

INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL.

CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.

ANEXO DICTÁMENES Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

DICTAMEN C-180 DE 9 DE AGOSTO DE 2000

San José, 9 de agosto del 2000

**Licenciado
Rigoberto Vega Arias
Presidente de la Comisión Nacional del Consumidor
S.O.**

Estimado señor:

Con la aprobación del señor Procurador General de la República, me refiero a su oficio CNC-UTA-419-99 de fecha 4 de noviembre de 1999, por medio del cual nos manifiesta que ante la Comisión Nacional del Consumidor se han presentado denuncias de comerciantes que sienten lesionados sus derechos y que afirman ser consumidores de bienes y servicios. Agrega que ante esa situación, ha surgido la necesidad de determinar, con claridad, los alcances del término consumidor final, con el fin de excluir o incluir a los comerciantes dentro de esa categoría.

Concretamente, la consulta que nos plantea es la siguiente: "¿En qué casos una persona, física o jurídica, que efectúa una actividad mercantil puede ser considerado como consumidor a efectos de legitimación activa para presentar denuncias ante la Comisión Nacional del Consumidor?".

El criterio legal que se adjunta a la consulta, luego de hacer algunas transcripciones doctrinarias y de citar legislación comparada, así como también, jurisprudencia nacional, señala que debe tenerse por consumidor, a aquella persona ubicada al final de una cadena comercial, que adquiere para su satisfacción personal y no para que el bien que ha adquirido sea devuelto en

INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL
CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.

ANEXO:
DICTÁMENES Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

forma alguna al mercado como una actividad comercial afín. Sostiene que si bien es cierto en algunos casos el comerciante no está legitimado para plantear denuncias ante la Comisión Nacional del Consumidor, precisamente por no constituir "consumidor final", también lo es que existen otras vías para tutelar sus derechos, como lo son, las previstas en nuestra legislación comercial y civil.

I.- OBSERVACION PRELIMINAR:

Antes de tratar el asunto objeto de consulta es necesario indicar que el artículo 4° de nuestra Ley Orgánica (n.º 6815 de 27 de setiembre de 1982) prevé algunos requisitos de admisibilidad que deben observar las gestiones consultivas planteadas ante esta Procuraduría.

En ese sentido, el párrafo primero de dicha norma dispone:

"Los órganos de la Administración Pública, por medio de los jefes de los diferentes niveles administrativos, podrán consultar el criterio técnico-jurídico de la Procuraduría, debiendo, en cada caso, acompañar la opinión de la asesoría legal respectiva." (El subrayado es nuestro).

De la lectura de la disposición transcrita, es claro que para requerir el criterio jurídico de esta Procuraduría es preciso que la consulta correspondiente sea planteada por el jefe de la Institución interesada, lo que en el caso de la Comisión Nacional del Consumidor implica la necesidad de un acuerdo de ese órgano que así lo disponga, acuerdo que se echa de menos en este caso.

A pesar de lo anterior y en un afán de colaborar con el consultante, nos referiremos por esta sola ocasión al asunto de su interés, con la advertencia de que en lo sucesivo deberá cumplirse el requisito indicado.

II.- SOBRE EL CONCEPTO DE CONSUMIDOR:

En el intento de aproximarnos al concepto de consumidor –a efecto de delimitar los alcances de su aplicación a la figura del comerciante– resulta de interés examinar la evolución histórica del término, así como la noción que ha adoptado nuestra legislación respecto a él . (1)

(1) La trascendencia de precisar lo que debe entenderse por "consumidor" ha sido puesta de manifiesto por la doctrina al indicar: "La interpretación del término 'consumidor' tiene una gran importancia en el mundo de la práctica forense ya que según que la noción sea más o menos amplia serán también más o menos amplios los límites de la tutela que deba prestarse a los consumidores" ACOSTA ESTÉVEZ (José B.), Tutela Procesal de los Consumidores, Barcelona, José M. Bosch, editor S.A., primera edición, 1995, página 55.

INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL
CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.

- 3 -

ANEXO:
DICTÁMENES Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

A.- Evolución histórica del término "consumidor":

Originalmente, el término "consumidor" era utilizado únicamente para hacer referencia a aquellas personas de pocos recursos que adquirirían determinados productos (básicamente, alimentos y medicinas) con el fin de satisfacer sus necesidades esenciales. Como se ve, se trataba de una noción sumamente restringida, tanto desde el punto de vista objetivo (por el tipo de bienes susceptibles de ser catalogados como "de consumo humano") como desde el punto de vista subjetivo (por las características económicas de las personas asociadas con el término).

Al referirse al asunto, la doctrina indicaba:

"La noción inicial de consumidor, como ya hemos apuntado, revestía en un principio un carácter marcadamente restringido o, lo que es lo mismo, equivalía exclusivamente al adquirente de bienes de consumo, esto es, medicinas y alimentos". (2)

A pesar de lo anterior, con el transcurso del tiempo, el uso del término evolucionó, llegándose a admitir como incluidos dentro de él, a las personas que adquirirían bienes de cualquier tipo – no necesariamente para ser ingeridos– sin que fuera determinante, tampoco, la situación económica del adquirente. Al respecto se ha dicho:

"En un principio se comenzó a hablar del consumidor teniendo en cuenta a aquella persona individual, carente de mayores recursos, que adquiere productos para satisfacer necesidades esenciales; pero luego el criterio se extendió a todo lo que fuese adquisición de bienes (sean o no esenciales, sean o no consumibles) y a los usuarios de servicios. Por ello esta disciplina llega a denominarse 'Derechos de defensa (o protección) del consumidor y del usuario'; pero por comodidad, y para abreviar, a veces empleamos sólo la palabra 'consumidor', pero va sobreentendido que en ella está incluida implícitamente la figura del usuario".(3)

"La noción conceptual de consumidor ha sufrido una evolución progresiva con el transcurso del tiempo, pasando de ser una concepción de carácter restrictivo a una concepción de carácter amplio. Por ello, estamos en presencia de un concepto cuya característica principal es su progresiva y constante extensión en cuanto al contenido del mismo".(4)

(2) ACOSTA ESTÉVEZ (José B.), op. cit. página 55.

(3) FARINA (Juan M) Defensa del Consumidor y del Usuario, Buenos Aires, Editorial Astrea, primera edición, 1995, páginas 16 y 17.

(4) ACOSTA ESTÉVEZ (José B.) op. cit. página 55.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL
CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.**

**ANEXO:
DICTÁMENES Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA**

Ya dentro de la concepción "evolucionada" del término "consumidor", se observan siempre en doctrina dos posiciones disímiles en relación con los alcances de ese vocablo. La primera de ellas, denominada postura restringida, acepta como consumidor a la persona que adquiere para sí, o para terceros, bienes o servicios, siempre que aquellos no tengan relación alguna con su ejercicio profesional. La segunda posición, denominada postura amplia, acepta como consumidor no sólo a la persona que adquiere bienes y servicios para sí o para terceros con el fin de que sean consumidos por ellos, sino además, a los sujetos que compran con el fin de reinsertar al mercado sus adquisiciones. Veamos:

"... el concepto de consumidor en sentido amplio es el que se ha impuesto en el ámbito doctrinal actual, pero, a pesar de ello, en el propio seno de esta interpretación de carácter amplio se discute una segunda posibilidad que viene dada por dos posturas netamente diferenciadas: a) postura restringida: considera como consumidor aquel que contrata con el fin de consumir o utilizar los bienes o servicios para satisfacer sus necesidades personales o familiares, excluyendo el concepto la profesionalidad; b) postura amplia: incluye a toda persona que contrata con el objetivo de consumir, es decir, para utilizar un bien o servicio, aunque no sea para sí mismo, comprendiendo, por tanto, la posibilidad de la reventa". (5)

Es claro que la postura amplia, antes reseñada, guarda cierta similitud con el concepto de cliente, o sea, de aquella persona que adquiere sin que resulte de interés la finalidad con que lo hace. Si se adoptara esta tesis, carecería de importancia definir lo que ha de entenderse por consumidor, pues bastaría adquirir un producto, bajo cualquier circunstancia, para ser acreedor de la protección que otorga el derecho del consumidor. Esta postura, sin embargo, no es congruente con la definición de consumidor que brinda nuestro ordenamiento jurídico, ni con el fin último del derecho del consumidor, cual es, el de proteger a la parte más débil de la relación de consumo.

Sobre el tema se ha indicado:

"Para que quienes ocupan los planos inferiores no sucumban, es preciso que el derecho les otorgue una protección más intensa que la dispensada a quienes ocupan planos superiores.

Tal es, en síntesis, el sentido de la defensa del consumidor. Detectar una situación de la realidad social, que transita carriles análogos a los que en el marco de las relaciones laborales, mostraron desde siempre al obrero, vulnerable frente al patrón, dando nacimiento al derecho del trabajo". (6)

(5) ACOSTA ESTÉVEZ (José B.), *op cit*, página 56.

(6) STIGLITZ (Gabriel) y STIGLITZ (Rubén), *Derechos y Defensa de los Consumidores*, Buenos Aires, Ediciones La Rocca, 1994, p.24. Esos mismos autores agregan: "La defensa del consumidor es un postulado

CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.

ANEXO:

DECRETOS Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

El derecho del consumidor entonces, no tiene como finalidad proteger a todas las personas que adquieren bienes y servicios, sino solamente a las que lo hacen en una situación de desigualdad respecto al comerciante (7). Así lo ha entendido la doctrina al señalar:

"El derecho del consumidor es un sistema global de normas, principios, instituciones e instrumentos de implementación, consagrados por el ordenamiento jurídico a favor del consumidor, para garantizarle en el mercado una posición de equilibrio en sus relaciones con los empresarios (...) El legislador parte del supuesto de la debilidad de los consumidores en las relaciones con los empresarios. Una debilidad motivada en desigualdades reales que lo colocan naturalmente en una posición de desequilibrio (en el poder de negociación, en la inequivalencia del contenido del contrato, derechos y obligaciones recíprocos, etc.), y esencialmente, en una desinformación del consumidor en torno al objeto de la relación (sobre la operación realizada, los bienes y servicios proveídos, condiciones de negociación, etcétera)". (8)

Conviene apuntar, finalmente, que un sector de la doctrina no está de acuerdo con la idea de que el derecho del consumidor proteja solamente a una categoría específica de sujetos (los

del derecho, la política y la economía, que persigue como propósito la búsqueda de un marco de equilibrio en las relaciones de consumo entre empresarios y consumidores o usuarios.- No se pretende dotar al consumidor de prerrogativas especiales ni de derechos de carácter privilegiado, sino reconocer su situación de debilidad estructural en el mercado y construir un sistema de soluciones que lo eleve a una posición de igualdad real y de seguridad jurídica, a la hora de informarse sobre los productos ofrecidos, de negociar con los proveedores, de asumir obligaciones y de consumir los bienes", op cit, página 21.

(7) Las razones de esa desigualdad, según apuntan Mosset y Lorenzetti, son diversas: "La debilidad deviene de aspectos muy variados: es "débil" en cuanto tiene necesidades que debe satisfacer, sean ellas primarias o secundarias; esas necesidades son sentidas o vividas como carencias, faltas o limitaciones que condicionan la personalidad; son en rigor, sufridas. El consumidor se muestra ansioso, mortificado por el afán de lograr aquello de lo cual carece, y si bien puede pensarse que la ansiedad o el sufrimiento encuentran explicación en situaciones como la falta de alimentos o de una vivienda –padecimientos nacidos de la no satisfacción de necesidades primarias o vitales- ocurre algo muy similar, sobre la base de la publicidad, respecto de otros bienes (valgan, como ejemplos, el automotor, la heladera, el sistema de aire acondicionado); es débil, asimismo, en cuanto está solo, aislado, librado a su desconocimiento o ignorancia de sus derechos subjetivos, en particular, y el Derecho como regulador de la vida en sociedad, en general; es débil, también, porque no tiene una experiencia aquilatada en el tema de la comercialización del bien o del servicio de que se trata; le falta profesionalidad, no hace de tal o cual compra una profesión habitual: además está "de este lado del mostrador", vale decir, ajeno al proceso de producción y distribución, sin conocimientos ciertos sobre costos; forzado "a creer", a confiar, a aceptar los precios y las calidades que se le ofrecen; no participa del proceso de fabricación del bien o de organización del servicio y desconoce, por lo común, los costos, tipos y variables" MOSSET ITURRASPE (Jorge) y LORENZETTI (Ricardo Luis), Defensa del Consumidor, Buenos Aires, Culzoni Editores, 1993, páginas 54 y 55.

(8) STIGLITZ (Gabriel), Defensa de los Consumidores de Productos y Servicios, Buenos Aires, Ediciones La Rocca, 1994, páginas 29 y 30.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL
CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.**

**ANEXO:
DICTÁMENES Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA**

consumidores estrictamente considerados) sino que persigue, más bien, que la actividad tuitiva que en este campo despliega el Estado, beneficie a la totalidad de la población, cuando se encuentre ante "situaciones objetivas de desigualdad". Según esta tesis, no basta con que un particular realice una transacción con un comerciante para que el derecho del consumidor proteja al primero, sino que es necesario, para que ello suceda, constatar la existencia de una situación real o potencial de peligro o de desigualdad. Si esa situación existe, debe brindarse protección, independientemente de las características del sujeto que realiza la transacción (9).

B.- Sobre la noción legal del término "consumidor":

Si bien las elaboraciones doctrinarias referidas a la noción de "consumidor" resultan sumamente útiles para el asunto que nos ocupa, el factor que en definitiva determina los alcances del término –y con él, el margen de tutela que debe otorgarse en vía administrativa a los consumidores– debe buscarse en las normas de cada ordenamiento jurídico.

En el caso de nuestro país, aunque la Constitución Política en su artículo 46 hace referencia al término, no se indican ahí las características que se requieren para que una persona sea catalogada como consumidor. No es sino en el artículo segundo de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (n.º 7472 de 20 de diciembre de 1994) donde se le define de la siguiente forma:

"Artículo 2.- Definiciones:

Las expresiones o las palabras, empleadas en esta Ley tienen el sentido y los alcances que, para cada caso, se mencionan en este artículo:

(...) **Consumidor:** Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello. También se considera consumidor al pequeño industrial o al artesano –en los términos definidos en el Reglamento de esta Ley– que adquiera productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros".

La norma recién transcrita, en primer lugar, admite la posibilidad de incluir dentro de la categoría de consumidor, tanto a las personas físicas como a las jurídicas, dejando de lado la discusión doctrinaria respecto a la procedencia o improcedencia de catalogar a éstas últimas

(9) Ver al respecto, RIVERO SANCHEZ (Juan Marcos), ¿Quo Vadis Derecho del Consumidor?, Medellín, Biblioteca Jurídica Diké, 1997, páginas 133 y siguientes.

INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL
CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.

- 7 -

ANEXO:
DECRETOS Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

como consumidores. (10)

Adicionalmente, la disposición que se comenta exige que el consumidor sea el destinatario final del bien que adquiere, con lo cual se descarta la posibilidad de considerar como consumidor, a las personas que compran un bien con la finalidad de reinsertarlo al mercado.

Farina explica lo que debe entenderse por "destinatario final" en los siguientes términos:

"En derecho comparado suele emplearse la expresión 'destinatario final', esto es, el sujeto que adquiere los bienes o servicios para utilizarlos o consumirlos él mismo o su grupo familiar, por lo que esos bienes o servicios son adquiridos para quedar dentro de su ámbito personal, familiar o doméstico, sin que vuelvan al mercado. El destinatario final adquiere los bienes o servicios, no para renegociarlos, sino para quedarse con ellos. A nuestro modo de ver no existe diferencia conceptual entre 'destinatario final' y 'consumidor final', si bien la primera expresión nos parece más apropiada" .(11)

Cabe mencionar que el consumo final a que hace referencia la norma en estudio, impide que el bien sea reinsertado directa o indirectamente al mercado o a un proceso de producción, distribución, o comercialización de bienes (12). De esa forma, aunque el bien agote su vida útil dentro de un proceso de ese tipo, debe entenderse que fue reinsertado indirectamente al mercado, pues colaboró, de alguna manera, a llevar a cabo el proceso de elaboración,

(10) Sobre la discusión a que se alude, Mosset y Lorenzetti indicaban: "Las personas jurídicas no pueden ser consumidores finales en la medida en que no adquieren, al menos en lo general o común, bienes para sí, para su consumo final o beneficio, y menos aun –por su propia índole– para el grupo familiar o social" MOSSET ITURRASPE (Jorge) y LORENZETTI (Ricardo Luis), op cit, página 60. En sentido contrario, Gabriel Stiglitz considera consumidor a "... la persona individual o jurídica ubicada al agotarse el círculo económico, y que, a través del consumo o del uso pone fin a la vida económica del bien o servicio" STIGLITZ (Gabriel), op. Cit., página 39.

(11) FARINA (Juan M) op. cit., página n.º 41. En sentido similar se ha dicho: "Será consumidor aquella persona que adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios en calidad de destinatario final de los mismos; por otra parte, no será consumidor quien realice las operaciones de integrar bienes y servicios en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros adquirentes" (ACOSTA ESTÉVEZ (José B), op cit, página 59.

(12) Al respecto se ha dicho: "... consumidor es la persona individual o jurídica ubicada al concluir el circuito económico, ya que pone fin a la vida económica del bien o servicio (...) el consumidor que requiere protección, es aquel que carece de intenciones que apunten a que el bien o servicio continúe en su vida económica en actividades de fabricación, producción, distribución o prestación, de manera que quedan excluidos del concepto, el consumidor industrial o revendedor, ya que se hayan en el mercado en un nivel similar o próximo al del fabricante y compiten entre sí". STIGLITZ (Rubén) y STIGLITZ (Gabriel), Comentarios a la Ley de Defensa del Consumidor, Buenos Aires, Editorial JURIS-ROSARIO, 1993, p. 58.

INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.

ANEXO: DICTÁMENES Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

distribución o comercialización de un producto dirigido al mercado.

Si bien el artículo que se analiza impide catalogar como consumidor a la persona que reinserta el bien al mercado, establece una excepción en cuanto a ello. Esa excepción la constituye el caso del pequeño industrial o artesano que adquiera productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.

También se cataloga como consumidor a la persona que recibe información o propuestas para el consumo. Con ello se protege al consumidor, incluso, en la fase precontractual.

III.- EL COMERCIANTE COMO CONSUMIDOR:

El derecho del consumidor, positivizado en nuestro país por medio del artículo 46 de la Constitución Política y de la Ley para la Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, constituye una forma de intervención del Estado en la Economía. Como consecuencia de la expansión de la sociedad de consumo en la que nos encontramos insertos, el Estado consideró necesario intervenir en la economía con el fin de propiciar que el consumidor (que se supone es la parte débil de la relación) se encuentre en un estado de igualdad respecto al comerciante. (13)

Para ello, como hemos visto, mediante el ejercicio de la función legislativa, el Estado definió lo que debía entenderse por consumidores, y ofreció a esa categoría una serie de derechos exigibles frente al comerciante.

Al definir a las personas susceptibles de ser catalogadas como consumidores, la ley no contempló dentro de tales supuestos a los comerciantes, sino que, por el contrario, los excluyó implícitamente. (14) En ese sentido, puede afirmarse que el legislador partió del supuesto (no

(13) Sobre la necesidad de que el Estado intervenga en este sector de la economía, se ha indicado: "A partir del acuñamiento de esta nueva concepción humanista y solidaria, se reconoce la necesidad de la *intervención del Estado*, a través de soluciones legislativas, judiciales y administrativas, para que los contratos se conformen con el bien común, los principios esenciales de la justicia y el orden público, intentando con ello recomponer el equilibrio en el marco del interés social.- Si la igualdad entre los contratantes ha dejado de existir y el puro juego de la libertad contractual clásica, supone dejar a uno de los contratantes, el económicamente más débil, a merced del otro, el Estado debe intervenir para preservar el equilibrio. Desde esta perspectiva, el contrato no es ya sólo un asunto particular de los intervinientes en él, sino que en nuestra realidad ha pasado a ser una institución social, que no afecta únicamente los intereses de los contratantes; y entonces la sociedad, representada por el Estado, asume el control del contrato en sus aspectos fundamentales". STIGLITZ (Gabriel) y STIGLITZ (Rubén), Derechos y Defensa de los Consumidores, Buenos Aires, Ediciones La Rocca, 1994, páginas 27 y 28.

(14) La Sala Constitucional ha establecido que el concepto de consumidor no responde a razones técnicas ni

CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.

ANEXO:

DECRETOS Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

necesariamente cierto en todos los casos) de que los comerciantes se encuentran entre sí una situación de igualdad, igualdad que hace innecesaria intervención alguna por parte del Estado.

Nótese, incluso, que aún cuando se hacen excepciones a favor de los pequeños industriales y artesanos (los cuales, a pesar de no encajar dentro del concepto genérico antes analizado de consumidor, se les incluye en él por disposición expresa de la ley) esa excepción no existe a favor de los pequeños comerciantes, lo que denota, en alguna medida, que la ley no considera a estos últimos –ni siquiera a los más pequeños– necesitados de protección alguna.

Así, una persona que se dedique al comercio puede adquirir bienes con tres fines distintos: utilizarlos para su consumo privado final; utilizarlos en su negocio, para su consumo en procesos administrativos o de distribución o comercialización de productos, y; utilizarlos directamente para reinsertarlos al mercado mediante la reventa. Para ejemplificar esas tres hipótesis, es posible suponer que un comerciante adquiera llantas con tres objetivos básicos: utilizarlas en su automóvil personal; utilizarlas en un vehículo propiedad de la empresa, destinado a distribuir los bienes que comercializa, y, finalmente; utilizarlas con el objeto de revenderlas. En el ejemplo propuesto, el comerciante sólo puede ser catalogado como consumidor en relación con la primera compra realizada, pues en los dos restantes casos, su adquisición se relaciona directa o indirectamente con su actividad profesional.

Obsérvese que tratándose de la segunda compra reseñada (adquisición de llantas para vehículos de reparto) podría afirmarse que sí existe consumo final, pues la vida útil del bien se agota a lo interno de la empresa, sin que este último reingrese posteriormente al mercado. A pesar de ello, es claro que el bien fue utilizado con una finalidad empresarial y que formó parte de un proceso de comercialización, proceso en el cual –con excepción de los relacionados con pequeños industriales y artesanos– no existe acto de consumo. Asimismo, debe tenerse presente que aun cuando el bien se consumió físicamente, económicamente no sucedió lo

profesionales: "...es notorio que el consumidor se encuentra en el extremo de la cadena formada por la producción, distribución y comercialización de los bienes de consumo que requiere adquirir para su satisfacción personal, y su participación en ese proceso, no responde a razones técnicas ni profesionales, sino en la celebración constante de contratos a título personal. Por ello la relación en esa secuencia comercial es de inferioridad y requiere de una especial protección frente a los proveedores de los bienes y servicios, a los efectos de que previo a externar su consentimiento contractual cuente con todos los elementos de juicio necesarios, que le permitan expresarlo con toda libertad y ello implica el conocimiento cabal de los bienes y servicios ofrecidos. Van incluidos por los expresado, en una mezcla armónica, varios principios constitucionales, como la preocupación estatal a favor de los más amplios sectores de la población cuando actúan como consumidores, la reafirmación de la libertad individual al facilitar a los particulares la libre disposición del patrimonio con el concurso del mayor posible conocimiento del bien o servicio a adquirir, la protección de la salud cuando esté involucrada, el ordenamiento y la sistemación de las relaciones recíprocas entre los interesados, la homologación de las prácticas comerciales internacionales al sistema interno y en fin, la mayor protección del funcionamiento del habitante en los medios de subsistencia" Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, resolución n.º 1441-92 de las 13:45 horas del 2 de junio de 1992.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL
CLASE NO. 4: EL COMERCIANTE.**

**ANEXO:
DICTÁMENES Y OPINIONES JURÍDICAS DE LA
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA**

mismo, pues pasó a formar parte de un proceso comercial. Por ello, es posible afirmar que en el supuesto en estudio no existe consumo final en los términos previstos en nuestra legislación.

Sin duda alguna, el sistema que utiliza nuestra legislación para proteger a la parte más débil de la relación de consumo, no necesariamente logra en todos los casos ese objetivo. Lo anterior debido a que sólo protege a quien la ley califica rígidamente como consumidor (concepto del cual está excluido quien se dedique a cualquier actividad profesional con las excepciones indicadas) dejando de lado la tutela de situaciones en que existen desigualdades reales entre las partes contratantes.

V.- CONCLUSION:

Con fundamento en lo expuesto, esta Procuraduría arriba a las siguientes conclusiones:

- 1.- Una persona que se dedica a actividades mercantiles puede adquirir bienes básicamente con tres finalidades: utilizarlos para su consumo privado final; utilizarlos en su negocio, para su consumo en actividades administrativas o en procesos de distribución o comercialización de sus productos; utilizarlos directamente para reinsertarlos al mercado mediante el proceso de reventa.
- 2.- Únicamente cuando el comerciante actúa en el primero de los supuestos dichos (consumo privado final) puede catalogarse como "consumidor" en los términos previstos en el artículo segundo de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. En las otras dos hipótesis, el bien reingresa directa o indirectamente al mercado, por lo que no podría afirmarse válidamente que hubo consumo final.

Cordialmente;

Lic. Julio César Mesén Montoya
Procurador Adjunto