también las llamadas Asociaciones de Defensa del Consumidor, permitidas por el Código (art. 5º. Inc. V), que hasta ahora se crean para atender colectividades con interés específico (por ejemplo: víctimas del sistema Nacional de Habitación).

Según LUTZKI (1996: 218), ya existen en Brasil cerca de 750 servicios de defensa del consumidor, que deberán evolucionar rápidamente hasta 2.500 puntos de atención.

Otra importante estructura de atención es la constituida por las Fiscalías de Defensa del Consumidor que dependen del Ministerio Público. Por la misma razón antes apuntada, éstas se localizan en centros mayores. En las comarcas (división judicial) de menor tamaño, estas atribuciones son acumuladas por el "Promotor de Justicia" (Fiscal) local.

Conforme lo demuestran MAZZILLI y DE PAULA (1991: 19), desde los '80 el Ministerio Público Brasileño se fue desarrollando a gran velocidad, dirigido hacia una función social. Así, se creó la figura del "Defensor del Pueblo" que cumple las mismas funciones que el "Ombudsman" escandinavo.

La Constitución Federal de 1988 otorgó a esta institución una gran gama de

atribuciones y responsabilidades, pero también instrumentos legales.

Frecuentemente y donde no hay sistema municipal de atención, los Fiscales prestan servicio de protección al consumidor. Por la autoridad legal y moral que detentan en las comunidades, resuelven gran parte de los problemas a través de la búsqueda de una solución consensual para los conflictos y, muy a menudo, presionando a los dirigentes de los ejecutivos municipales a crear aquellos servicios.

2.1.3. La defensa del consumidor en juicio

Una efectiva política de protección integral al consumidor sería inocua si no estuviera acompañada de mecanismos procesales adecuados, en el sentido de facilitar el ejercicio de sus derechos.

En el derecho brasileño el consumidor tiene a su disposición dos formas abreviadas de búsqueda de solución de sus derechos.

La primera fase es a través del juicio de causas civiles de menor complejidad (una especie de juicio de menor cuantía) introducido a nivel nacional (ya que antes había experiencias provinciales) por la Ley N° 9.099 del 26 de septiembre de 1995.

Este tipo de juicio no requiere gastos judiciales en primer grado de jurisdicción porque es innecesaria la presencia de abogados o se indica asistencia jurídica gratuita para las situaciones especificadas.

La segunda forma es por medio de un juicio arbitral, tutelado por la Ley N° 9.307 del 23 de septiembre de 1996. Este juicio no es obligatorio sino que se realiza en la medida en que haya un interesado.

Si el ciudadano utiliza la acción colectiva como medio para recomponer sus derechos, los titulares de la acción están liberados del pago de expensas judiciales, salvo si obraran de mala fe (art. 87 del CDC), reconocido en sentencia formal.

La búsqueda de protección puede ser individual o de más personas, englobándose en esta última los derechos difusos y los derechos individuales homogéneos.³ Por el ejercicio de acciones colectivas están legitimados concurrentemente los órganos de protección al consumidor, las asociaciones y el Ministerio Público. En la producción de la prueba, el juez a su criterio —cuando considere verosímil el derecho alegado o

³ En los estrechos límites de este trabajo no se hablará de cada uno de ellos, pues se trata de materia jurídica compleja.

abrigado por justicia gratuita— podrá invertir el "onus probandi", quedando este deber a la parte proveedora (art. 6º, inc. VI del CDC).

El juez podrá "desconsiderar la personalidad jurídica de las sociedades", transfiriendo a las personas físicas de los socios la responsabilidad cuando, en perjuicio del consumidor, hubiere abuso de derecho, exceso de poder, infracción a la ley, facto, acto o violación de los estatutos o contrato social, quiebra, o estado de insolvencia, cierre o inactividad de personas jurídicas por mala administración (art. 28 del CDC).

Al término del proceso colectivo, la decisión de mérito hará cosa juzgada "erga omnes", "ultra partes", según las normas de los artículos 103 y 104 del Código.

2.2. La protección al consumidor argentino.

2.2.1. Análisis de los principios de la ley

En Argentina está en vigencia la Ley de Defensa del Consumidor Ley N° 24.240, del 15 de octubre de 1993, la cual debe ser interpretada conjuntamente con la Ley de Defensa de Competencia y de Lealtad Comercial (art. 3º. De la CLC).

Según Roberto DROMI y otros (1996, p. 361), la ley es buena, ya que:

Su materia es bastante completa también, pues contiene disposiciones que regulan el derecho a información y a la protección de la salud del consumidor (art. 4º. a 6º.), la publicidad (art. 8º.), la formación del contrato (art. 7º. a 10º.), las garantías vinculadas a la enajenación de las cosas muebles de consumo durable (art. 11 y ss.), la prestación de servicios (art. 19 y ss.), los servicios públicos domiciliarios (art. 25 y ss.), algunas modalidades de la compraventa (domiciliaria, por correspondencia y otras), los negocios de crédito (art. 36), las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión y los contratos tipos (art. 37 y ss.), las sanciones (art. 45 y ss.), las acciones judiciales (art. 52 a 54), las asociaciones de consumidores (art. 55 a 58), el arbitraje (art. 59) y la educación al consumidor (art. 60 a 62).

Como resultado de la observación parcial de la ley quedaron anulados los siguientes principios:

- a) El goce del beneficio de justicia gratuita (art. 53 § 3º. del LDC);
- b) el efecto de la expansión de la cosa juzgada (art. 54 de la LDC);

- c) el derecho de las asociaciones de consumidores para actuar como litisconsorte de las partes (art. 52 § 2º., parte final de la LDC);
- d) el principio de la responsabilidad solidaria de los intervinientes en la cadena productiva (art. 13 del la LDC);
- e) la responsabilidad solidaria por daños (art. 40 de la LDC); y
- f) la exclusión de los servicios públicos domiciliarios de la protección directa (art. 331 §§1 a 4 de la LDC).

De este modo, aunque la ley sea positiva en los aspectos generales, no brinda a los consumidores los instrumentos que usualmente se reconocen como necesarios para compensar su natural debilidad ni las instituciones de derecho y los instrumentos procesales adecuados.

A esto se suma que la ley argentina no alcanza la totalidad de bienes y servicios, sino aquellos enumerados en el artículo 1º. de la Ley de Defensa del Consumidor. A saber:

- ◆ la adquisición de cosas muebles;
- ◆ la prestación de servicios; y
- ◆ la adquisición de inmuebles nuevos destinados a vivienda, incluso los lotes de terrenos adquiridos con el mismo fin, cuando la oferta sea pública y dirigida a personas indeterminadas.

De ahí que la ley excluya los actos de adquisición de bienes y servicios de carácter gratuito, la adquisición de bienes inmuebles destinados a público determinado, las cosas usadas, los servicios prestados por profesionales liberales que tengan título universitario y dependan de matrícula en colegio profesional para el ejercicio de su actividad (artículo 2º. de la LDC), y los servicios públicos domiciliarios que tengan regulación propia, siendo la ley supletoria al marco regulatorio de estos servicios.

Como se dijo al inicio de este trabajo, el Código de Defensa del Consumidor Brasileño fue gestado en momento histórico favorables, pudiendo así las fuerzas sociales imponer sus derechos.

En la Argentina, por el contrario, el estudio efectuado por LUTZKI (1996: 218) demuestra cuales fueron las dificultades:

Na Argentina Gabriel A. Stiglitz entende que será árdua a tarefa de implementar a legislação de proteção ao consumidor uma vez que enfrentará reação contrária do esquema econômico e social dominante (el subrayado es

nuestro).

La observación (veto presidencial) más importante fue sobre el artículo 40 de esta Ley, que trataba sobre la responsabilidad solidaria en la cadena de producción de bienes o servicios y generó, por parte de los estudiosos de las relaciones de consumo, merecidas críticas.

Así, DROMI y otros. (1996, p. 361), comentando el veto del Poder Ejecutivo, apuntan:

La gran omisión de la ley argentina está constituida por la carencia de una norma sobre responsabilidad por productos. En realidad ella estaba en el texto sancionado por el Congreso como art. 40, pero ese artículo fue vetado por el Poder Ejecutivo... en los fundamentos del decreto del Poder Ejecutivo se dice que el sistema de responsabilidad previsto en el texto sancionado por el Congreso no se autorizaba la liberación de responsabilidad para la prueba de la no culpa, lo que es más amplio que el vigente en los países más avanzados y en particular en Brasil lo que operaría como una desventaja comparativa para productores y consumidores.

GHERSI (1996, p. 229), en su opúsculo "La defensa de los derechos del consumidor y la fragmentación jurídica del sistema de la reparación de daños", considera:

De esta forma se evitaban la fragmentación de la responsabilidad, el traslado de riesgo al consumidor, excepciones infinitas, etc., cuyo objetivo final era colocar sobre la cabeza de las empresas el peso económico de la recuperación... ¿Qué es más justo que esto?

En principio DROMI y otros, como IRRERA, plantean que el veto del Poder Ejecutivo sobre el artículo 40 no quita de la responsabilidad objetiva las relaciones de consumo, ya que actualmente la responsabilidad se puede encausar a través de los principios del Código Civil, pero la diferencia está en que la ley argentina de defensa del consumidor se alejó de las normas más avanzadas del mundo, perdiendo las ventajas procesales que ella aporta como remedio rápido para las violaciones del derecho del consumidor.

En cuanto a la protección penal al consumidor argentino, la Ley de Defensa del Consumidor no trata específicamente el tema, estando los diversos delitos previstos dispersos en la legislación argentina. Así, hay figuras penales tanto en la Ley de

Defensa de la Competencia, como en la Ley de Lealtad Comercial, en la Ley de Abastecimiento, y en la Ley de Residuos Públicos, además de aquellos crímenes aplicables previstos en el Código Penal Argentino.

2.2.2. La estructura operacional para la composición consensual de los conflictos

El consumidor argentino, cuando tiene sus derechos lesionados, puede ejercer las siguientes opciones:

- a) Utilizar la estructura de la Secretaría de Industria y Comercio, que es la Autoridad de Aplicación a nivel nacional;
- b) en la Capital Federal, buscar apoyo del Consejo Municipal del Consumidor, que es Autoridad Local de Aplicación por delegación concurrente con la Autoridad Nacional. En el interior vale la misma norma, a través de los Gobiernos Provinciales o Municipales (art. 41, 42 y 43 par. único de la LDC);
- c) intentar solucionar su problema a través de la intervención de una de las asociaciones de defensa del consumidor (p. ej., ADELCO);
- d) servirse de la Ley de Mediación, que puede ser herramienta adecuada para lograr una solución del problema; y
- e) elegir un juicio arbitral, como forma de composición del conflicto, en base al artículo 59 de la Ley de Defensa del Consumidor.

En el procedimiento para la primera hipótesis, incumbe al organismo recibir y dar curso a las inquietudes y reclamos de los consumidores, acompañados de los documentos y pruebas que correspondan. Dicho organismo debe de realizar audiencia previa de conciliación y los trámites correspondientes en miras de alcanzar la solución de los problemas, procediendo a la citación de las partes, recibiendo el descargo del presunto infractor, produciendo la prueba necesaria y dictando una resolución, según las disposiciones de los artículos 43 a 48 de la Ley de Defensa del Consumidor.

Probada la culpa del proveedor, la Autoridad de Aplicación dictará su decisión fijando la sanción, graduada bajo las condiciones de los artículos 47 y 48 de la Ley, pudiendo aplicar una o más de las siguientes sanciones, de forma independiente:

- ◆ Apercibimiento;
- ◆ multas de \$ 500 a \$ 500.000;
- ◆ decomiso de las mercaderías y productos;
- ◆ clausura del establecimiento o suspensión del servicio por un plazo de hasta 30

días;

- ◆ suspensión de hasta 5 años del registro de proveedores del Estado; y/o
- ◆ pérdida de regímenes o privilegios.

Todo el procedimiento está protegido por la posibilidad de recurso ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal o ante las Cámaras de Apelaciones, con asiento en las provincias según corresponda de acuerdo al lugar en que se haya producido el hecho.

La segunda vía —búsqueda de auxilio junto a la Autoridad de Aplicación en la Ciudad de Buenos Aires o en la respectiva Provincia— puede darse a los efectos de la delegación prevista por el art. 43, c, d y f de la Ley de Defensa del Consumidor. Es decir, permite recibir y dar respuesta a las inquietudes y denuncias de los consumidores, realizando inspecciones y pericias vinculadas con la aplicación de esta ley, promoviendo la celebración de audiencias con la participación de las partes, testigos y peritos.

Las asociaciones, además de informar y educar a los consumidores, podrán recibir los reclamos particulares de éstos, intentando soluciones amigables. Cuando los intereses afectados pertenezcan a los consumidores en general, podrán también accionar para la defensa de estos derechos.

2.2.3. El ejercicio de los derechos del consumidor ante la justicia

Un punto positivo de la ley es la disposición del artículo 52 que brinda al consumidor o usuario el derecho de ingresar en juicio para defender sus derechos afectados o amenazados, sin la necesidad del daño concreto. Esto le otorga un evidente carácter preventivo, siendo legitimados activos tanto aquel como las asociaciones de consumidores, la autoridad de aplicación nacional o local y el Ministerio Público.

En la reforma constitucional de 1994 la Constitución de la Nación Argentina consagró en el artículo 43 el derecho del consumidor a interponer la acción expedita y rápida de amparo, para la defensa contra acto u omisión de la autoridad pública en los casos reconocidos en Ley, tanto por el ciudadano como por el Defensor del Pueblo o asociaciones que propendan a esos fines.

La novedad es que ahora la acción de amparo puede ser interpuesta también contra los particulares y, como apuntan LOVECE y WEINGARTEN (1996, p. 2), sirve para

proteger distintas situaciones, tales como:

- ◆ Prestación de servicios telefónicos;
- ◆ defensa del medio ambiente;
- ◆ materia de prestaciones asistenciales;
- ◆ contratos de adhesión con las medicinas prepagas;
- ◆ servicios públicos domiciliarios; etc.

2.3. La política de atención al consumidor chileno.

2.3.1. La reciente Ley de Protección al Consumidor

En Chile entró vigencia el 7 de junio de 1997 la Ley N° 19.496, denominada Ley de Protección al Consumidor (LPC), que establece las normas de protección de los derechos de los consumidores, cuyos aspectos generales serán analizados a continuación.

A grandes rasgos, la ley tiene filosofía semejante al diploma legal argentino, aunque en esta última los derechos de los consumidores están dispuestos en forma superior.

La publicación CCV – Consumo y Calidad de Vida, órgano oficial de difusión del SERNAC, en su edición especial de junio de 1997, apunta los avances más importantes de la Ley:

- consagra el derecho a la información, obligando a los proveedores en sus aspectos más significativos —precio, condiciones de crédito, rotulación y etiquetado—;
- contempla la garantía legal obligatoria;
- regula las promociones y ofertas, y sanciona la publicidad engañosa;
- regula los contratos de adhesión y señala las cláusulas abusivas que no podrán aplicarse;
- sanciona duramente la interrupción injustificada de los servicios básicos domiciliarios;
- establece obligaciones para los servicios técnicos y normas que garanticen la seguridad en el consumo;
- simplifica el acceso del consumidor a la justicia y formaliza el procedimiento de la mediación administrativa, por actuación del SERNAC; y
- favorece la organización de asociaciones de consumidores, para defensa de sus

derechos comunes.

En el vecino país la presión empresaria limita los alcances de la ley apelando a argumentos tales como que

... podría producirse una avalancha de juicios en contra de los proveedores, una fiebre de reclamar por todo y una innecesaria tensión entre éstos y los consumidores. Hasta podrían producirse denuncias falsas o alarmistas para perjudicar a empresas competidoras (CCV, 1997: 20).

Dado que no tiene carácter general, la ley chilena, igual que su correspondiente argentina, tiene débitos para con los consumidores. No se aplica a la universalidad de las relaciones de consumo y sus preceptos no son aplicables a aquellas actividades regidas por leyes especiales, exceptuadas en el párrafo segundo del artículo 2° de la Ley de Defensa del Consumidor, sirviendo la ley subsidiariamente en los aspectos que tengan que ver con las disposiciones contractuales, publicidad engañosa, etc.

Por ejemplo, entre otros, están fuera de las relaciones de consumo los problemas que involucran:

- los Servicios de Salud,
- la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras,
- la Superintendencia de Valores y Seguros,
- la Superintendencia de Electricidad y Combustibles,
- la Subsecretaría de Telecomunicaciones,
- la Superintendencia de Isapres,
- la Superintendencia de Servicios Sanitarios, y
- el Transporte aéreo.

En relación con la responsabilidad, el artículo 21 § 2° de la Ley Chilena fija que el consumidor tendrá derecho a la reposición del producto o, en su defecto, a optar por la bonificación de su valor en la compra de otro, o por la devolución del precio que haya pagado en exceso. Este derecho lo ejercerá contra el vendedor.

Empero, cuando este vendedor ya no existe más —sea por ausencia, quiebra, termino de giro u otra circunstancia semejante— el consumidor podrá hacerse valer indistintamente contra el fabricante o el importador, lo que según la opinión de LOMBARDI (1996, p. 4), resulta ser una normativa que muestra cierta concordancia con la legislación brasileña.

2.3.2. El sistema administrativo de solución de los conflictos

En Chile, cuando se viola el derecho del consumidor, éste puede buscar la composición, sea a través de un órgano administrativo o por la vía judicial.

En el primer caso, la mediación del conflicto puede ser buscada con el auxilio de una Asociación de Consumidores o por medio del SERNAC. El acuerdo que se haga en este órgano tiene el carácter de transacción extrajudicial y cuenta con los mismos efectos de una sentencia.

A diferencia de la ley argentina, en la cual la Autoridad Nacional de Aplicación tiene poderes de asignar sanciones administrativas y pecuniarias, el SERNAC, principal órgano de atención al consumidor chileno, no posee tales atribuciones.

Para generar una política de atención gubernamental más eficaz, el SERNAC ha adquirido el carácter de servicio público funcionalmente descentralizado y territorialmente desconcentrado con personalidad y patrimonio propio, cuya autoridad máxima es su Director, sujeto a la supervigilancia del Presidente de la República.

El SERNAC tiene una Oficina Regional en cada una de las Regiones del país, además de Oficinas Comunales en los municipios más importantes, a quienes incumbe ejercer las funciones de:

- formular, realizar y fomentar programas de información educación al consumidor;
- realizar, a través de laboratorios o entidades especializadas de reconocida solvencia, análisis selectivos para verificar la adecuación de los productos al consumo;
- difundir derechos y deberes de los consumidores;
- trabajar la información para facilitar al consumidor mejor conocimiento de las características de comercialización de bienes y servicios que le son ofrecidos;
- realizar y promover investigaciones en el área del consumo;
- velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias relacionadas con la protección de los derechos del consumidor; y
- actuar como mediador.

Complementariamente se piensa crear una Defensoría Nacional del Usuario (FREDES, 1997) que estaría dirigida a la protección de los derechos relativos a los

servicios de utilidad pública.

2.3.3. Los caminos judiciales

En la defensa de sus derechos delante del poder judicial, el consumidor chileno puede accionar por sí mismo, intentar patrocinio en una de las asociaciones de consumidores o buscar apoyo a través del SERNAC. Puede recurrir a este último sobretodo si el derecho violado está relacionado con cuestiones que afectan al conjunto de los consumidores o para denunciar una violación a las infracciones de la Ley y demandar la aplicación de las consiguientes multas (art. 7º. y 52 de la LPC).

Un punto positivo es que, de todos modos, el consumidor individualmente, una asociación o el SERNAC pueden ejercer las acciones que correspondan ante el Juez de Policía local, con procedimiento básicamente oral, semejante al juicio de menor cuantía.

En estos juicios, las partes no tienen que hacerse representar por abogado habilitado y el rito procesal es bastante abreviado, pues recibida la demanda el juez designará la audiencia para los cinco días siguientes a la notificación, adonde se intentará el avenimiento, contestación y prueba, determinando las medidas necesarias para resolver mejor la cuestión.

Además, en sus artículos 23 a 27 la Ley estipula sanciones a quien cometa infracciones a sus disposiciones y considera que el juez, al juzgar la demanda y si hubiera conducta negligente por parte del proveedor, además podrá aplicar multa, graduada según el monto de lo disputado, las facultades económicas del infractor, primariedad, etc.

Para tornar más efectiva la protección al consumidor, el juez al proferir su decisión cuenta con múltiples opciones, desde la aplicación de multas hasta sanciones de orden civil (por ejemplo: declarar la nulidad de una cláusula contractual, retirar del mercado un producto peligroso a la salud o seguridad de las personas, etc.).

Si además del incumplimiento hubiera conducta negligente o de menoscabo al consumidor por parte del proveedor, el juez aplicaría la multa correspondiente.

La ley castiga con mayor severidad aquellas situaciones en las cuales el consumidor necesita más protección, como ser:

- Difusión de publicidad falsa o engañosa;

- interrupción o no prestación injustificada de servicios previamente contratados;
- sobreventa de entradas en espectáculos o venta de sobrecupos en servicios de transporte de pasajeros;
- incumplimiento de las obligaciones de advertencia y prevención en cuanto a productos y servicios potencialmente peligrosos a la salud de las personas y para la seguridad de sus bienes; e
- incumplimiento de la obligación de rotular, falseamiento, ocultamiento o alteración de la rotulación (CCV, 1997, p.23).

CAPITULO 3

LA ARMONIZACION DE LA LEGISLACION

3.1. Algunas reflexiones sobre las asimetrías legislativas

A continuación sintetizaremos las principales conclusiones desarrolladas en este trabajo, sin abordar aquellos asuntos en los cuales la protección al consumidor ha sido considerada suficiente. Por esto, a los efectos prácticos, nos detendremos en los aspectos más importantes.

En el estudio comparado de las legislaciones se observan algunas diferencias significativas, ya que ciertas protecciones dadas a los consumidores brasileños son inexistentes para los argentinos y/o chilenos, a saber:

✓ EL PRODUCTO OBJETO DE LA RELACIÓN DE CONSUMO

A los efectos de la legislación brasileña todos los productos, bienes de cualquier naturaleza (móvil o inmóvil, material o inmaterial) o servicios adquiridos para el consumo del destinatario final, están bajo relación de consumo.

La Ley Argentina no alcanza la totalidad de bienes y servicios, sino aquellos enumerados en el artículo 1° de la Ley de Defensa del Consumidor, excluyendo los actos de adquisición de bienes y servicios en carácter gratuito, la adquisición de bienes inmuebles destinados a público determinado, las cosas usadas, los servicios prestados por profesiones liberales que tengan título universitario y dependan de matrícula en colegio profesional para el ejercicio de su actividad (artículo 2° de la LDC), los servicios públicos domiciliarios que tengan regulación propia, siendo la ley supletoria al marco regulatorio de estos servicios.

De forma semejante, en Chile no están comprendidos en la protección de la ley los servicios regulados por leyes especiales, como por ejemplo las actividades bancarias, seguros, transporte aéreo, compra de viviendas nuevas, AFP, Isapres, medicamentos, servicios de utilidad pública —electricidad, teléfonos, gas, agua potable, servicios sanitarios y otros— (CCV, 1992, p.5).

✓ ALCANCE DE LA APLICACIÓN EN CUANTO AL PROVEEDOR

El Código Brasileño considera como proveedor todos los tipos de personas, físicas o jurídicas, incluidos también los profesionales liberales. Es el de protección más

amplia posible.

La Ley Argentina, al contrario, excluye a los profesionales liberales de título universitario y matriculados en colegios profesionales reconocidos o autoridad delegada. Éstos quedan bajo la responsabilidad civil contractual.

La Ley de Chile, igual que la brasileña, no crea excepciones en cuanto a las personas naturales o jurídicas, tanto públicas o privadas.

✓ **GRADO DE RESPONSABILIDAD CIVIL DEL PROVEEDOR EN LA RELACIÓN CONTRACTUAL.**

El sistema brasileño contempla los principios de responsabilidad solidaria entre todos los participantes de la cadena productiva y de responsabilidad civil objetiva, o sea, independiente de la prueba de la culpa, excepción hecha a los profesionales liberales, a los cuales se necesita comprobar culpa.

Como en la Argentina el artículo 40 de la Ley de Defensa del Consumidor fue observado en el decreto de promulgación n° 2089/93, se aplica a las relaciones de consumo la responsabilidad civil contractual, basada en la culpa, sin excepciones.

En la legislación chilena vale la misma responsabilidad que en la ley argentina, con la diferencia de que si el vendedor dejara de existir por alguna forma, el fabricante o importador se tornarían responsables, excepto en los temas de devolución de la cantidad pagada (art. 21 de la LPC).

Aparte de esto, en la parte procesal la legislación brasileña contiene avances no previstos ni en la ley argentina ni en la ley chilena, tales como:

- justicia gratuita a los necesitados y en la defensa de derechos colectivos;
- inversión de la carga de la prueba;
- desconsideración de la personalidad jurídica; y
- efectos “erga omnis” y “ultra partes” de sentencia.

Estas cuestiones tienen gran importancia para una protección de relaciones comerciales integradas, como se verá más adelante.

Central es la cuestión de la responsabilidad objetiva de los proveedores de productos y servicios, ya que además de la importancia interna, esto será causa de asimetría en el futuro mercado integrado. El consumidor brasileño tiene sus derechos

contra el proveedor independientemente de la demostración de la culpa —rige la solidaridad de la cadena productiva—, mientras que los argentinos y chilenos necesitan probarla.

Otro tema significativo se refiere a los profesionales liberales, para los cuales en los tres países rige el principio tradicional de la prueba de culpa. La diferencia está en que las leyes de defensa de los consumidores de Brasil y Chile incluyen esta categoría bajo subordinación de consumo, mientras que Argentina la excluye.

Así, el importante sector de servicios puede ser perjudicado en los casos en que es ejercido por profesionales de nivel universitario sujetos a matrícula en colegios profesionales (abogados, ingenieros, arquitectos, contadores, médicos, etc.), por ejemplo, en consultorías, proyectos, etc.

Todos los asuntos son claves para el desarrollo de relaciones integradas, pues los tres países tienen sistemas no coincidentes en sus aspectos centrales. De hecho, quien se involucre en el tema de defensa del consumidor en la Argentina y Chile casi lo único que puede utilizar son los instrumentos tradicionales del derecho común, al contrario de lo que actualmente es usual en las naciones más desarrolladas.

✓ REFLEJO DE LAS DIFERENCIAS SOBRE LAS RELACIONES COMERCIALES

Las diferencias antes apuntadas desprotegen a los consumidores, que no tienen a su favor buenos principios de defensa, sea de productos producidos en el mercado interno o importados.

Pero periódicamente, en Argentina las demandas empresarias a favor de una legislación más restrictiva podrían ocasionar también importantes perjuicios para este sector ya que, como apunta Ghersi (1996, p. 229):

- a) en estos tiempos de globalización de la economía, quienes se alejen de producir productos de calidad superior sin buscar inversiones y baja de costos, pueden quedarse afuera del mercado;
- b) en el comercio entre los socios por un lado está Brasil, con una industria bastante desarrollada y una legislación de protección al consumidor más bien elaborada; por otro lado, Argentina y Chile con una industria de menor escala y un sistema de defensa del consumidor sin responsabilidad objetiva y solidaria de la cadena productiva;

- c) como sabemos, en el comercio mundial, actual, los países buscan defenderse de sus competidores externos más que nada a través de barreras no arancelarias, reales o artificialmente alegadas;
- d) mientras no exista una legislación armonizada en el Mercosur, rige para las relaciones bilaterales entre sus miembros plenos (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) la Ley de cada país (MERCOSUR/CMC/RES N° 126/94). Si esto sucede, los productos brasileños de mala calidad pueden ingresar con más facilidad en el mercado integrado; por el contrario, los productos de los otros socios vendidos hacia Brasil necesitan estar en conformidad con las normas brasileñas, ya que el importador brasileño es solidariamente responsable (art. 12 del CDL);
- e) Chile, en la condición de miembro asociado, acordó que la defensa del consumidor se consensuará en un régimen basado en la normativa y prácticas del comercio internacional (FRATALOCCHI, 1997: 23). Por lo tanto, existe una ventaja comparativa para los brasileños y una desventaja para los demás;
- f) las empresas del Mercosur, como bloque, que desearan ingresar a los mercados de países desarrollados, tienen que producir con alta calidad, pues éstos tienen rígidas legislaciones de protección.

Asimismo la mayor sustancia de la legislación brasileña oficia a modo de resguardo en la relación de este país con Argentina; en tanto que para este último, según Dromi y otros (1996: 391), el texto final de la Ley 24.240 operaría como una desventaja comparativa para productores y consumidores.

Mientras que Argentina se reglamentó una ley bajo el tradicional principio de la responsabilidad, sin solidaridad en la cadena productiva, en Brasil rige el principio de la responsabilidad sin culpa, tanto para los productos como para los servicios, y están todos vinculados a la responsabilidad (art. 12/18 del CDC), INCLUSIVE EL IMPORTADOR.

Comentando estas cuestiones, dice MARQUES (1996: 216).

Por lo tanto, el proveedor argentino, uruguayo o paraguayo que desee colocar sus productos en Brasil (y el importador responsable) tendrá que adaptarse a las reglas del mercado brasileño en cuanto a la protección del consumidor y respecto a éste.

¿ Establecerán, entonces, estas reglas verdaderamente una “barrera” a la entrada de estos productos en el mercado brasileño, a la libertad de circulación de mercancías en el Mercosur?

Luego de examinar el art. 2° del Anexo I del Tratado de Asunción juntamente con lo dispuesto en el art. 50 del Tratado de ALADI, se concluye que las “restricciones al comercio recíproco” (dificultades) las cuales se destinen a la “protección de la vida y de la salud de las personas” no serán considerados como “barreras no tarifarias”, estando por lo tanto permitidas en el Mercosur.

Pero, más allá del derecho, en la práctica un desfase entre las legislaciones de protección se torna una barrera no arancelaria de facto.

En la misma línea de pensamiento, UBALDO (1996: 287) constata:

Aliás, já se observam, problemas nessa área. Alguns importadores brasileiros, por exemplo, estão deixando de importar diversos produtos por temerem arcar sozinho com eventuais problemas frente aos consumidores.

3.2. Necesidad de armonización legislativa

Por todo lo expuesto, creemos resulta claro que para que nuestra integración progrese se torna necesaria una aproximación o armonización legislativa. Esto se aplica desde el primer grado de integración, y es tema obligatorio en un marco de mercado común.

Analizando el fenómeno, ANDRADE (1996: 250) observa que:

“Lo más adecuado será, precisamente, iniciar la armonización en los sectores directamente relacionados con el intercambio económico. Las áreas de los contratos y del consumo sirven como ejemplos iniciales”.

Como en cualquier proceso de integración el "motor" es el comercial, nada resulta más importante que rompan todas las barreras para desarrollar el comercio de bienes y servicios intraregional.

La defensa del consumidor es un derecho de la ciudadanía y un deber del Estado. Cuando los Estados se involucran en procesos de integración con otros Estados, la armonización de la materia se vuelve tema obligado, ya que de allí se generan distorsiones que influyen negativamente en los flujos del comercio.

Como advierte MARQUES (1996: 199):

Si, por un lado, el Mercosur se ha mostrado un fenómeno político dinámico y un fenómeno real y complejo, en el área del Derecho esta integración subregional sigue incipiente: sin base jurídica definitiva, sin instrumentos suficientes para la armonización, sin una institución dedicada a la interpretación y la aplicación de nuevas reglas....

Hasta ahora en el ámbito del Mercosur rige la Resolución N° 126/94, donde se decidió que cada Estado-parte aplicará su legislación propia respecto a productos y servicios comercializados en su territorio, sin imposiciones mayores que las que se hace a los nacionales de cada cual.

Según DROMI y otros (1995: 365), citando STIGLITZ:

La doctrina que ha comentado este dispositivo subraya que se ha adoptado el mejor sistema desde el punto de vista del consumidor, pues si se aplicara el régimen del país de origen del producto o servicio, podría, a través de la colocación de bienes provenientes de un país no demasiado protector, desprotegerse a los consumidores del país destinatario.

Los avances alcanzados hasta ahora están concretados en las Resoluciones N° 123 a 127 del Grupo Mercado Común, que todavía sólo se refieren a la armonización parcial de asuntos no relevantes, reflejando la clara dificultad política para desarrollar el tema.

Cuando se busca una armonización, puede hacérsela en base a la legislación más adelantada —como adoptando la forma más sencilla—, siguiendo un modelo intermedio o haciendo una nueva legislación para todos los miembros del bloque.

Por supuesto, la forma ideal de armonizar está en adoptar y adaptarse al modelo superior más avanzado.

En el caso Mercosur, la situación dada parecería indicar la conveniencia de un acercamiento a la legislación brasileña, ya que es la que tiende a la mayor protección del consumidor. Nivelar hacia abajo implicaría un retroceso, tomando en cuenta

también que habría dificultades internas para que Brasil pudiese descender el nivel de protección de sus consumidores.

Empero, en el Mercosur se está diseñando una situación que crea un sistema de protección propio, con principios válidos solamente en las relaciones intrarregionales, ya que el artículo 2° de la Res. N° 123 de GMC, apunta que:

Los conceptos aprobados por la presente Resolución se aplican apenas a la normativa de Defensa del Consumidor del Mercosur.

Esto quiere decir que se van a generar adentro de cada país dos sistemas de protección. El ciudadano participará de una relación de consumo interna cuya legislación será la nacional, pero cuando participe como actor del mercado ampliado, se aplicará la normativa mercosureña. Esto permite avizorar las siguientes situaciones:

- un consumidor nacional, mejor o peor, protegido en función del grado de calidad de legislación interna de su país;
- el consumidor en el mercado ampliado, defendiendo según principios propios, con peor protección cuando la legislación nacional sea superior y mejor protegido cuando pasara al revés.

Claramente, se creará una situación distorsionada desde sus orígenes, con previsibles reflejos comerciales futuros, aún más cuando funcione plenamente el mercado común.

En busca de una armonización, la ONU ya aprobó las llamadas "Directrices para la protección del consumidor" (Res. 39/248) que, además de la legislación nacional de cada uno de los partes, deben ser tomadas en cuenta.

Cuando hubiera voluntad política o los hechos así exigieran, podemos tomar como ejemplo la valiosa experiencia de la Comunidad Europea pero siempre teniendo en cuenta que debemos de respetar nuestras realidades.

Una buena idea es seguir el ejemplo de las "directivas", que son como sugerencias de "leyes patrón", y así alcanzar la deseada armonización.

Una noticia positiva es que ya empezaron los primeros acuerdos hacia una mayor unión en las legislaciones. Se creó el Grupo de Asociaciones de Consumidores del Mercosur —Grupo ACOM integrado por ADELCO (Argentina), CEADU (Uruguay)

y ALTER VIDA (Paraguay)— para luchar por la causa de los consumidores en forma integrada.

3.3. Perspectivas del consumidor en la integración

El Mercosur, aunque con sus avances en lo comercial, todavía no creó simultáneamente una estructura institucional y jurídica adecuada a su real importancia.

Integrar implica hacer profundas transformaciones hacia el interior de los países que se asocian, a favor de una unión solidaria que, por supuesto, exige trabajo arduo y paciencia. Esto no se conseguirá con soluciones a medias; éstas solamente dan una noción de tarea cumplida a quienes incumbe enfrentar el problema, cuando en realidad lo postergan, manteniendo las dificultades existentes.

La velocidad con que están ocurriendo los hechos en la integración superó las mejores previsiones.

Intentando proyectar el futuro del Mercosur, aparecen dos disyuntivas: o el proceso se profundiza en dirección al modelo elegido o se mantiene el actual sendero, una combinación que resulta una zona de libre comercio incompleta y una unión aduanera imperfecta, resultando en la primera hipótesis un "falso mercado común" para de ahí progresar más allá del Mercosur (PAVAN, 1997, p. 20).

Con respecto al consumidor, se pueden verificar rasgos de ambas situaciones ya que si por un lado hay poca voluntad política de enfrentar el problema, por el otro, la no muy lejana posibilidad del ALCA crea la conciencia de una necesidad de profundización de la unión aduanera.

El propio Canciller brasileño, Luiz Felipe Lampreia, dijo que era necesario, entre otras cosas, un perfeccionamiento de la política de defensa del consumidor (GONZALEZ, 1997: 7). Sin embargo, después se informó que Brasil suspendió su participación en las negociaciones del Protocolo de Defensa del Consumidor del Mercosur hasta que se "puedan madurar las propuestas", ya que de un lado se alinean Brasil y Paraguay y por otro Uruguay y Argentina discrepan (MONTERO, 1997: 3).

Probablemente las mismas fuerzas de presión que actuaron en el ámbito interno de cada país están accionando en el sentido de mantener sus privilegios y trasladar adentro del Mercosur las mismas contradicciones que se dan en el mercado interno.

Es cierto que, en estos tiempos de profundas transformaciones, al gobierno se le torna difícil resistir las presiones de sus poderosos grupos internos, aunque esto genere todo tipo de problemas.

Pero, en una integración seria, la cuestión de defensa del consumidor sólo puede ser tratada de una manera armónica, en beneficio de todos los involucrados, lo que esperamos sea la realidad menos lejana posible.

Por esto, cada vez más se cristaliza la opinión de que las bases institucionales sobre las cuales se asentó el Mercosur, fueron traspasados por la realidad y ahora hace falta un nuevo impulso político para proyectar el proceso de integración, observadas las complejas realidades de su entorno.

La cuarta Conferencia Industrial Argentina, que analizó la integración a través de talleres, uno de los cuales fue "Asimetrías Argentina – Brasil. Agenda de prioridades" (INFORME INDUSTRIAL – 1997: 11), claramente apunta:

La aparición e intensificación de los conflictos comerciales en el seno del Mercosur es una resultante del grado de integración y el flujo de comercio alcanzado, en lo cual la liberación casi total de los aranceles intrazonales han puesto al descubierto un conjunto de asimetrías...

.....

Parece razonable proponer a los gobiernos la convocatoria a una conferencia extraordinaria y establecer un nuevo período de transición para ciertas fases de la integración.

Aparentemente el acuerdo de trabajo denominado Mercosur 2000 no está cumpliendo con los objetivos y plazos previstos y de esto modo se hace necesaria esta conferencia extraordinaria con la participación pública y privada que incentive la acción acordada en ese documento.

.....

Pero parece cada vez más evidente que no puede continuarse por esta senda y que es necesaria la presencia de organismos técnicos supranacionales adecuados...

.....

Es probable que el Mercosur requiera, por lo tanto, de un nuevo impulso político, similar al que acertó distancia en su momento y se consagró a través

del Acta de Asunción (el subrayado es nuestro)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El Mercosur está evolucionando rápidamente y la estructura inicialmente concebida para el sustento del proceso no responde más a las inquietudes de los diversos sectores de la sociedad. Esto empieza a reflejarse negativamente sobre las relaciones de consumo en el mercado ampliado.

Los estudios sobre los procesos de integración y de experiencia internacional acumulada demuestran que cuanto más se profundizan los procesos más complejos se tornan los desafíos a enfrentar.

Por esto, a modo de conclusión y con el propósito de contribuir al debate, se apunta la necesidad de adoptar los siguientes perfeccionamientos.

- En aras del fortalecimiento del proceso de integración, hay que armonizar las legislaciones en las áreas pertinentes, considerando importante el tema de la defensa del consumidor.
- En búsqueda de esta armonización debe de adoptarse la mejor protección posible, teniendo en cuenta los principios superiores de defensa del ciudadano.
- Una efectividad de protección sólo puede ocurrir si en las relaciones de consumo existiera el principio de la responsabilidad solidaria entre todos los involucrados en la cadena productiva, junto con otros temas importantes tales como: la protección universal de los consumidores, la responsabilidad objetiva, etc.
- Complementariamente, hay que brindar al consumidor formas sencillas y expeditas de acceder a la justicia, bajo principios procesales que respeten su condición de parte más débil en una relación comercial, sea a través de sistemas administrativos de composición de los conflictos o de juicios de menor cuantía.
- Finalmente, los reclamos de la sociedad como un todo y de los sectores involucrados en particular deben de ser tomados en cuenta, en el plazo menos lejano posible, con el objetivo de perfeccionar el proyecto común de integración en la subregión.

Bibliografía

- ANDRADE, Fabio S. de – "Codificación y Mercosur, Una ecuación posible." en *Mercosur. Perspectivas desde el derecho privado*, parte segunda, Buenos Aires, Ed. Universidad, 1996, p. 250.
- ANTUNES, Antonio J.C. – "La red de acuerdos de libre comercio", Buenos Aires, *GMLA* N° 35 del 01 al 07 de diciembre de 1996, p. 12.
- BELA BALLASA - *Teoría de la integración económica*, México, Uthea, 1980.
- BOUZAS, Roberto – "Procedimientos aduaneros comunes", Buenos Aires, *GMLA* N° 49, del 16 al 22 de marzo de 1997, p. 11.
- CCV – *Consumo y Calidad de vida*, Edición Especial, "¿A quiénes se aplica la ley?", Santiago de Chile, 1997, p. 5 y 23.
- CONFERENCIA INDUSTRIAL, "Prioridades de la integración", en *Informe Industrial* N° 167, Buenos Aires, 1997, p. 11.
- DROMI, Roberto, EKMEKDJIAN, Miguel A. y RIVERA, Julio A. – *Derecho Comunitario. Régimen del Mercosur*, Buenos Aires, Ed. Ciudad Argentina, 1995, p. 361-362.
- FIGUEREDO, Rosalba C. – "Hacia la macrozona de libre comercio", Buenos Aires, *GMLA* N° 37, de 165 a 21 de diciembre de 1996, cap. II, p. 38.
- FRATALOCCCHI, Aldo – "Mercosur. Funcionamiento y regímenes aplicables", en *Aplicación Tributaria*, Buenos Aires, 1997, p. 23.
- FREDES, Francisco F. – Director del SERNAC, datos pasados en entrevista, Santiago, Chile, 1997.
- GHERSI, Carlos, A. – *Derecho del Consumidor*, N° 1, Buenos Aires, Ed. Jures, 1991, p.13.
- GHERSI, Carlos, A. – "La ley de defensa de los derechos del consumidor y la fragmentación jurídica del sistema de reparación de daños", en *Mercosur. Perspectivas desde el derecho privado*, parte segunda, Buenos Aires, Ed.

Universidad, 1996, p. 229.

- GONZALEZ, Nora – "Profundización más que diversificación", Buenos Aires, *GMLA* N° 63, del 22 al 28 de junio de 1997, p. 7.
- LOMBARDI, César A.- "Los derechos del consumidor y del usuario y el Mercosur. Algunas cuestiones", en *VIº Encuentro Internacional de Derecho de América del Sur*, Santiago, mimeo, 1997, p. 2
- LOVECE, Graciela y WEINGARTEN, Celia, "Las vías de acceso y la justicia en la ley de defensa del consumidor", Buenos Aires, en *La Ley* N° 62, 1996, p. 2.
- LUTZKI, Jane C. – "O Código de Defesa do Consumidor e as relações decorrentes de operações com instituições financeiras", en *La integración hacia el siglo XXI Encuentro Internacional de Derecho de la América del Sur* (org. Proença, Alencar M. E Biocca, Stella M.), Buenos Aires, Pelotas, RS, Brasil, Educat, 1996, p. 218
- MARQUES, Claudia L. – "Los derechos del consumidor. Una visión comparativa entre el Brasil y la Argentina", en *Mercosur-Perspectivas desde el derecho privado*, parte segunda, Buenos Aires, Ed. Universidad, 1996, p. 199, 216 y 218
- MAZZILLI, Hugo N. Y PAULA, Paulo A. G. de – *O Ministério Público e o Estatuto da Criança e do Adolescente*, Sao Paulo, APMP, 1992, p. 19
- MONTERO, Carlos – "Defensa del consumidor no avanza en el bloque", Buenos Aires, *GMLA* N° 61, del 8 al 14 de junio de 1997, p. 3
- NASCIMENTO, Tupinanbá M.C.- *Comentarios ao Código do Consumidor*, 2ª . Ed., Río de Janeiro, Aide Ed., 1991, p. 144
- NORMIELLA, José M.F.- "Apuesta en el Mercosur", Buenos Aires, *GMLA* N° 37, del 15 al 21 de diciembre de 1996, cap. II, p. 36
- PAVAN, Luiz C.- *La supranacionalidad como salto de calidad en el Mercosur. La futura necesidad de un Tribunal de Justicia Comunitario*, Buenos Aires, monografía presentada en el Instituto de Integración Latinoamericana, 1997, p. 20
- SALGADO, Germano P. – "Modelo y políticas de integración", Buenos Aires,

Rev. de Integración Latinoamericana N° 18 año 18, 1993 – ene/feb, p.19

- UBALDO, Nelson N. – "Aspectos innovadores da prova no Código Brasileiro de Proteção e de Defesa do Consumidor", en *La integración hacia el siglo XXI. Encuentro Internacional de Derecho de la América del Sur* (org. Proença, Alencar M. E Biocca, Stella M.), Buenos Aires, Pelotas, RS, Brasil, Educat, 1996, p. 281
- WAWRZNIAK, Martha M. – "El comercio internacional en el Mercosur y la defensa del consumidor", Mendoza, 9° Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas, mimeo, 1991, p. 9

Leyes

Argentina

- Constitución de la Nación Argentina, Buenos Aires, Prod. Mawis, 1997
- Ley N° 24.240 del 15 de octubre de 1993 – Ley de Defensa del Consumidor
- Ley N° 24.573 del 27 de octubre de 1995 – Mediación y conciliación

Brasil

- Lei N° 8.078 de 11 de setembro 1990 – Código de Defesa do Consumidor
- Lei N° 9.099 de 29 de setembro de 1995 – sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais
- Lei N° 9.307 de 23 de setembro de 1996 – dispõe sobre Arbitragem

Chile

- Ley N° 19.496 del 7 de marzo de 1997 – Ley de Protección al Consumidor Chileno

Mercosur

- MERCOSUR/CMC/Dec. N° 9/95 – Programa de Acción del Mercosur hasta el año 2000
- MERCOSUR/GMC/Res. N° 126/94 – Defensa del Consumidor
- MERCOSUR/GMC/Res. N° 123/96 – Defensa del Consumidor – Conceptos
- MERCOSUR/GMC/Res. N° 124/96 – Defensa del Consumidor - Derechos Básicos
- MERCOSUR/GMC/Res. N° 125/96 – Defensa del Consumidor – Protección a la salud y seguridad del consumidor
- MERCOSUR/GMC/Res. N° 126/96 – Defensa del Consumidor – Publicidad
- MERCOSUR/GMC/Res. N° 127/96 – Defensa del Consumidor – Garantía Contractual