

EL NUEVO PERFIL DEL CONSUMIDOR EN LA LEGISLACIÓN PERUANA

CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ*

RESUMEN

En el presente escrito el autor, partiendo por el estudio de la contratación masiva y sus repercusiones en las relaciones contractuales privadas, y en particular en lo que corresponde a la situación del contratante más débil de aquéllas, analiza desde el punto de vista legal, jurisprudencial y doctrinario lo concerniente al perfil del consumidor peruano, modificado por la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, dictada dentro del proceso de implementación del Acuerdo de Promoción Comercial suscrito con los Estados Unidos de América. El estudio resulta relevante por cuanto permite no sólo apreciar el itinerario que ha seguido la noción de consumidor en el país,

* Profesor en la Facultad de Derecho y CC.PP. de la Universidad Privada Antenor Orrego (Trujillo - Perú). Candidato a master en Derecho de la Empresa, Pontificia Universidad Católica del Perú. Miembro de Comité Editorial y Coordinador académico de “Foro Empresarial”, Revista de la Maestría en Derecho de la Empresa, Pontificia Universidad Católica del Perú.

sino sobre todo contrastarlo con los nuevos criterios fijados en la mencionada norma; todo ello para caracterizar al nuevo sujeto amparado por este derecho especial.

Palabras clave: derecho de consumo, contratación masiva, consumidor, contrato.

THE CONSUMERS NEW PROFILE EN THE PERUVIAN LEGISLATION

ABSTRACT

In this text, the author parting from the study of massive contracting and their repercussions in private contractual relations, in particular where the contractor situation is the weakest of those, he analyze from the legal, jurisprudential and doctrinaire pint of view the profile of the Peruvian consumer, amended by Law System of Consumer Protection, issued in the implementation process of the Trade Promotion Agreement signed with the United States of America.

The study is important because it allows not only appreciate the journey that has followed the concept of consumer in the country, but above all contrast it with the new criteria set forth in the above rule, all new to characterize the subject covered by this special law.

Key words: *consumer law, massive contracting, consumer, contract.*

1. INTRODUCCIÓN

En marzo de 1962, en una célebre alocución ante el Congreso de los Estados Unidos, el Presidente JOHN F. KENNEDY expresó: “Ser consumidor, por definición nos incluye a todos”, agregando que “somos el grupo económico más grande en el mercado, que afecta y es afectado por casi todas las decisiones públicas y privadas, pero es el único grupo importante cuyos puntos de vista a menudo no son escuchados”¹.

Dicho discurso, que marca el inicio del movimiento de protección al consumidor en el mundo, introdujo una frase comúnmente repetida por cuanto estudio se ha efectuado hasta hoy en materia consumerista: *Ser consumidor nos involucra a todos*. La pregunta es ¿a todos?

Es de notar que los países que han previsto leyes de protección al consumidor, generalmente han circunscrito el ámbito tuitivo a la observancia estricta de ciertas exigencias, como el destino final del bien o el actuar ajeno a la actividad profesional, por citar algunos casos; fuera de los cuales la tutela estatal resulta inoperante. Por ello la necesidad imperiosa de determinar quién resulta ser consumidor para franquear las barreras de entrada al sistema especial.

El tema, por cierto, no es baladí, y menos aún en nuestro país. Por el contrario, con la dación del Decreto Legislativo N° 1045, o Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, publicado en el Diario Oficial *El Peruano* el 26 de junio del año en curso —que supondrá además que en un plazo de 120 días contados a partir de la vigencia del referido Decreto se expida un nuevo Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor², con todas las modificaciones operadas hasta la fecha—, la noción de consumidor ha sido modificada, por lo cual se hace necesario precisar los parámetros o contornos que

1 Consumidor entendido como *constructor del mercado y no simplemente como agente pasivo del mismo*, en palabras del Presidente de Perú ALAN GARCÍA, en el discurso de inauguración de la IV Reunión del Consejo Asesor de Negocios de APEC (ABAC); Lima, noviembre de 2008.

2 Hasta el momento de la conclusión de este escrito, no se ha expedido aún dicha norma.

el legislador ha fijado en cuanto a determinar quién resulta ser merecedor de amparo.

Es por ello que partiendo del análisis de la contratación masiva y los riesgos que generalmente ella trae aparejada, recalamos en la figura del sujeto que día a día debe acudir al mercado a satisfacer sus necesidades, para lo cual debe enfrentarse primero al empresario proveedor de los bienes y servicios que adquiere, y segundo, al contenido contractual que previa y unilateralmente ha sido establecido por aquél, frente al cual no tiene más alternativa que aceptar.

De allí finalmente nos preguntamos, bajo el entendido de la disparidad de fuerzas existente entre empresario y consumidor³, si todo aquel que contrata en el mercado puede ser considerado consumidor, o si por el contrario, éste debe reunir determinadas características para que pueda ser sujeto de protección por la normativa estatal⁴; más aún conforme a la reciente modificación legal ya referenciada. Este es el objetivo perseguido por las líneas que a continuación se presentan.

3 Con razón se ha dicho que “La desigualdad de los participantes en el tráfico económico viene confirmada por la existencia de normas que practican la defensa de una concreta categoría de contratantes, como son los consumidores (...), atribuyendo posiciones jurídicas privilegiadas a los sujetos que son sustancialmente más débiles”. JOSÉ ANTONIO MARTÍN PÉREZ, *La Rescisión del Contrato (en torno a la lesión contractual y el fraude de acreedores)*, 29 (José María Bosch Editor S.A., Barcelona, 1995).

4 Bien ha escrito el profesor OSSOLA que “cada ordenamiento jurídico brinda su propio concepto legal de ‘consumidor’, cuyo fundamento y razón de ser es estrictamente económico”. FEDERICO ALEJANDRO OSSOLA, *Las relaciones de consumo en el ordenamiento jurídico argentino. Algunas precisiones acerca del ámbito de aplicación de la Ley 24.240 de defensa del consumidor*, en *Estudios de Derecho Privado Contemporáneo - Teoría general, contratación predispuesta, de consumo y financiera*, I, 281 (JORGE OVIEDO ALBÁN & CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ, Dir., Editorial Industria Gráfica Libertad, Trujillo, 2005).

2. LA CONTRATACIÓN MASIVA Y EL SURGIMIENTO DE UNA NUEVA CATEGORÍA DE CONTRATANTE: EL CONSUMIDOR

La contratación privada ha supuesto el tránsito de aquella formulación clásica del contrato —construida sobre la base de las libertades de conclusión y configuración interna, ambas soportes de la autonomía privada— a un moderno esquema que ha eliminado de su íter formativo la fase de las tratativas preliminares y con ella la posibilidad de uno de los contratantes de decidir el contenido que regulará el negocio que celebra. Se denomina a este esquema *contratación masiva o predispuesta*⁵.

Cierto es que la revolución industrial, el surgimiento de la gran empresa y la producción en serie, ocasionaron que los cimientos sobre los cuales reposaba la contratación privada se vieran seriamente afectados por un hasta entonces fenómeno que exigía la readecuación de sus estructuras⁶.

Era obvio que la configuración del contrato tradicional no estaba aún preparada para adecuarse a las nuevas exigencias del mercado: no era posible que el empresario discutiera con cada uno de sus potenciales clientes las condiciones mediante las cuales se llevaría a cabo la

5 “En este sistema de contratación las partes contratantes ya no elaboran conjuntamente el contenido del contrato: éste es predispuesto (total o parcialmente) en forma unilateral por una de ellas con anticipación a la celebración del contrato. Por tanto, el contrato tradicional, que crea relaciones jurídicas obligacionales producto de un consentimiento libre entre dos o más partes perfectamente identificadas y donde existe la participación de ambas en la elaboración del contenido contractual, es una forma de contratación excepcional; la regla, hoy en día, es la contratación en masa, donde los contratos están predispuestos por una de las partes contratantes. CARLOS ALBERTO SOTO COAGUILA, Las cláusulas generales de contratación y las cláusulas abusivas en los contratos predispuestos, *Vniversitas*, Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Pontificia Universidad Javeriana, 106, 571 (2003).

6 Sobre la influencia de éstos, y otros cambios, en el ámbito contractual, puede revisarse con provecho, CARLOS GUSTAVO VALLESPINOS, Las condiciones generales de los contratos, en *Contratos*, Libro Homenaje a Jorge Mosset Iturraspe, 120 y ss. (FÉLIX A. TRIGO REPRESAS & RUBÉN S. STIGLITZ, Dir., Ediciones La Rocca, Buenos Aires, 2001).

transacción o que, en su defecto, el contratante tuviera a su alcance cierto grado de manejo de las mismas para celebrarlo, por lo que un esquema estandarizado para relaciones entonces masificadas resultaba del todo necesario⁷.

Como bien ha escrito Díez-PICAZO,

“no es posible que la gran empresa económica establezca contratos peculiares con cada uno de sus eventuales clientes. Un mínimo de criterio de racionalización y de organización empresarial explica la necesidad del contrato único o contrato tipo, establecido por medio de formularios e impresos...”⁸.

Sin embargo, prontamente dos hechos concitaron la atención: en primer término, a la pretendida igualdad jurídica de los contratantes le salió al frente la desigualdad económica entre ellos, y en algunos casos, una asimetría en la información disponible: de un lado, la gran empresa y todo su poderío económico y negociador, del otro, el cliente individualmente considerado a quien no le quedaba más alternativa que adherirse a las estipulaciones que de manera antelada y unilateral había redactado aquélla, colocando a éste último en la única posibilidad de aceptar o no. En segundo lugar, el riesgo inherente de adherirse, si bien a un clausulado predeterminado, a un conjunto de condiciones

7 Pone de relieve VALLESPINOS, “(...) el medio económico en el cual se ha venido desenvolviendo el individuo en su vida de relación ha ido marcando, al igual que en otras instituciones del derecho, el `tipo contractual` capaz de satisfacer sus necesidades. Por ejemplo, a un hombre de requerimientos sencillos que se movía en un ámbito reducido, formalista y regido por una economía primaria, le correspondió un contrato tipificado, ceremonial, solemne, como lo fue el que estuvo vigente durante los primeros tiempos del derecho romano. Por el contrario, el sujeto de nuestros días, agobiado por la insuficiencia de recursos, a quien le toca desenvolverse en una economía esencialmente dinámica y caracterizada por la presencia de monopolios u oligopolios capaces de controlar la ley de la libre competencia le corresponderá, lógicamente, un mecanismo contractual extremadamente diferente al vigente en el derecho romano o al previsto por las legislaciones liberales e individualistas del siglo pasado”. *Ibidem*, 125.

8 LUIS Díez-PICAZO y PONCE DE LEÓN, *Derecho y masificación social. Tecnología y Derecho Privado (dos esbozos)*, 43 (2a. ed., Editorial Civitas S.A., Madrid, 1987).

inequitativas⁹ que situaban al aceptante en un plano de inferioridad frente al estipulante.

De suerte que el mercado y el mecanismo de contratación masiva en el cual éste se inserta, han producido dos tipos de contratante: el empresario, premunido de las ventajas precedentemente mencionadas, y en el otro extremo de la cadena, la parte que se somete a una reglamentación perjudicial a sus intereses pero en extremo beneficiosa para la contraparte, sea en lo concerniente a la limitación de responsabilidad, facultades para rescindir o resolver el contrato o suspender su ejecución sin comunicación previa¹⁰, entre otras.

Si bien la denominación *adherente* (derivada del acto de adhesión) es correcta, debemos precisar que ésta presupone o denota simplemente la forma mediante la cual el sujeto —por efecto de su aceptación— da lugar al nacimiento del contrato, por lo que debe atenderse a otras consideraciones para determinar el *status* de este sujeto contratante.

Apreciamos que éste acude al mercado a satisfacer una particular necesidad mediante la adquisición de un producto o servicio. Estas adquisiciones responden —qué duda cabe— a una necesidad de consumo. Para que estas adquisiciones adquieran la denominación de actos o relaciones de consumo, es necesaria la existencia de alguien que adquiera, alguien que provea y finalmente un bien o servicio destinado a satisfacer esa necesidad. Con palabras más simples, se requiere un consumidor, un proveedor y un bien o servicio¹¹.

9 Cláusulas que la doctrina ha denominado *abusivas* o *vejatorias*.

10 En ese sentido, se ha afirmado que en este mecanismo contractual en el cual las partes no están identificadas, a diferencia del contrato negociado, sólo cabe referirse a una parte *predisponente* y una *aceptante*. SOTO COAGUILA, CARLOS ALBERTO, *op. cit.*, p. 573.

11 De acuerdo con los Lineamientos de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Perú (Indecopi), “La relación de consumo se encuentra determinada por tres componentes que están íntimamente ligados y cuyo análisis debe efectuarse de manera integral; puesto que la ausencia de dichos componentes determinaría que no nos encontremos frente a una relación de consumo, y por tanto, la denuncia planteada sería declarada improcedente. Dichos componentes son los siguientes: 1) un consumidor o usuario, 2) un proveedor, y 3) un producto o servicio materia de una transacción comercial”. Lineamientos 2006, de la Comisión de Protección al Consumidor. Resolución N° 001 - 2006 - LIN - CPC/INDECOPI, p. 14.

No hay objeción en que todas las circunstancias en las cuales se encuentra el consumidor (por ahora considerado en sentido amplio), y que hasta aquí hemos reseñado, producto de las relaciones entabladas con el empresario, lo colocan en un estado de inferioridad o debilidad contractual¹² que empuja al Estado a reaccionar en su favor.

En este contexto, procede a dictar un conjunto de normas especiales orientadas a lograr su protección efectiva, pero cuidando de establecer de antemano su campo de aplicación y los sujetos a los cuales dichas prescripciones van dirigidas.

Como señala VEGA MERE¹³, la aparición del consumidor no trajo como consecuencia inmediata un derecho propio para ellos; sino por el contrario, la era industrial al determinar la separación de los roles de productor y consumidor, fue la que estuvo acompañada de un derecho especial para los comerciantes. Es sólo a partir de los años sesenta —continúa el autor— que se va abriendo paso la mayor presencia del consumidor. No obstante, será en las décadas del setenta al noventa las que reflejarán en leyes el nacimiento de un Derecho que va distanciándose del derecho común.

Así entonces, en línea con lo anotado en párrafos anteriores, resultará exacto afirmar que no toda persona que acude al mercado a satisfacer una necesidad puede ser considerada consumidor a efectos de su vinculación con el derecho especial, sino sólo aquella que reúna los requisitos que la propia norma establece y que seguidamente revisamos.

12 Para determinar cuándo una persona puede encontrarse en situación de debilidad contractual, los profesores OSSOLA e HIRUELA consideran que debe apelarse a “parámetros objetivos y abstractos”, así como una “referencia de la realidad”. Entre los primeros se mencionan al déficit de información, reflexión y estrategia y de negociación. Dentro de los segundos, la asimetría económica, cultural y técnica. FEDERICO ALEJANDRO OSSOLA & MARÍA DEL PILAR HIRUELA, *El contratante débil (Determinación de la categoría jurídica)*, *Revista Oficial del Poder Judicial - Corte Suprema de Justicia de la República*, 1, 419-420 (2007).

13 YURI VEGA MERE, *Consumidor, Contrato y Sociedad* postindustrial, 60 (Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima, Lima, 1998).

3. EL CONSUMIDOR EN PERÚ

3.1. EL ESTADO DE LA CUESTIÓN EN LA LEGISLACIÓN Y JURISPRUDENCIA

Si bien es cierto el Decreto Legislativo N° 716, que contiene la Ley de Protección al Consumidor (LPC) es anterior a la Constitución Política (CP) de 1993 (1991), no podemos iniciar este apartado sin remitirnos al precepto constitucional contenido en el artículo 65, según el cual:

“El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población”.

Esta norma resulta de particular interés, pues recoge los tres principales derechos que corresponden al consumidor en el mercado (información, salud y seguridad) y asimismo porque constituye el punto de partida para la *constitucionalización* de este derecho ya autónomo, construido sobre la base de una normativa y principios claramente definidos¹⁴. Asimismo, implica colocar al consumidor como centro de atención de lo que acontece en la vida económica del país, asumiendo que su particular situación al tiempo de contratar exige por parte del Estado una protección que no sólo permita ampararlo contra la asimetría informativa respecto a los bienes y servicios que adquiere, sino velar también por su salud y seguridad personales.

Aunque esta norma constitucional representa un importante avance para la protección del consumidor en Perú, no ayuda a determinar *en estricto* quién constituye consumidor para la ley nacional, razón por la cual es menester afinar el análisis en la legislación especial y la jurisprudencia que sobre el particular se ha expedido.

14 Al respecto se ha escrito —en referencia al artículo 65 de la Constitución de Perú— que “... en el caso del art. 65 se toma al consumidor como basamento de los derechos que la Carta consagra. Y esa consagración, (...), significa una incontrastable constitucionalización de los derechos más importantes del consumidor: salud, seguridad, información”. YURI VEGA MERE, *Contratos de consumo*, 140 - 141 (Editora Jurídica Grijley, Lima, 2001).

En 1991, como parte de la política de apertura de la economía peruana a la cual se orientó el gobierno de aquel entonces, se dictaron un conjunto de dispositivos legales relacionados con la promoción de la inversión privada y de libre competencia en el mercado, y especialmente, vinculados a la protección del consumidor, entre los cuales destacan: el Decreto Legislativo N° 691, publicado el 6 de noviembre, que contiene normas sobre Publicidad en defensa del consumidor, y el Decreto legislativo N° 716, o Ley de Protección del Consumidor¹⁵, publicado el 9 de noviembre del mismo año, ambos en el Diario Oficial *El Peruano*.

Como se mencionó, y así se precisa en la CP, uno de los elementos resaltantes en materia de consumo lo constituye la *información* disponible al tiempo de contratar. Se asume que frente a una relación entablada entre proveedor y consumidor, quien ostenta toda la carga informativa respecto al bien o servicio objeto de transacción siempre resulta ser el primero, por conocer lo concerniente al proceso productivo, especificaciones técnicas e incluso proponer las condiciones del contrato, en cuyo caso sólo le queda al consumidor adherirse y contratar, claro está.

Sobre el particular, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (en adelante, INDECOPI), ha señalado:

“... la racionalidad de las normas de protección al consumidor se orienta a proteger a los consumidores, como categoría genérica, de la asimetría informativa en que suelen encontrarse dentro del mercado. De ahí la importancia y relevancia de definir claramente qué se entiende por consumidor o usuario, evitando que se incluyan dentro del esquema especial de la ley a categorías de sujetos para los que no está prevista la protección de la misma”¹⁶.

15 Años después, se dictaría el Decreto Supremo 039 - 2000 - ITINCI, que aprobó el Texto Único Ordenado de las Leyes de Protección al Consumidor, de Represión de la Competencia Desleal y de Normas de Publicidad en Defensa del Consumidor.

16 Documento de Trabajo N° 001 - 2000, *Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor: Diagnóstico y Propuesta*, Área de Estudios Económicos del Indecopi, del 15 de marzo de 2000, Lima, 35.

En ese contexto, el artículo 3, inciso a), LPC establece que para efectos de la ley se entiende por consumidores o usuarios,

“... Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios”.

El dispositivo citado plantea como cuestiones la de precisar el destino de los bienes, qué debe entenderse por consumidor final y si las pequeñas y medianas empresas pueden ser consideradas como consumidores a efectos de la ley.

Sobre el particular, es necesario partir por la revisión de la Resolución N° 101 - 96 - TDC, por constituir uno de los primeros *precedentes de observancia obligatoria* que desarrolló la noción de consumidor a la luz de la norma anteriormente citada.

El caso enfrentó a las empresas *Cheenyi EIRL* y *Kónica S.A.* Cheenyi, empresa dedicada a la importación, distribución, comercialización y venta al por mayor y menor de productos alimenticios, y a cualquier otro objeto lícito que acuerde el titular, denunció a Kónica S.A. por presunta infracción a las normas de protección al consumidor, debido a la adquisición por la primera de un laboratorio fotográfico modelo Leo - 180, integrado por un procesador de películas FP - 320 y una impresora de papel, modelo CP - 080 (con garantía de un año), *para brindar el servicio de revelado de fotografías*. Precítese que esta máquina fue instalada por un técnico de Hong Kong, averiándose con posterioridad.

La denunciante señaló que los técnicos de Kónica S.A. desarmaron la máquina dejándola en ese estado por falta de repuestos. Kónica agregó que la avería se debió al embalaje de fábrica. Según la afectada, la empresa se negó a emitir la factura correspondiente por el valor cancelado —razón por la cual suspendió el pago de las letras pendientes—, incumplió con la garantía y el servicio, no indicó jamás el modo correcto de funcionamiento del producto, no contó con los repuestos necesarios para el desperfecto, y aún más, pretendió cobrarle los pasajes del técnico que vino del país asiático a instalar el equipo.

La Comisión de Protección al Consumidor declaró improcedente la denuncia al considerar que la empresa afectada no tenía la calidad de consumidor final, de acuerdo a lo establecido por la LPC. Con posterioridad, Cheenyi EIRL interpuso recurso de apelación ante el Tribunal de Defensa de la Competencia.

Al resolver el recurso, la Sala estableció que para considerar consumidor a una persona natural o jurídica deben atenderse los criterios siguientes:

- a) Que se produzca la adquisición, utilización o disfrute de un producto o servicio; y,
- b) Que el consumidor actúe como destinatario final de los mismos.

Estos dos criterios nos colocan a su vez frente a la pregunta de saber qué debemos entender por consumidor final y si exclusivamente quien contrata puede ser considerado como tal a efectos de la norma protectora.

Reiteradamente se ha señalado que *consumidor final* es aquel que adquiere, utiliza o disfruta un bien o servicio para la satisfacción de una necesidad en particular o la de su entorno social más cercano. En otras palabras, cuando dicho bien no se reintroduce en un proceso productivo determinado, constituyendo el consumidor el último eslabón de la cadena producción - consumo.

En esos términos lo entendió también la Sala. En efecto, consideró que el consumidor a quien la ley protege no es más que aquél que ocupa el último nivel de la cadena de producción, es decir, quien adquiere, utiliza o disfruta el bien o servicio para la satisfacción de sus necesidades particulares o la de su círculo familiar. Y aún más, estableció que para ser considerado consumidor o usuario, es necesario que el bien o servicio sea destinado a un *uso distinto* del que le daría el proveedor, es decir que la adquisición, uso o disfrute no se encuentre vinculado con la realización de actividades que supongan la fabricación, elaboración, manipulación, acondicionamiento, mezcla, envasado, almacenamiento, preparación, expendio, suministro o prestación,

proprios de aquél^{17, 18}. En el caso citado, la denunciante escapaba a tales consideraciones.

La exigencia del *destino final del consumo*, de otro lado, es una de las principales deficiencias que es posible advertir en el Decreto N° 3466 colombiano, que dicta normas vinculadas a la idoneidad, calidad, garantías, marcas, leyendas, propagandas, fijación pública de precios de bienes y servicios, responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores. Este decreto, que muchos prefieren llamar *Estatuto del Consumidor*, incorpora en el apartado c) del artículo 1 el siguiente enunciado:

“c) Consumidor: toda persona, natural o jurídica, que contrata la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio, para la satisfacción de una o más necesidades”.

17 Estos son los fundamentos esgrimidos por la Sala, en la resolución del caso. Resolución N° 101 - 96 - TDC, publicado el 1 de enero de 1997. Con otras palabras, “(...) sólo el destinatario final, es decir, aquél que sustrajo el bien de la actividad económica (...) que sufre los embates de la asimetría informativa, que no pueden ser resueltos por el mercado en base a sus reglas, es el único que recibe la protección del legislador”. YURI VEGA MERE, *Consumidor, Contrato y Sociedad postindustrial*, citado, 67. En la misma línea, Gutiérrez Camacho, “(...) no es suficiente que la persona adquiera el bien o servicio de manos de un proveedor para afirmar que estamos en presencia de un acto de consumo y, por tanto, sea considerado consumidor; es preciso que sea un destinatario final de dicho bien o servicio. Esto quiere decir, con independencia que se trate de una persona natural o jurídica, no deberá reingresar el bien o servicio al mercado”. WALTER GUTIÉRREZ CAMACHO, *El contrato de consumo y la crisis de la contratación clásica*, en *Contrato & Mercado*, 163 (MANUEL DE LA PUENTE Y LAVALLE, CARLOS CÁRDENAS QUIRÓS, WALTER GUTIÉRREZ CAMACHO, Ed., Gaceta Jurídica, Lima, 2000).

18 En semejantes términos, se dictó el precedente de observancia obligatoria: “Se considera como consumidor o usuario, de acuerdo a lo establecido en el inciso a) del artículo 3° del Decreto Legislativo N° 716, a la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta un producto o un servicio para fines personales, familiares o de su entorno social inmediato. No se consideran por tanto consumidores y usuarios para efectos de la Ley a los proveedores cuando adquieren, utilizan o disfrutan de un bien o servicio para fines propios de su actividad como tales, según las definiciones contenidas en los artículos 1° y 3° inciso b) del mencionado cuerpo legal. En tal sentido, las denuncias que tengan por pretensión la protección de intereses de quienes no puedan ser consideradas consumidores o usuarios, deberán ser declaradas improcedentes”.

Los países que cuentan con leyes proteccionistas del consumidor generalmente han circunscrito su operatividad a la observación estricta de determinados requisitos, en su afán por restringir el manto tuitivo a sólo una categoría específica de sujetos. Para tal fin se ha apelado a ciertos criterios entre los cuales destacan, como tuvimos ocasión de apreciar, el *destino final* de los bienes y servicios o el *actuar en un ámbito diferente al de la actividad profesional*. Estos parámetros, a los cuales podría sumarse la *diligencia ordinaria*, permiten establecer el carácter especial de este no tan nuevo derecho, y a su vez trazar fronteras respecto a contratantes que fuera de este ámbito deben buscar protección en las disposiciones del derecho común.

Estas precisiones pierden sentido cuando analizamos la noción de consumidor contenida en el Decreto 3466. Su generalidad impide determinar a ciencia cierta quién es consumidor y quién no lo es para efectos del amparo estatal, pues la única conclusión a la que podría arribarse, al no especificarse concretamente el *destino final de las adquisiciones*, es que para el Derecho colombiano “consumidores somos todos”.

Felizmente el Derecho no es sólo el texto frío de la ley, sino también las interpretaciones efectuadas por los Tribunales y la Academia. Precisamente, mediante un fallo expedido por la Sala Civil de la Corte Suprema de Justicia al cual hemos tenido acceso¹⁹, en el proceso que enfrentó a la Empresa Servicio Aéreo del Vaupés —Selva Limitada con Fábrica Estatal de Aviación de Kiev— Aviant, se dijo claramente:

“Aunque en la definición no se emplea ningún parámetro relacionado, por ejemplo, con el hecho de que la persona deba ser consumidor o destinatario final del bien o servicio, o con la circunstancia de que el uso o consumo se enmarque o no dentro de una actividad profesional o empresarial, como ocurre en otros países, ello no puede conducir, por la simple imprecisión terminológica, a pensar que todos los sujetos que interactúan en el tráfico de bienes y servicios conforman tal categoría —consumidores— y que, por ende, a ellos indistintamente les sean aplicables las normas especiales, pues con semejante entendimiento se desnaturalizaría, por vía de la generalización,

19 Resolución de fecha 3 de mayo de 2005, Expediente N° 5000131030011999-04421-01.

un estatuto excepcional destinado a proteger a determinados sujetos de las relaciones de intercambio.

De ahí que se imponga la adopción de un criterio interpretativo de la noción de consumidor, que consulte racionalmente las finalidades específicas del estatuto en el que se encuentra incorporada, y, en esa misma medida, delimite el marco de las disposiciones, tarea que seguidamente emprenderá la Corporación”.

Y a renglón seguido expresó:

“(…) para estos efectos estima la Corte que, con estrictez, siempre será forzoso indagar en torno a la finalidad concreta que el sujeto —persona natural o jurídica— persigue con la adquisición, utilización o disfrute de un determinado bien o servicio, para reputarlo consumidor sólo en aquellos eventos en que, contextualmente, aspire a la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar, doméstica o empresarial —en tanto no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica propiamente dicha, aunque pueda estar vinculada, de algún modo, a su objeto social—, que es lo que constituye el rasgo característico de una verdadera relación de consumo (…)”.

Por su claridad, los párrafos citados no dejan margen para confusión alguna. Certeramente se enfoca la cuestión en la necesidad de definir la finalidad concreta de la contratación de bienes y servicios para resolver si el vínculo que ata al sujeto contratante con el proveedor lo convierte en consumidor, y por ende, en beneficiario del amparo legal. En consecuencia, con esta feliz interpretación efectuada por la judicatura logra impedirse una aplicación genérica del Decreto en mención, con lo cual se conserva la naturaleza especial y restringida del amparo al consumidor.

Otros fallos puede citarse como complemento a las cuestiones arriba mencionadas. Sentencia C - 973 de 2002, de la Corte Constitucional (Sala Plena), según la cual el programa de protección al consumidor se determina a partir de la ley, los reglamentos y el contrato, constituyendo la Constitución su marco general²⁰. En la misma resolución, pero como

20 En: Superintendencia de Industria y Comercio, *Compendio de Jurisprudencia de Protección al Consumidor*, Imprenta Nacional de Colombia, Bogotá D.C., 108.

salvamento de voto del Magistrado MANUEL JOSÉ CEPEDA ESPINOSA, se alude —reiterando un concepto vertido por la Sentencia C -1141 de 2000, Corte Constitucional— al *carácter poliédrico* del Derecho del Consumidor, al vincularse con pretensiones, intereses y situaciones de orden sustancial (calidad de bienes y servicios, información); de orden procesal (exigibilidad judicial de garantías, indemnización de perjuicios por productos defectuosos, acciones de clase); y de orden participativo (frente a la administración pública y órganos reguladores)²¹.

Asimismo, la Sentencia T - 333 de 2000, Corte Constitucional, Sala Tercera de Revisión y Sentencia del Expediente 6462 de 2002, Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia, que desarrollan el derecho constitucional a la información en las relaciones contractuales existentes en el mercado, signado por la disparidad de fuerzas entre sus agentes, consumidores y proveedores²²; y por último, la Sentencia C -1141 citada, que entre otras cosas, expone la razón de ser del régimen protectorio, que estriba en la necesidad de compensar con medidas de distinto orden la posición de inferioridad con que consumidores y usuarios, por lo general dispersos y dotados de escasos conocimientos y potencialidades, enfrentan a las fuerzas de la producción y comercialización de bienes y servicios, necesarios para la satisfacción de sus necesidades materiales²³.

Pero quedaba en el tintero dilucidar —retomando el discurso en derecho nacional— si sólo constituye consumidor el que se relaciona jurídicamente con el proveedor como destinatario final o es que incluso pueden serlo los miembros de su círculo familiar o social; y aun más, resolver el problema que surge cuando el bien adquirido es destinado a usos diversos.

Tanto la resolución que comentamos como la doctrina nacional, han establecido que no sólo quien celebra un contrato con el proveedor debe ser considerado consumidor para recibir la protección legislativa,

21 *Ibidem*, 167 y ss.

22 *Ibidem*, 41 y 336, respectivamente.

23 *Ibidem*, 29.

sino que ésta debe extenderse a terceros con los cuales aquel mantenga relación (familia y amigos). Es lo que comúnmente se conoce como *consumidor jurídico* y *consumidor material*. El primero, será aquel sujeto que contrata con el proveedor; el segundo, el que consume o disfruta el bien o servicio contratado. Es claro que el *consumidor jurídico* puede ser también *consumidor material*²⁴.

En cuanto a la utilización del bien, acontece muchas veces que el consumidor lo destina simultáneamente a un uso personal o a la realización de una actividad económica en particular. En el primer caso, el bien se agota con el uso, por lo cual su condición de consumidor quedará completamente definida. Sin embargo, queda saber si en la segunda hipótesis tal connotación deviene también aplicable.

Se ha considerado, con razón, que este supuesto nos coloca ante “zonas grises”, es decir, frente a situaciones en las cuales la determinación del consumo final no es clara, máxime cuando el bien es utilizado para fines disímiles, lo cual dificulta la aplicación de la LPC, que como mencionamos, exige que el sujeto actúe como consumidor final.

INDECOPI ha resuelto el problema al expresar que el uso al cual se destina el producto no es óbice para excluir al sujeto de la protección especial, pero precisando que en tal caso debe actuarse con cautela cuando no sea posible concluir con exactitud si el consumo es o no final. Ante esta situación, se plantea como salida *presumir* que el mismo es destinado al uso personal, familiar o del entorno social inmediato del consumidor²⁵.

Pero aún en estos términos, el Precedente de Observancia Obligatoria no resolvió la cuestión atinente a las relaciones que entablan los pequeños y microempresarios en el mercado, cuando adquieren

24 Al respecto, WALTER GUTIÉRREZ CAMACHO, *op. cit.*, págs. 164-165.

25 Resolución N° 101 - 96 - TDC, publicado el 1 de enero de 1997. Un caso que grafica la utilización personal y empresarial de un bien, a efectos de la consideración como consumidor del sujeto adquirente, puede encontrarse en Reynaldo Moquillaza S.R.L. vs. Milne & CO. S.A., Resolución N° 0422 - 2003/TDC - Indecopi (Expediente 535 - 2001 - Indecopi), del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual - Sala de Defensa de la Competencia.

bienes o servicios destinados a la realización de sus particulares necesidades económicas.

Como se expuso, el fundamento de la tutela al consumidor por el Estado reside en la asimetría informativa que padece respecto al proveedor del bien o servicio. El problema surge cuando nos enfrentamos a la actuación de pequeños y medianos empresarios que adquieren ciertos bienes para ser utilizados en sus actividades productivas.

En línea con lo afirmado líneas atrás, tendría que concluirse que en este caso no podrían ser considerados consumidores para efectos de la LPC, pues se “entiende” que por el grado de especialización con el que actúan aíslan cualquier posibilidad de una actuación desinformada frente al proveedor.

Sin embargo, llenando el vacío que dejó el Precedente de Observancia Obligatoria contenido en la Resolución N° 101 - 96 - TDC, INDECOPI estableció por medio de un nuevo Precedente²⁶ que,

“Las personas naturales y jurídicas pertenecientes a la categoría profesional de los pequeños empresarios son también sujetos afectados por la desigualdad informativa en la relación de consumo y, por tanto, son considerados como consumidores para efectos de la Ley de Protección al Consumidor cuando debido a las necesidades de su actividad empresarial adquieran o utilicen productos, ya sean bienes o servicios, para cuya adquisición o uso no fuera previsible que debieran contar con conocimientos especializados equiparables a aquellos de los proveedores”.

Nótese aquí cómo el legislador voltea la mirada a una categoría distinta de contratantes —los pequeños empresarios— que en sus

26 Nos referimos a la Resolución N° 0422 - 2003/TDC - Indecopi, del 3 de octubre de 2003, que resolvió el caso Reynaldo Moquillaza S.R.L. vs. Milne & CO. S.A. Debemos precisar, que entre este precedente y aquel que incorporó la resolución del caso Cheenyí vs. Kónica, se aprecia una variación cualitativa en la consideración del fundamento de la tutela al consumidor. En esta última, se apela al destino final de los bienes y servicios, en aquella a la asimetría informativa. Sobre el particular, JUAN ESPINOZA ESPINOZA, *Derecho de los consumidores*, 21. Editorial Rodhas, Lima, 2006.

relaciones cotidianas deben enfrentarse a proveedores para la satisfacción de requerimientos relacionados a su actividad empresarial. La razón de ser de la tutela estriba —como señala el precedente— en el déficit de información con que se cuenta para encarar una decisión de consumo debidamente informada. A pesar de ello, esta consideración encuentra un límite: el nivel de conocimiento o especialización que se posea respecto a los bienes adquiridos.

En efecto, no basta que el pequeño comerciante efectúe una adquisición para inmediatamente considerarlo consumidor y por ende aplicarle la normativa especial. Para este fin se requiere que la vinculación con el proveedor se efectúe sobre la base de conocimientos o especialización que no permitan inferir que la contratación se ha efectuado en un plano de equiparidad.

Es claro entonces que cuando nos encontremos frente a relaciones que vinculen pequeños o microempresarios con proveedores, deberá atenderse al nivel de conocimientos con que se contó al tiempo de decidir la adquisición del bien o servicio. En lo particular, la entrada al ámbito tuitivo está supeditada a la observancia de determinados requisitos fuera de los cuales la legislación no resulta aplicable. Estas exigencias apuntan a la diligencia ordinaria del consumidor²⁷, y en el supuesto que venimos abordando, la ausencia de conocimientos respecto a los bienes o servicios.

Fuera del Precedente mencionado, los Lineamientos 2006 de la Comisión de Protección al Consumidor²⁸ han recogido también ese sentir al señalar que,

“(…) Son considerados como consumidores para efectos de la Ley de Protección del Consumidor únicamente las micro y pequeñas empresas que

27 Este concepto ha sido recogido por el Decreto Legislativo 1045, que aprueba la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, y que modifica el artículo 3), literal a) de la LPC, en cuya parte final se señala expresamente que “La presente Ley protege al consumidor que actúa en el mercado con *diligencia ordinaria*, de acuerdo a las circunstancias”.

28 Resolución N° 001 - 2006 - LIN - CPC/Indecopi, modificada posteriormente por la Resolución N° 001 - 2007 - LIN - CPC/Indecopi, 23.

se encuentran en la misma posición de desventaja informativa que cualquier otro consumidor final. Ello, debido a que los pequeños empresarios no tienen la misma estructura organizacional que empresas medianas o grandes, lo cual significa no contar con partidas o recursos humanos para efectuar un estudio de mercado sobre los productos o servicios que se ofrecen”.

Similar situación acontecería con las grandes y medianas empresas. El criterio que prevalece para tender a su protección sigue siendo el de la asimetría informativa, más se adiciona que los bienes adquiridos resulten ajenos al giro habitual de su negocio²⁹. Sin embargo, como tendremos ocasión de apreciar más adelante, este supuesto ha quedado al margen en la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor.

3.2. EL DECRETO LEGISLATIVO N° 1045 LEY COMPLEMENTARIA DEL SISTEMA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR: EL NUEVO CONSUMIDOR PERUANO

El Perú de estos días es un país comprometido con la ampliación de su comercio. La política económica está orientada a la promoción de inversión privada (nacional y extranjera), reducción de trabas burocráticas que otrora dificultaban la radicación de inversiones o la misma creación de empresas, y lo que se considera más importante, la suscripción de Acuerdos Comerciales con países de la región y del bloque europeo y asiático que permitan a las empresas nacionales la posibilidad de acceder a nuevos mercados para sus productos. La suscripción del Acuerdo de Promoción Comercial con los Estados Unidos se engarza precisamente en aquello.

29 Señalan los Lineamientos: “Si bien se ha reconocido que este tipo de empresas cuentan con una inversión y organización suficientes para tener conocimientos especializados sobre el mercado, se ha determinado por ejemplo, que en los casos en que el producto o servicio es totalmente ajeno a su giro de negocios, se podría presentar una situación de asimetría informativa”, *Ibidem*, 24.

Este nuevo contexto obliga al Estado no sólo a fortalecer su marco institucional y de modernización, sino incluso a revisar las normas vinculadas directamente con esta política de apertura; de manera concreta en lo referido a libre competencia, y por supuesto, en materia de consumidores.

Con este espíritu se ha publicado el Decreto Legislativo N° 1045, que aprueba la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor (LCSPC), que entre otras modificaciones a la LPC, incorpora cambios en lo que se refiere a la noción de consumidor.

Este decreto, que al decir de sus fundamentos obedece "... a la urgente necesidad de dotar al país de un marco institucional que garantice una tutela efectiva de los derechos de los consumidores, en el nuevo entorno de relaciones de consumo que se derivará del Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos de América", modifica —como mencionamos— el literal a) del artículo 3 LPC referido a la noción de consumidor en los términos siguientes:

“a) Consumidores o usuarios. las personas naturales que, en la adquisición, uso o disfrute de un bien o contratación de un servicio, actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional, y excepcionalmente, a los microempresarios que evidencian una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios no relacionados con el giro propio del negocio. La presente ley protege al consumidor que actúa en el mercado con diligencia ordinaria, de acuerdo a las circunstancias”.

La norma glosada presenta algunas cuestiones que merecen destacarse:

- a) El primer cambio importante que se advierte es la supresión del término “destinatario final”, que por lo demás constituía el criterio principal para considerar a un sujeto o persona jurídica como consumidor, para establecer ahora la frase más amplia de “ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional”³⁰.

30 “La Ley de Protección al Consumidor, D. Leg. No. 716, modificada por la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, D. Leg. No. 1045, (...) en su literal a) del art. 3 LPC, en su nueva definición de consumidor, ha pasado del

- b) Por otro lado, la LCSPC legisla sobre un punto que ya había sido materia de un Precedente de Observancia Obligatoria (Caso Reynaldo Moquillaza S.R.L vs. Milne & Co S.A.), en el cual se mencionaba que las personas naturales y jurídicas pertenecientes a la categoría profesional de los pequeños empresarios deben ser considerados como sujetos afectados por la desigualdad informativa en la relación de consumo y, portanto, tenidos como consumidores para efectos de la LPC. Incluso este enunciado fue nuevamente planteado en los Lineamientos 2006 de la Comisión de Protección al Consumidor. Así, la norma complementaria acoge dicha formulación al prescribir que la ley resulta aplicable también —aunque precisa que “excepcionalmente”— a los microempresarios que evidencian una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de productos o servicios no relacionados con el giro propio del negocio. Ciertamente, deberá tenderse a un análisis caso por caso para establecer la atribución o no de la calidad de consumidor. Queda en el vacío, como lo reconoce el profesor ESPINOZA³¹, el caso de aquellas medianas o grandes empresas. Por lo demás, este ha sido uno de los temas que se introdujo en los Lineamientos atrás referenciados, donde se expresaba que para considerarlas consumidores debía atenderse si los bienes o servicios adquiridos resultaban ser ajenos al giro del negocio y siempre y cuando de por medio existiera asimetría informativa con el proveedor³². Si bien hubiese sido deseable incorporar dentro de la norma a las medianas y grandes empresas, previa verificación de los requisitos enunciados, debemos atenernos

enunciado afirmativo de ‘destinatario final’ al negativo de ‘actuación en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional’, ello, siguiendo principalmente el modelo jurídico circulante en las directivas de la Unión Europea”. JUAN ESPINOZA ESPINOZA, ¿La muerte del ‘consumidor razonable’ y el nacimiento de la responsabilidad objetiva absoluta del proveedor? Análisis de la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, *Revista Jurídica del Perú*, Derecho Privado y Público, Normas Legales, 89, 364 (2008).

31 *Loc. cit.*

32 Lineamientos 2006 de la Comisión de Protección al Consumidor, *cit.*

a la regulación actual que sólo considera consumidor a los pequeños empresarios.

- c) Finalmente se incluye lo concerniente a la *diligencia ordinaria* que deberá observar el consumidor en sus relaciones de consumo. En ese sentido, será merecedor de tutela quien, de acuerdo a las circunstancias, actúe en el mercado con diligencia ordinaria. No es necesario un grado sumo de experiencia ni cuidado para acceder a la tutela del Estado; basta simplemente tener un cuidado mínimo, como el que tendría cualquier persona en un momento determinado. Obviamente, también aquí el análisis debe efectuarse de manera particular^{33, 34}.

Con lo dicho hasta aquí, podemos considerar *consumidor* en Perú, de acuerdo a la modificación legislativa:

- a) A la persona natural (o jurídica) que en la adquisición, uso y disfrute de un bien o servicio actúa en un contexto ajeno a su actividad empresarial o profesional.

33 Indistintamente, el Indecopi ha hecho alusión al estándar del consumidor razonable como de la diligencia ordinaria. Para muestra, véase la Resolución N° 101 - 96 - TDC (caso Cheenyi E.I.R.L. vs. Kónica): “En ese contexto, en principio, no le es exigible a quien adquiere, utiliza o disfruta un bien o servicio con la *diligencia* propia del proveedor, sino únicamente la que le corresponde como un *consumidor razonable*”; y el Documento de Trabajo N° 001 - 2000, *Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor*: “El esquema de protección al consumidor se centra en la idea de proteger a consumidores responsables, entendiendo por ello a aquel que actúa con la *diligencia ordinaria* que es esperable en ciertas circunstancias (llamado “*consumidor razonable*”), 44 (cursivas fuera de texto).

34 “No nos referimos a un consumidor experto o excesivamente exigente y cuidadoso. No es un consumidor racional, calculador y frío capaz de analizar con detalle todas las alternativas. Por el contrario, es una persona que actúa con la diligencia ordinaria que se le puede exigir a cualquier persona”. Documento de Trabajo N° 001 - 2000, *Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor*, cit., 44.

- b) De acuerdo a lo anterior, y por extensión, será considerado consumidor no sólo quien efectúa la adquisición, sino incluso quienes integren su círculo familiar y personal más cercano.
- c) De manera *excepcional* a los microempresarios, siempre y cuando en las relaciones que establezcan se aprecie que los bienes y servicios adquiridos no se vinculan al giro de su negocio, y además exista un déficit de información en relación con sus proveedores.
- d) En todos estos casos, se requerirá un mínimo de diligencia ordinaria, de acuerdo con las circunstancias, para calzar en la protección normativa³⁵.

BIBLIOGRAFÍA REFERENCIADA

A) Fuentes doctrinarias

LUIS DíEZ-PICAZO Y PONCE DE LEÓN, *Derecho y masificación social. Tecnología y Derecho Privado (Dos esbozos)*, 136, 2a. ed., Editorial Civitas S.A., Madrid, 198).

JUAN ESPINOZA ESPINOZA, *Derecho de los consumidores*, 301. Editorial Rodhas, Lima, 2006.

JUAN ESPINOZA ESPINOZA, ¿La muerte del ‘consumidor razonable’ y el nacimiento de la responsabilidad objetiva absoluta del proveedor? Análisis de la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, *Revista Jurídica del Perú*, Derecho Privado y Público, Normas Legales, 2008; 89, 363-371.

35 En materia de servicios financieros, se introduce también una noción de consumidor: “Consumidor o usuario: persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta como destinatario final de los productos o servicios ofrecidos por las empresas, y que sea definido como usuario de conformidad con la Ley de Protección al Consumidor y los Precedentes de observancia obligatoria emitidos por el Indecopi”. Resolución N° 1765 - 2005 - SBS, Reglamento de Transparencia de Información y Disposiciones aplicables a la contratación con usuarios del sistema financiero, artículo 2, inciso u).

- WALTER GUTIÉRREZ CAMACHO, El contrato de consumo y la crisis de la contratación clásica, en *Contrato & Mercado*, MANUEL DE LA PUENTE Y LAVALLE, CARLOS CÁRDENAS QUIRÓS, WALTER GUTIÉRREZ CAMACHO, Ed., Gaceta Jurídica, Lima, 2000.
- JOSÉ ANTONIO MARTÍN PÉREZ, *La Rescisión del Contrato (en torno a la lesión contractual y el fraude de acreedores)*, 487, José María Bosch Editor S.A., Barcelona, 1995.
- FEDERICO ALEJANDRO OSSOLA, Las relaciones de consumo en el ordenamiento jurídico argentino. Algunas precisiones acerca del ámbito de aplicación de la Ley 24.240 de defensa del consumidor, en *Estudios de Derecho Privado Contemporáneo - Teoría general, contratación predispuesta, de consumo y financiera*, I, 277-292 (JORGE OVIEDO ALBÁN & CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ, Dir., Editorial Industria Gráfica Libertad, Trujillo, 2005.
- FEDERICO ALEJANDRO OSSOLA & MARÍA DEL PILAR HIRUELA, El contratante débil (Determinación de la categoría jurídica), *Revista Oficial del Poder Judicial - Corte Suprema de Justicia de la República*, 2007; 1, 415-422.
- CARLOS ALBERTO SOTO COAGUILA, Las cláusulas generales de contratación y las cláusulas abusivas en los contratos predispuestos, *Vniversitas*, Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Pontificia Universidad Javeriana, 2003; 106, 563-609.
- CARLOS GUSTAVO VALLESPINOS, Las condiciones generales de los contratos, en *Contratos*, Libro Homenaje a Jorge Mosset Iturraspe, 119-136. FÉLIX A. TRIGO REPRESAS & RUBÉN S. STIGLITZ, Dir., Ediciones La Rocca, Buenos Aires, 2001.
- YURI VEGA MERE, *Consumidor, contrato y sociedad postindustrial*. Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima, Lima, 1998.
- YURI VEGA MERE, *Contratos de consumo*. Editora Jurídica Grijley, Lima, 2001.

B) Documentos y jurisprudencia (precedentes de observancia obligatoria)

- Documento de Trabajo N° 001 - 2000, *Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor: Diagnóstico y Propuesta*, Área de Estudios Económicos del Indecopi, del 15 de marzo de 2000, Lima.
- Lineamientos 2006, de la Comisión de Protección al Consumidor. Resolución N° 001 - 2006 - LIN - CPC/INDECOPI.
- Resolución N° 101 - 96 - TDC, publicado el 1 de enero de 1997. Caso Cheenyi EIRL vs. Kónica S.A.

Resolución N° 0422 - 2003/TDC - Indecopi (Expediente N° 535 - 2001 - Indecopi), del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual - Sala de Defensa de la Competencia. Caso Reynaldo Moquillaza S.R.L. vs. Milne & CO. S.A..

Superintendencia de Industria y Comercio, *Compendio de Jurisprudencia de Protección al Consumidor*, Imprenta Nacional de Colombia, Bogotá D.C., 355.

C) Normativa

Constitución Política de 1993. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. 2006.

Decreto Legislativo N° 716, Ley de Protección del Consumidor.

Decreto Supremo N° 039 - 2000 - ITINCI, Texto Único Ordenado de las Leyes de Protección al Consumidor, de Represión de la Competencia Desleal y de Normas de Publicidad en Defensa del Consumidor.

Decreto Legislativo N° 1045, Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, del 26 de junio de 2008. Diario Oficial *El Peruano*.

Resolución N° 1765 - 2005 - SBS, Reglamento de Transparencia de Información y Disposiciones aplicables a la contratación con usuarios del sistema financiero.

Decreto N° 3466: Normas vinculadas a la idoneidad, calidad, garantías, marcas, leyendas, propagandas, fijación pública de precios de bienes y servicios, responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores. Colombia.

Trujillo, diciembre 9 de 2008.