



ES UN DERECHO. El ministro del Ambiente, Antonio Brack, se mostró a favor de regular el etiquetado de los alimentos transgénicos. “Los consumidores tienen derecho a saber qué cosa se llevan a la boca”, dijo.



COLABORE. Para evitar que delincuentes y extorsionadores sigan haciendo de las suyas en el país, Telefónica del Perú solicita a todos los usuarios del servicio prepago a actualizar sus datos: www.movistar.com.pe/movistarenlinea o llame al 104.

URGE DEFINICIÓN: CÓDIGO DE CONSUMO O CÓDIGO DEL CONSUMIDOR

¿A quién defiende el Estado?

INFORMACIÓN
Y ENFOQUE
JUAN CARLOS
CUADROS GUEDES



Esta ha sido, sin duda, una semana de intensa discusión en torno al llamado código de consumo. Un debate que podría prolongarse dado que el Consejo de Ministros tomó el último miércoles la decisión de revisar nuevamente el documento original e incluir en él los aportes de diversos sectores para mejorar su aplicación.

Al respecto, el doctor Julio Baltazar Durand Carrión, doctor en derecho por la Pontificia Universidad Católica del Perú, señaló que la decisión del gobierno es importante, pues vale la pena repasar algunos términos e ideas para que el llamado código del consumidor tenga disposiciones precisas y coherentes.

ANALIZAR EL DOCUMENTO

Primero—dijo—, sería importante determinar cuál es la finalidad de este código, qué se busca con la norma y a quién se defiende. Según Durand Carrión, en el anteproyecto no se ha consignado el término ‘relación de consumo’; es decir, no hay una definición o una consideración previa para entender qué quiere decir en esencia sin correr el riesgo de enmarcarla dentro de una relación contractual, que es un concepto totalmente diferente.

“No se puede limitar la protección del consumidor a la esfera contractual, donde se exige leer los contratos, analizarlos y tener un comportamiento diligente, entre otras formalidades, sino a los momentos anteriores también. Es decir, toda persona tiene derecho a gozar de todas las prerrogativas y facultades que en materia de consumo el sistema jurídico ha creado para él”, afirmó el especialista.

¿CONSUMO O CONSUMIDOR?

En realidad, no es lo mismo hablar de un código de consumo que uno del consumidor o de protección y defensa del consumidor. Son tres cosas totalmente distintas, tal como apunta el doctor Paul Castro García, docente en derecho de la competencia y protección al consumidor.

Según señala, no se trata de una simple disputa terminológica, pues cada

una de las denominaciones resalta un aspecto de la disciplina jurídica. El derecho de consumo pone en primer plano la tutela del mercado de consumo, mientras que el derecho del consumidor realiza la protección de la persona del consumidor.

Aquí entra en debate el término consumidor diligente o razonable, un tema muy subjetivo para el doctor José Purizaca Vega, asesor legal de la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (Aspec).

“En realidad, no es lo mismo hablar de un código de consumo que uno del consumidor o de protección y defensa del consumidor. Son tres cosas totalmente distintas”

“Depende de la óptica que se pueda tener al respecto. En algunos casos los resultados pueden ser obvios, pero en otros no, lo que trae inseguridad jurídica entre los consumidores”, puntualizó.

Una posición que comparte el economista Miguel Ángel Martín Mato, profesor de Finanzas en la Universidad ESÁN. “El artículo 65 de la Constitución lo señala: El Estado defiende el interés de los consumidores y de los usuarios. No hay otro artículo

que indique que el Estado defiende el interés de las empresas sobre los consumidores. Pero la realidad parece que apunta a otro lado”, refirió.

PUBLICIDAD COMERCIAL

Otro punto es el tema de la publicidad comercial. De acuerdo con el análisis de los especialistas habría un enfoque errado al pretender dejarla solo bajo la tutela de las normas de competencia desleal, ya que no se estaría tomando en cuenta el

hecho de que la publicidad se rige por principios de veracidad, autenticidad, legalidad y responsabilidad social, entre otros, para evitar precisamente que sea engañosa y abusiva.

Todos coinciden en que no se trata de aprobar solo un texto legal donde se consignen todas las situaciones del mercado, sino, fundamentalmente, de establecer una política pública en materia de protección al consumidor. Lo importante es saber interpretar los alcances de la norma. ■



ENFOQUE

Concepto jurídico y derechos básicos

Uno de los puntos más complejos (y básicos) de cualquier legislación de protección al consumidor ha sido y es la definición del sujeto protegido especialmente; es decir, a efectos de aplicación de la ley, quién debe ser considerado consumidor.

Por cierto, no existe en el mundo una definición jurídica universal de consumidor; por tanto, la que se aplique en la legislación peruana debería tomar en cuenta una sola realidad: la nuestra.

No podemos negar que la intención de proteger más y mejor a los consumidores es buena, pero más allá de intereses particulares y nombres bonitos o enunciados jurídicos que solo los abogados entienden, lo principal es que se respeten los derechos del consumidor ya establecidos en la legislación internacional y en la Ley de Protección al Consumidor (Decreto Legislativo 716, con sus modificaciones y reglamentos).

Como lo señala en esta página Miguel Ángel Martín Mato, destacado economista y profesor de la Universidad ESÁN, el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios, no el interés de las empresas sobre los consumidores. Al menos así está explícito en la Constitución y en la Ley de Protección al Consumidor.

En un mercado como el nuestro, con presiones crecientes y extendidas, valdría la pena que se repasaran mejor algunos conceptos y se definirían bien para evitar problemas en el futuro.

EN PUNTOS

Derecho y transparencia del mercado

“El Estado no debe ceder a las presiones de intereses económicos. El derecho a la información es fundamental, mas si está relacionada con la alimentación y la salud”. **Manuel Luque Casanave, Cepadesa.**

“El código de consumo debe ser entendido e interpretado junto con toda la

legislación sectorial existente”. **Carlos Patrón, asesor de Confiep y abogado especialista en temas de consumo.**

“La definición de consumidor razonable o diligente es contradictoria con la propia política de protección al consumidor. Antes debería buscarse la transparencia del mercado”. **Luis Miguel Guillén Aoki, especialista en derecho del consumidor.**

CÓDIGO DE CONSUMO EN DEBATE

Peligroso vacío en el tema de los alimentos transgénicos

En recientes declaraciones el primer ministro, Javier Velásquez, dejó abierta la posibilidad de contemplar el etiquetado de productos transgénicos en el código de consumo. “No es que no queramos incorporarlo en el anteproyecto”, afirmó Velásquez Quesquén. Pero lo dicho se deshace con solo remitirnos al código de consumo, pues es un hecho visible no solo que el etiquetado de los alimentos transgénicos no se menciona—vulnerando el derecho de la población a saber qué ingiere—sino que no se hace referencia a los organismos genéticamente modificados. Difícil

“Anteproyecto de código se refiere a ‘organismos modificados’ y no ‘genéticamente modificados’”

de creer eso de que “no es que no queramos incorporarlo en el anteproyecto”, pues simplemente el tema no está y punto.

Es de lamentar que un código que apunta a hacer más eficiente y transparente el mercado, que regula las actividades financieras

de entidades no bancarias, que tiene grandes avances en el tema del tratamiento que brindan las aseguradoras a los usuarios (especialmente en salud) y que brinda más recursos al Indecopi, para que pueda cumplir mejor su rol de defensa del consumidor, se vea enturbiado por un tema como el de los transgénicos y la terquedad del Ejecutivo en no atender a las preocupaciones de la población en este sentido.

Así el anteproyecto en su artículo 34, habla de “Alimentos modificados”, indicando que son “Los alimentos modificados por sustracción, sustitución o adición de ingredientes”. ¿Ingredientes? ¿Qué seriedad puede haber cuando a un gen se le considera ingrediente? ¿Y dónde queda el término “genéticamente modificado”? Bajo el concepto que presenta el anteproyecto, hasta un pastel de

chocolate caería en la definición de “Alimento modificado”, pues antes fue harina, azúcar, manteca y cacao, y antes de eso trigo, caña de azúcar, leche y cacao que pasaron por un proceso de “sustracción, sustitución o adición de ingredientes”.

¿Ignorancia supina o mala fe? No resulta creíble que la definición de los alimentos transgénicos haya sido sometida a consideración de especialistas: biólogos, genetistas y otros expertos, pues estos habrían dejado en claro el término “alimentos genéticamente modificados”.

Ahora bien, ¿qué transgénicos dice el primer ministro que etiquetarán, si no están contemplados en el anteproyecto del Código? Lejos de tomar el rábano por las hojas en este espinoso tema, lo que se pretende es tomarle el pelo a los peruanos. [MMMQ] ■

escuela del consumidor

Alergia o intolerancia alimentaria

Las reacciones adversas a los alimentos se confunden frecuentemente con las alergias alimentarias. En muchos casos, dichas reacciones se deben a algún otro factor: quizás una intoxicación alimentaria, una aversión psicológica a un alimento o la intolerancia a un ingrediente en particular.

La alergia alimentaria es una forma específica de intolerancia a un alimento, o a uno de sus componentes, que activa el sistema inmunológico. Un alérgeno provoca una serie de reacciones en cadena en el sistema inmunológico, entre ellas la producción de anticuerpos que producen picor, moqueo, tos o trastornos respiratorios.



Frecuentemente, las alergias a los alimentos o a sus componentes se heredan y normalmente se identifican en los primeros años de vida.

La intolerancia alimentaria afecta al metabolismo, pero no al sistema inmunológico del cuerpo. Un buen ejemplo es la intolerancia a la lactosa, que se da en ciertas personas por la carencia de una enzima digestiva llamada lactasa, que descompone el azúcar de la leche.