



Criterios Jurisprudenciales de Interés Emitidos por el Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor

Deloitte Legal – Representing tomorrow

Criterios Jurisprudenciales de Interés, emitidos por el Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor.

La Defensoría del Consumidor (en adelante la Defensoría), es la institución encargada de promover y desarrollar la protección de los consumidores. A su vez, de acuerdo al Art. 58 literal k) de la Ley de Protección al Consumidor (LPC), tiene la competencia de organizar, recopilar y divulgar información de interés para los consumidores.

Como parte de esta competencia la Defensoría en razón de sus 10 años de funcionamiento, en junio de 2015, lanzó la recopilación de los “**Criterios Jurisprudenciales de Protección al Consumidor**”.

De ellos vale la pena comentar, algunos de los que repercuten directamente en las prácticas de los negocios y que, de acuerdo al Tribunal Sancionador de la Defensoría, actualmente pueden llegar a ser sancionables.

Criterios de interés:

1. Relativos a Publicidad. La publicidad engañosa o falsa está tipificada como infracción grave, de acuerdo al Art. 43 literal g) de la LPC.

1.1. No hace falta un daño real y efectivo para que la publicidad se considere ilegal

De acuerdo al Tribunal: “*como se ha señalado, el art. 31 de la Ley de Protección al Consumidor dispone que la publicidad engañosa es aquella “capaz de inducir a error, engaño o confusión al consumidor”, por lo cual, no es preciso que se haya concretizado un daño material, sino que el daño radica precisamente en la inducción a error o engaño que se produce en los consumidores*”.

Por otro lado, en ese mismo extracto descarta la falta de intención del daño para considerar la publicidad como ilegal, ya que para ese caso “*un proveedor cuyo giro es la construcción y por tanto conocedor de las condiciones bajo las cuales la misma se realiza, le era posible prever que la publicidad anunciada podía causar confusión al consumidor. Por tanto, la profesionalidad del mismo vuelve inexcusable la conducta, dada la calidad del sujeto.*”.

1.2. Uso de la cláusula “restricciones aplican”

El Tribunal Sancionador a sostenido que existirá publicidad engañosa cuando, entre otras causales: “*(...) un proveedor usa la frase “restricciones aplican”, sin contar con un mecanismo que permita a los consumidores conocer y tener acceso a la información adicional esencial o relevante para la contratación de los bienes o servicios ofertados que no ha sido consignada en la publicidad original. 3) El proveedor, habiendo establecido el mecanismo anterior, incluye condiciones generales de contratación que modifican, alteran, desnaturalizan, limitan o crean cualquier clase de variación esencial en cuanto la oferta contenida en el anuncio original.*”.

2. Relacionados con el derecho a la información. Para los casos detallados abajo, la infracción fue tipificada como leve bajo el Art. 42 literal e).

2.1. Obligación de entregar una copia del contrato

Esta obligación está contenida en el Art. 22 inciso 1° de la LPC, la misma *“no solo obliga a la proveedora a redactar los contratos de adhesión y sus anexos en términos claros, sino que le exige la entrega de una copia del contrato y de los anexos suscritos por el consumidor.”* La obligación (...) *de entregar una copia del contrato no sólo tiene por finalidad salvaguardar el derecho a la información del consumidor, sino además le garantiza la posibilidad de exigir el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el mismo (...) dotando de seguridad al consumidor en su relación de consumo”.*

2.2. Deber de informar tasas, comisiones y recargos

Este criterio está principalmente orientado a las instituciones bancarias, en el que el Tribunal considera que *“dado que ni el Art. 19 letra j), ni el Art. 27 de la LPC dicen de manera expresa la manera en que los bancos deben informar las tasas de interés, comisiones, recargos y otros rubros relacionados a las operaciones que realizan con el público, (...) puede considerarse válido que la utilización de carteleras puestas en el interior de los establecimientos bancarios es un medio que permite a los usuarios que reciben los servicios, el informarse de manera clara (porque no deja dudas sobre los montos establecidos), veraz (porque la información es proporcionada de manera escrita directamente por el prestador de los servicios) y oportuna (porque se tiene en el momento que se necesita y hay inmediatez entre el consumidor y la información)”.*

A su vez considera que esta información (tasas, comisiones y recargos) (...) *podiera ser informada mediante otros sistemas o medios de información, como por ejemplo pantallas informativas en el lugar, carteles u otros sistemas que la tecnología en el futuro proporcione, pero no (...) “de manera verbal, porque se volvería confusa y además puede aparecer el riesgo que diferentes usuarios reciban verbalmente diferente información.*

3. Relacionados al etiquetado de productos. Este tipo de infracciones son consideradas muy graves, de conformidad al Art. 44 literal a), sin perjuicio de otras que pueden ser aplicables.

3.1. Las etiquetas deben estar redactadas exclusivamente en castellano

El Tribunal Sancionador se ha pronunciado que la información que reciba el consumidor debe ser proporcionada en *“castellano por ser dicho idioma según nuestro marco constitucional, el oficial en el territorio salvadoreño lugar donde se comercializan los productos y servicios. (...) cuando se trata de productos con etiquetas en otro idioma, el cumplimiento de dicha obligación se concretiza adhiriendo al producto una viñeta con la información traducida al castellano (...) la obligación de trasladar al consumidor las características de los productos que se le ofrecen en idioma castellano no se cumple con el mero hecho de colocar al frente de cada góndola el nombre del artículo en castellano, pues el derecho a la información no se agota con dicho dato”.*

3.2. La leyenda consumir antes de o preferentemente antes de no supe el deber de consignar la fecha de vencimiento.

En este sentido el Tribunal ha corroborado que la *“exigencia que se incorpore a los bienes perecederos la fecha de caducidad, no puede equipararse a otras tales como “consumir antes de” o “consumir preferentemente antes del”, por cuanto dichos términos no definen de manera*

puntual cuándo el producto perderá sus atributos de calidad y dejará de ser comercializable, como si lo aclara la fecha de vencimiento, después de la cual el bien ya no es comercializable”.

4. Prácticas y Cláusulas abusivas, cuyas infracciones están tipificadas como muy graves de acuerdo al Art. 42 lit. e):

4.1. Se ha confirmado como **prácticas abusivas**, por parte del Tribunal Sancionador, entre ellas las siguientes:

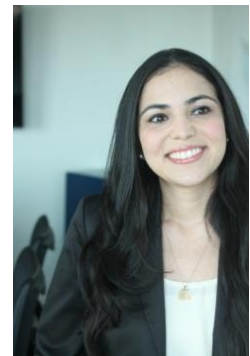
- a. Condicionar la contratación de un bien o servicio a la suscripción de un pagaré.
- b. Mantener a una persona en el registro de morosos a pesar de que la obligación se había extinguido.

4.2. Por otro lado, se han confirmado como **cláusulas abusivas** las que en su texto contemplan:

- a. Penalidades desproporcionadas
- b. La renuncia anticipada del derecho a reclamar por vicios ocultos
- c. Una renuncia del consumidor al derecho de apelar
- d. La no devolución de anticipos en caso del desistimiento del consumidor

Repasando estos criterios, que son algunos, es importante resaltar que el régimen sancionatorio de la LPC, está compuesto por infracciones leves, graves, muy graves y aquellas que afectan intereses colectivos o difusos; cada una sancionables a través de multas que van desde uno a cincuenta salarios mínimos para las primeras (US \$12,585.00), hasta doscientos salarios mínimos las segundas (US \$50,340.00), hasta quinientos salarios mínimos las terceras (US \$125,850.00 y por último hasta cinco mil salarios mínimos (US \$1,258,500.00).

De acuerdo a lo anterior, es sumamente importante, llevar a cabo una revisión preventiva de todo producto, servicio, contrato, publicidad y cualquier otro medio que rijan la relación de los proveedores de bienes y servicios con los consumidores, a fin de identificar si existe la posibilidad de riesgos asociados a incumplimientos a la LPC y sus normativas, todo con el propósito de aminorar el riesgo de sufrir reclamos y posibles sanciones que finalmente serán absorbidas por las compañías.



Cosette Fuentes de Navarro

Gerente

Deloitte Legal

cg.fuentes@deloitte.com

Legal Alerts

El pasado mes de junio fue publicado en el Diario Oficial No. 104 Tomo 407 de fecha 10 de junio de 2015, el Nuevo “*Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor*”.

Podrá encontrar el texto íntegro en el siguiente enlace:

<http://www.jurisprudencia.gob.sv/VisorMLX/Documento/Documento.aspx?Data=EG6UVDstlxjGdrvhJiW3AgjsTgWe/Gdor1g3IRKy1BRrJW+d8ZIYD6wbA/IZ744VJ+JP94+KWQtdl/zAunRv19hstTyhpxW++soQAS07OqCw1JvKsDyy414B0Lw891MNCj5yUUopwwCqIINjmcComxn5At8ldg9BnkUKel42ZpUYGIX6mpBmoJmJ437el1eA==>



Deloitte Legal en la Región

Actualice sus conocimientos con las novedades de nuestra oficina en Guatemala, visite nuestra página web: <http://www.deloitte.com/gt>



[Insert link to Homepage](#) | [Add Deloitte as a safe sender](#)



[Deloitte Touche Tohmatsu Limited](#)

Insert street address

Insert city, state and zip code

Insert country

Deloitte Legal means the legal practices of Deloitte Touche Tohmatsu Limited member firms or their affiliates that provide legal services and Deloitte Tax means the tax practices of Deloitte Touche Tohmatsu Limited member firms or their affiliates.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about for a more detailed description of DTTL and its member firms.

[Note: Insert information as indicated below, and replace fields with appropriate DTTL or member firm required language. DTTL communications should comply with the DTTL Language & Style Guide and the DTTL Required Legal Language document, accessible from Brand Space's "Templates" section. Member Firms should consult with their legal counsel and/or Reputation and Risk Leader for the required language.]

[Member Firms: Insert description of your Member Firm's national structure, confirmed with your Member Firm Legal Counsel and/or Member Firm Reputation and Risk Leader]

[Member Firms and DTTL: Insert appropriate internal or external disclaimer language]

[Member Firms and DTTL: Insert appropriate copyright]

To no longer receive emails about this topic please send a return email to the sender with the word "Unsubscribe" in the subject line.