



# **INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**

**TEMA NO. 7:**

**EL CONSUMIDOR**

**POR:**

**ANA LUCÍA ESPINOZA BLANCO  
ESPECIALISTA EN DERECHO COMERCIAL**

**- 12 DE JUNIO DE 2018 -**

**CONTENIDO:**

## **XVI.- EVOLUCIÓN HISTÓRICO-JURÍDICA DE LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

§53.- Introducción. §54.- El Discurso del Ex Presidente John F. Kennedy. §55.- La Unión Europea. §56.- Las Directrices de la Organización de las Naciones Unidas. §57.- La Evolución en Costa Rica. §58.- A manera de Conclusión.

## **XVII.- LA NOCIÓN JURÍDICA DE “CONSUMIDOR”.**

§59.- La Noción Jurídica de “Consumidor”. §60.- ¿Todos somos Consumidores? Un Vistazo al Concepto de Consumidor en Costa Rica.

**BIBLIOGRAFÍA.**

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

**XVI.- EVOLUCIÓN HISTÓRICO-JURÍDICA DE LA DEFENSA  
DEL CONSUMIDOR**

“Podemos decir que la necesidad de proteger a los consumidores deriva de haberse advertido que la creciente vulnerabilidad de éstos en las relaciones económicas estaba poniendo en riesgo a la propia economía de mercado... Un consumidor fortalecido implica un mercado más sólido y dinámico.” (1)

**§53.- INTRODUCCIÓN**

El consumo humano ha producido problemas desde tiempos antiguos, de allí que se tomaran medidas para remediar el desequilibrio contractual existente, como por ejemplo, la protección que se otorgó en Roma al comprador frente a fraudes del vendedor.

Solo como ejemplo, nos indica Farina, (2) que en Francia, a mediados del siglo XIX, el 53% de la leche era adulterada, lo cual obligó al legislador francés a penalizar tal hecho mediante la Ley del 1 de agosto de 1905.

No obstante, no es sino hasta la segunda mitad del siglo XX, particularmente a partir de la década de los sesenta, que se empieza a otorgar una tutela específica y sistemática a favor del consumidor tanto en los Estados Unidos de América como en Europa.

Se trata de un proceso que se origina en los países industrializados, caracterizados por ser “sociedades de consumo” en las cuales se produce y contrata en masa (3) y en las cuales se consolidan grandes y poderosas empresas que compiten no solo en mercados locales sino también en los internacionales, y que se integran vertical y horizontalmente.

En palabras de Lasarte (4):

---

(1) FARINA, JUAN M., Defensa del consumidor y del usuario, Editorial Astrea, Buenos Aires, Argentina, primera reimpresión de la cuarta edición actualizada y ampliada, p. 7.

(2) Op. cit., p. 5, citando a Kemelmajer de Carlucci y Tavano de Aredes, p. 5.

(3) DE LEÓN ARCE, ALICIA, 1. El consumo como realidad social, económica y jurídica, en Derechos de los Consumidores y Usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios), Coordinado por Alicia de León Arce y Luz María García García, Valencia, España, Editorial Tirant Lo Blanch, 2007, Tomo I, p. 43.

(4) LASARTE ÁLVAREZ, CARLOS, Manual sobre protección de consumidores y usuarios, Ministerio de Sanidad y Consumo de España, Instituto Nacional del Consumo de España, Editorial Dykinson, S.L., Madrid, España, sne,

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**

**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

“La realidad es que a lo largo de la segunda mitad del siglo XX se han ido produciendo una serie de fenómenos económicos-sociales que han supuesto importantes cambios en la estructura del mercado.”

Satisfacer las necesidades lleva a las personas que viven en estas sociedades de consumo a la adquisición de bienes y servicios, pero también lo hacen el marketing y la publicidad, que crean necesidades.

A lo anterior se puede sumar la existencia de contratos predispuestos con condiciones generales abusivas que generan gran desequilibrio entre el consumidor y los empresarios comerciales e industriales muy poderosos, así como la existencia de productos defectuosos y de baja calidad, y daños irreversibles a personas y sus bienes ocasionados por los bienes no seguros.

El desequilibrio entre las partes contratantes se genera sobre todo “por razones de competencia e información” (5) que pone a los empresarios en una posición superior y que les permite imponer sus condiciones, y peor aún, alejarse de responder por los daños causados si se les aplica los principios de la responsabilidad por culpa.

El ordenamiento jurídico del siglo XIX no tuteló específicamente al consumidor y sí lo hizo con la libertad de empresa, que llega a desarrollarse en forma impresionante en los países industrializados.

Debido a lo anterior, los códigos civiles y comerciales se tornan incapaces de responder adecuadamente a la tutela del consumidor, y entonces, se llega a cuestionar, tanto el principio de la autonomía de la voluntad en los contratos, llegándose a un punto en que se entiende que la libertad no compatibiliza con la justicia; como el concepto de la responsabilidad por culpa en una sociedad que produce en masa y en la que es difícil probar la culpa en un sistema de producción de tal tipo; y la regulación sobre la competencia, que se fundamenta solamente en la protección de los intereses de los empresarios.

Paralelo a lo anterior, se da el fenómeno del surgimiento de asociaciones de consumidores cuya finalidad es la defensa de sus derechos, la cual realizan en muchos casos con gran éxito, por ejemplo, boicoteando productos peligrosos. (6)

---

2007, p. 12.

(5) DE LEÓN, *op. cit.*, p. 43.

(6) “...como en el caso del boicot internacional contra la carne de vaca tratada con estrógenos, promovido en 1980 por el Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC) y las principales asociaciones de consumidores de los países miembros de la CEE”, DE LEÓN, *op. cit.*, p. 46.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

Tenemos entonces que a partir de la década de los sesenta, se visualiza que hay tres actores muy importantes en el mercado: Los empresarios que producen bienes y suministran servicios; los consumidores individuales y las organizaciones de consumidores; y finalmente el Estado, que, en palabras del art. 50 de nuestra Constitución Política, ha de procurar "...el mayor bienestar a todos los habitantes del país..."

Esta posición modifica la forma en que se regula la competencia y la forma como se percibe al consumidor, como un agente en el mercado; todo lo anterior dentro del marco del así llamado Estado Social de Derecho.

Así es como se empieza a hablar de los "derechos del consumidor" y este empieza a tener y a arrogarse un rol más importante en el mercado, que el que había tenido antes.

La tutela de estos "derechos del consumidor" requiere la modificación de normas tradicionales en el derecho patrimonial, específicamente, en el derecho contractual, conforme lo dicho, sobre todo en cuanto a las condiciones generales de contratación pero sin obviar otros tópicos como la venta fuera del establecimiento mercantil, venta a plazos, etc.; en el derecho de la competencia, en el cual se ha instaurado un "modelo social" de regulación; y en el derecho de daños, estableciéndose una responsabilidad objetiva que en el caso de Costa Rica ha sido calificada de "especial" por la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia (7)

### **§54.- El Discurso del Ex Presidente John F. Kennedy**

En Estados Unidos se vino gestando un importante movimiento de defensa del consumidor que desembocó en un famoso discurso del Ex Presidente John F. Kennedy al que nos referiremos más adelante. Veamos:

En 1891 se crea en New York la primera Liga de Consumidores, que es el "germen de futuras asociaciones".

La creación de esta Liga coincidió con un libro de S. Chase y F. J. Schlink, un economista y un ingeniero, titulado "Your money's worth" en el cual requerían que el público consumidor tuviera acceso a las comparaciones realizadas por el Gobierno sobre los bienes a adquirir por parte suya.

Incluso el Sr. Schlink creó la agencia de nombre "Consumer's Research", que es la primera en dar información al consumidor, y que se financiaba con la revista mensual llamada "Consumer Bulletin"

---

(7) En tal sentido véase la Resolución 655-F-2007 de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

editada por la propia asociación, en la cual se publicaban los resultados de las comparaciones dichas sobre calidad y precio de los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En 1936 se crea la “Consumer’s Union of United States”, asociación de consumidores de carácter estatal.

En 1957 el libro de V. Packard denominado “The Hidden Persuaders”, señala que los consumidores son manipulados por las empresas en su propio provecho.

Los movimientos surgidos y la nueva percepción sobre el tema del consumidor dan así origen a la “Federal Trade Commission”, agencia estatal cuya función era la de controlar la competencia y la actividad productiva.

En 1960 el entonces candidato presidencial Kennedy prometió una serie de iniciativas para promoción de los derechos del consumidor; pero el punto culminante del movimiento, conforme lo dicho, es el discurso que el ya Presidente Kennedy da al Congreso de los Estados Unidos el 15 de marzo de 1962.

Allí pronuncia su famosa frase **“TODOS SOMOS CONSUMIDORES”** y agregó:

“Somos el grupo económico más grande en el mercado, que afecta y es afectado por casi todas las decisiones económicas públicas y privadas... pero es el único grupo importante cuyos puntos de vista a menudo no son escuchados.”

Además, agregó los así llamados **“DERECHOS DEL CONSUMIDOR”**, a saber:

**“El derecho a la seguridad** –ser protegidos contra el marketing de productos que son peligrosos para la salud o la vida-.

**El derecho a ser informado** –ser protegidos contra la información, publicidad o etiquetado que sean fraudulentos, dolosos o groseramente engañosos, o de otras prácticas, y que se sean entregados los datos que necesita para realizar una elección informada-.

**El derecho a elegir** –asegurarle, cuando sea posible, el acceso a una variedad de productos y servicios a precios competitivos; y en aquellas industrias en las que la competencia no es posible y la regulación del gobierno la sustituye, el aseguramiento de una calidad satisfactoria y un servicio a precio justo-.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

**El derecho a ser escuchado** –asegurar que los intereses de los consumidores recibirán una consideración amplia y benévola en la formulación de las políticas del gobierno y un trato justo y expedito en las instancias administrativas-.

Para promover la total concreción de estos derechos de los consumidores, es necesario que los actuales programas del gobierno sean fortalecidos, que se mejore la organización del gobierno y, en ciertas áreas, se apruebe nueva legislación.” (8)

Son pues, cuatro los derechos citados por el Ex Presidente Kennedy: Derecho a la seguridad, derecho a la información, derecho a la elección y derecho a la audiencia.

Ha de citarse finalmente al abogado **RALPH NADER**, reconocido activista de los derechos del consumidor, quien en 1965 ganó una demanda contra la General Motors por un problema de seguridad que presentaban sus carros del modelo Corvaire. Incluso llegó a publicar un libro, que alcanzó el rango de best seller, denominado “Unsafe at Any Speed” en el cual declara que muchos de los vehículos de la industria norteamericana, sobre todo los de la General Motors, son esencialmente inseguros.

### **§55.- LA UNIÓN EUROPEA**

Al igual que en Estados Unidos, el movimiento de protección al consumidor surge en Europa en la década de los sesenta, y se consolida en los 80.

Al decir de Lasarte, “En la política comunitaria de protección a los consumidores se distinguen claramente dos fases, una primera, que se corresponde con la etapa inicial de la Comunidad Europea, donde prima en todos los aspectos (institucional y jurídicamente) la producción y distribución de bienes económicos; y una segunda fase, caracterizada por una mayor preocupación en relación con la calidad de vida”. (9)

En la primera fase lo importante era facilitar el ejercicio de las libertades económicas garantizadas en el Tratado de Roma de 1957, a saber, la libre circulación de las personas, de capitales, de mercancías y de servicios; no hay mención expresa a la tutela de los derechos del consumidor.

---

(8) DE LEÓN, *op. cit.*, p. 51.

(9) LASARTE, *op. cit.*, p. 15.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

Farina (10) nos refiere, por el contrario, que se estima que el Tratado de Roma generó, en forma indirecta el nacimiento de la defensa del consumidor, al limitar los kartells y regular los abusos de la posición dominante en el mercado de las empresas.

Lasarte (11) tiene una idea similar a la de Farina, para él la tutela del consumidor se origina en la normativa sobre la libre competencia, incluso, de forma tangencial, ya que las medidas de fomento de la libre competencia tendientes a una mayor cantidad de ofertas y al impedimento de acuerdos restrictivos o prácticas monopolísticas según la Ley 7472, acabó beneficiando en temas como el precio y la calidad, tanto de bienes como de servicios.

No podemos compartir la posición de los Profesores Farina y Lasarte, toda vez que ese “nacimiento indirecto” no es realmente buscado como tal, la defensa del consumidor debe tener a este como sujeto directo e inmediato, no como un fin secundario de la defensa de la competencia.

Ahora bien, según lo dicho, a mediados de los años 70 se vira y se tiende más hacia objetivos relacionados con la calidad de vida, particularmente, la protección de los derechos de los consumidores.

En 1986, en el Acta Única Europea, que reforma al Tratado de Roma, se regula por primera vez en forma expresa a los consumidores, específicamente en el art. 100 A.3, el cual establece expresamente:

“La Comisión, en sus propuestas previstas en el apartado I referente a la aproximación de las legislaciones en materia de salud, seguridad, protección del medio ambiente y protección de los consumidores, se basará en un nivel de protección elevado.”

Pero es hasta 1992, con el Tratado de Maastricht, que se adiciona al Tratado de la Comunidad Europea dos menciones de la política de protección de los consumidores, en el art. 3 y en el Título XI, denominado “Protección de los Consumidores”, art. 129 A, siendo este último muy amplio y con el cual, se dice, se “implanta” la política de protección de los consumidores. (12)

En 1997, el Tratado de Amsterdam modifica al Tratado de la Comunidad Europea, modificando el número del art. 129 A, que pasa a ser el art. 153 y que ahora pasa a enumerar expresamente los derechos del consumidor:

---

(10) Op. cit., p. 6.

(11) **LASARTE**, op. cit., p. 16.

(12) **LASARTE**, op. cit., p. 18.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

“1. Para promover los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección, la Comunidad contribuirá a proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, así como a promover su derecho a la información, a la educación y a organizarse para salvaguardar sus intereses.”

Finalmente cabe señalar que en el Proyecto de Constitución Europea, firmado en Roma en 2004, el cierre del Título VI (Solidaridad) de la “Carta de Derechos Fundamentales de la Unión”, se hace “con la aseveración de que “en las políticas de la Unión se garantizará un nivel elevado de protección de los consumidores” (art. II-98).” (13)

**§56.- LAS DIRECTRICES DE LA  
ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS**

La Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, en su Sesión Plenaria del 9 de abril de 1985, aprobó por unanimidad las “**DIRECTRICES DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**”, con la cual se reconocen siete derechos básicos para el Consumidor, directrices que han sido muy efectivas y que fueron ampliadas en 1999 para incluirles el objetivo de promoción de modalidades sostenibles de consumo.

Así, los derechos de los consumidores, según las directrices dichas, son siete, a saber:

**1. DERECHO A LA INFORMACIÓN.** La publicidad, las etiquetas, los precios, las instrucciones de uso, las garantías y, en general, toda la información de los productos y servicios que le ofrezcan al consumidor debe ser oportuna, completa, clara y verdadera, para que pueda elegir sabiendo qué está comprando.

**2. DERECHO A LA EDUCACIÓN.** El consumidor puede y debe recibir educación en materia de consumo, conocer sus derechos, y saber de qué forma lo protege la ley, así como organizarse con otros consumidores para tomar cursos o talleres que le enseñen a consumir de manera inteligente.

**3. DERECHO A ELEGIR.** El consumidor puede escoger los productos y servicios que más le convengan sin que nadie le presione, le condicione la venta de lo que quiere a cambio de comprar algo que no desea, o le exija pagos o anticipos antes de haber firmado un contrato.

**4. DERECHO A LA SEGURIDAD Y CALIDAD.** Los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado deben cumplir con las normas y disposiciones en materia de seguridad y calidad; asimismo, las

---

(13) Idem, p. 19.



**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

instrucciones deben incluir las advertencias necesarias y explicar claramente el uso recomendado de los productos.

**5. DERECHO A NO SER DISCRIMINADO.** Si usted decide adquirir un producto o acceder a un servicio, nadie puede discriminarle por tener alguna discapacidad, ni tampoco por su sexo, raza, religión, condición económica, nacionalidad o cualquier otro motivo.

**6. DERECHO A LA COMPENSACIÓN.** Cuando los proveedores de bienes y servicios no cumplan con lo prometido, el consumidor tiene derecho a que se le compense, ya sea devolviéndole su dinero, reduciendo el precio del producto, reparándolo sin costo alguno o lo que proceda según el caso.

**7. DERECHO A LA PROTECCIÓN.** Si los proveedores no respetan sus derechos, el consumidor puede ser defendido por las autoridades y exigir la aplicación de las leyes. También tiene derecho a organizarse con otros consumidores para defender intereses comunes.”

Estas directrices si bien no son de obligatorio acatamiento sí han sido un parámetro vital, de carácter mundial, a seguir.

**§57.- LA EVOLUCIÓN EN COSTA RICA**

Actualmente la tutela jurídica del consumidor en Costa Rica la realiza básicamente la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley 7472 de 20 de diciembre de 1994, y su reglamento, el Decreto Ejecutivo 37899 de 8 de julio de 2013.

Estas regulaciones se adscriben, sin ninguna duda para nosotros, dentro de la corriente más moderna de tutela del consumidor, conforme la directriz de la ONU y los desarrollos de las legislaciones y doctrina extranjeras.

Hasta donde sabemos, la regulación del consumidor en esta ley fue redactada por juristas argentinos, específicamente los hermanos Stitglitz, pero este conocimiento no lo tenemos confirmado por fuentes escritas.

Antes de la Ley 7472, regía la Ley de Protección al Consumidor, Ley 5665 de 28 de febrero de 1975, que si bien no tenía una tutela sistemática del consumidor, tiene el mérito de ser la primera regulación específica sobre el tema. (14)

---

(14) ALPÍZAR RODRÍGUEZ, RUTH, ANA MARÍA LÓPEZ RETANA Y RODRIGO BRENES VARGAS, La contratación desde la perspectiva del consumidor, Investigaciones Jurídicas S.A., San José, 1 Edición, 2005, p. 73.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

Al igual que ha venido ocurriendo en las legislaciones occidentales, las regulaciones sobre el consumidor venían siendo dispersas y relacionadas sobre todo con la prohibición y sanción de fraudes. Siguiendo a Fiorella Bulgarelli (15), señalamos los siguientes cuerpos normativos:

1. **CÓDIGO GENERAL DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA, CONOCIDO COMO CÓDIGO DE CARRILLO**, DE 1841: Castigaba a los comerciantes que cometían fraudes como vender mercadería falsificada o alterar pesas y medidas.
2. **CÓDIGO PENAL Y CÓDIGO DE POLICÍA**, de 1941: Penalizó la falsificación de sustancias en cuanto a su cantidad y calidad, y la propaganda desleal; y ordenaba sacar del mercado los productos referidos del mercado.
3. **LEY DE ABASTOS, LEY 51 DE 13 DE JULIO DE 1932**: Dictada durante la época de depresión de los años 30, sancionó prácticas monopolísticas, y lo hizo con mayor rigurosidad cuando tenía por objeto productos de primera necesidad (alimentación, vestido, vivienda, y alumbrado). Además, "...introdujo la prisión preventiva para los casos de acaparamiento y finalmente, eliminaba los convenios que limitaran la producción de artículos de consumo". (16)
4. **LEY DE SUBSISTENCIA, LEY 6 DE 21 DE SETIEMBRE DE 1939**: Dictada durante la Segunda Guerra Mundial, su finalidad fue permitir que las clases pobres pudieran adquirir artículos básicos y permitía al gobierno vender bienes de primera necesidad a un precio mínimo; además de que agregó sanciones más fuertes a la Ley de Abastos "como el cierre de negocios y cancelación de patentes". (17)
5. **LEY DE CREACIÓN DE LA OFICINA DE DEFENSA ECONÓMICA, LEY 206 DE 30 DE AGOSTO DE 1944**: Esta ley también fue dictada durante la Segunda Guerra Mundial, creó la Oficina de Defensa Económica para que recomendara medidas económicas obligatorias para controlar la economía del país, regular el precio de la gasolina, fijar los precios de artículos importados y estableció que los extranjeros que la incumplieran fueran expulsados o que se cancelara su naturalización.
6. **LEY DE DEFENSA ECONÓMICA, LEY 57 DE 26 DE MARZO DE 1945**: Complementó la ley anterior, estableció una lista de oficial de los productos de primera necesidad que debía estar siempre en lugar visible, definió las funciones de la Oficina de Defensa Económica, creó la figura

---

(15) Citada por los autores, **ALPÍZAR ET AL**, *op. cit.*, p. 74.

(16) **ALPÍZAR ET AL**, *op. cit.*, p. 74.

(17) *Idem*, p. 75.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

del inspector cuya declaración dotó de plena prueba, reguló los procedimientos para formular denuncias y su tratamiento, y reguló muchas contravenciones.

7. **LEY GENERAL DE SALUD Y LEY ORGÁNICA DEL MINISTERIO DE SALUD:** Establece que la salud y el ambiente son valores fundamentales de los consumidores, y regula aspectos tales como la propaganda y el etiquetaje de los medicamentos.
8. Con la **LEY DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR** se da, como se ha dicho, la primera regulación especial sobre el Consumidor. En ella se establecía la fijación de precios por la vía de regular los porcentajes de utilidad y los precios máximos para bienes y servicios; además introdujo normas sobre la publicidad engañosa y mantuvo las sanciones ya establecidas.
9. En este recuento no puede dejar de citarse la **LEY ORGÁNICA DE LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA** que en su artículo tercero dispuso que la Procuraduría debía resguardar los intereses de los consumidores, pero esta disposición no llegó a tener aplicación práctica.
10. En 1983 se creó la **COMISIÓN COORDINADORA DE LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**, para orientar las acciones administrativas, civiles y penales para la protección del consumidor.
11. En la **LEY DE PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD SOCIAL DE LA MUJER**, Ley 7142 de 8 de marzo de 1990, se creó la Defensoría del Consumidor, sin embargo la figura desapareció, no con la Ley 7472 actual, como señalan Alpízar, López y Brenes (18) sino con la Ley que creó la Defensoría de los Habitantes.
12. La **LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR**, Ley 7472 de 20 de diciembre de 1994, es el texto vigente a cargo de la tutela del consumidor en Costa Rica.
13. Finalmente, en 1996, por la Ley 7607 de 29 de mayo, se reformó la **CONSTITUCIÓN POLÍTICA** para incorporar como un derecho fundamental el de la tutela del consumidor, lo cual se hizo en los siguientes términos en el art. 46, último párrafo:

“Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará esas materias.”

---

(18) Idem, p. 77.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

La tutela del consumidor tiene, entonces, carácter de derecho constitucional en Costa Rica.

**§58.- A MANERA DE CONCLUSIÓN**

De igual forma que iniciamos este trabajo con una cita de Farina, concluiremos esta parte con otra cita del mismo autor que a su vez cita a Benjamín (19):

“Fácil es advertir, pues, que “el movimiento consumerista no es una “revuelta” contra el mercado; al contrario, es una corriente en favor del mercado. Pero para que así sea, se impone la corrección de los desvíos –market failures- que amenazan la confiabilidad y estabilidad de las relaciones de intercambio. De allí el imperativo de revisión profunda de todo el modelo jurídico que, directa o indirectamente fomentó, permitió o simplemente legitimó tales fallas económicas”.

**XVII.- LA NOCIÓN JURÍDICA DE “CONSUMIDOR”**

**§59.- LA NOCIÓN JURÍDICA DE “CONSUMIDOR”**

El concepto de consumidor, como otros tantos en el derecho comercial, no tiene su origen en una reflexión jurídica sino en la ciencia económica y hasta en la sociológica, y eso plantea problemas a nivel jurídico.

En un sentido muy general, y tautológico también, se ha de decir que un consumidor es alguien que consume bienes y servicios; pero lo que es esencial es la consideración de que es un sujeto que suele estar en posición de desventaja frente al productor y en general, frente a todos los sujetos que hacen posible que tales bienes y servicios lleguen a sus manos, y que tal situación de desventaja hace que deba ser protegido de manera especial por el Estado toda vez que los códigos privados no pueden responder a sus necesidades. (20)

En efecto, los códigos decimonónicos se basan en la idea de la autonomía de la voluntad y de la

---

(19) Protección del Consumidor y Patentes, JA, 1994-III-689, citado por FARINA, *op. cit.*, pp. 7-8.

(20) LASARTE, *op. cit.*, p. 56, y en igual sentido, GARCÍA VICENTE, JOSÉ RAMÓN, §10. La contratación con consumidores, en Tratado de Contratos, dirigido por Rodrigo Bercovitz Rodríguez-Cano, Editorial Tirant Lo Blanch, Valencia, España, sne, 2009, Tomo II, p. 1449.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

igualdad abstracta de las partes que en materia contractual tiene como consecuencia la idea de la responsabilidad negocial y la de que "...el resultado del contrato es justo porque es querido". (21)

Se trata de crear un desequilibrio jurídico para crear equilibrio material, eliminando disfunciones de la economía.

"Sin embargo, pese a que "todos somos consumidores", no todos necesitamos de protección especial o al menos en todas las situaciones.

Por esa razón se han desarrollado diferentes criterios dirigidos a determinar cuáles son los que necesitan de tutela, y específicamente en el ámbito legal, qué sujetos pueden considerarse como tales para sus efectos." (22)

Veamos los diferentes conceptos que se han delimitado:

En un **CONCEPTO SOCIOECONÓMICO**, el consumidor es aquel sujeto del mercado que "...adquiere bienes o usa servicios para destinarlos a uso propio o de sus familiares" (23)

Se trata de un destinatario final que no reintroduce los bienes y servicios que adquiere o usa para reinsertarlos de nuevo al mercado, con lo cual se hace con su "valor de uso", por eso se dice que es un "destinatario final", participante en la parte final del proceso económico.

El empresario adquiere los bienes y servicios, para utilizar su "valor de cambio", incorporándolos en un nuevo proceso de producción para recuperar lo invertido y ganar, produciendo así nuevos valores de cambio. (24)

En un **CONCEPTO SOCIOLÓGICO**, el consumidor es aquel sujeto que adquiere bienes y servicios para utilizarlos de manera inmediata o continuada, sin importar si es para uso propio o de sus familiares.

Además, se entiende que los consumidores no son un grupo homogéneo puesto que si bien hay algunos que no tienen suficiente información ni recursos, hay otros que sí los tienen; aparte, se señala que los grupos de población que no tienen ni para cubrir sus necesidades básicas no pueden ser

---

(21) GARCÍA, *op. cit.*, p. 1450.

(22) ALPÍZAR ET AL, *op. cit.*, p. 59.

(23) ALPÍZAR ET AL, *op. cit.*, pp. 58 y 58; y LASARTE, *op. cit.*, p. 55.

(24) LASARTE, *op. cit.*, p. 55.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

considerados consumidores.

En un **CRITERIO SUBJETIVO**, el consumidor es una persona, y esto hace surgir la discusión sobre si las personas jurídicas pueden o no ser consideradas consumidores.

En este punto, hacemos nuestras las palabras de Alpízar, López y Brenes (25):

“Pese a seguirse en varios ordenamientos un criterio restrictivo, son diversos y cada vez más los autores que consideran las personas jurídicas son dignas de protección como consumidores, pues en numerosas ocasiones están en posición de inferioridad, al igual que las físicas.”

El Derecho Comunitario, por ejemplo, excluye a las personas jurídicas de la definición de consumidor. (26)

En un **CRITERIO OBJETIVO**, el consumidor es aquél que realiza un acto de consumo por contraposición con el acto profesional del empresario que adquiere bienes y servicios para hacerlos formar parte del proceso productivo.

El acto de consumo será entonces aquella adquisición de bienes o servicios que no tengan por destino ser utilizados en la industrialización o fabricación de otros bienes, o en la comercialización o prestación de servicios a terceros. (27)

De hecho, la definición de Consumidor contenida en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, de España definió que “...son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o empresarial.” (28)

---

(25) Op. cit., p. 61.

(26) **GARCÍA VICENTE**, op. cit., p. 1453 y **FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, PABLO**, El concepto de consumidor en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en El Derecho Mercantil en el Umbral del siglo XXI, Libro Homenaje al Prof. Dr. Carlos Fernández-Novoa en su octogésimo cumpleaños, Editorial Marcial Pons, Madrid, primera edición, 2010, p. 552.

(27) En ese sentido, ver **VILLEGAS, CARLOS GILBERTO**, Contratos Mercantiles y Bancarios, Edición del Autor, Buenos Aires, Argentina, primera edición, 2005, Tomo I, Contratos Mercantiles, p. 79

(28) **FERNÁNDEZ**, op. cit., p. 545. Dicho Texto Refundido se promulgó mediante el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, publicado en el BOE 287 de 30 de noviembre de 2007.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

En un **CRITERIO ABSTRACTO**, el consumidor es un término que se “equipara a ciudadano” (29) que “aspira a tener una adecuada calidad de vida” (30) y está relacionado con la defensa de intereses generales sin atención a particulares actos de consumo.

En un **CRITERIO CONCRETO**, el consumidor es el sujeto que en particular participa en un determinado acto de consumo y obtiene derechos por ello. (31)

En un **CRITERIO JURÍDICO**, el consumidor es el que adquiere el bien o servicio.

En un **CRITERIO MATERIAL**, el consumidor es quien utiliza, usa o disfruta el bien o servicio. Estos dos criterios coinciden cuando una persona compra y usa un bien, por ejemplo.

“El consumidor jurídico, podrá ejercitar los derechos, garantías y acciones derivados de la adquisición, relativos a las condiciones generales de la contratación, defectos o vicios derivados del contrato, etc.; en tanto el consumidor material, podrá ejercitar los derechos, garantías y acciones derivados de la utilización, uso o disfrute, como sanidad, seguridad y responsabilidad por daños.” (32).

En un **CRITERIO AMPLIO**, el consumidor es toda persona que contrata con el objeto de consumir cualquier bien o servicio, independientemente de que sea para su uso o el de su familia, con lo cual se incluye la posibilidad de la reventa.

En un **CRITERIO ESTRICTO**, el consumidor es aquel que adquiere bienes o servicios para uso personal o de su familia, con lo cual se excluye la reventa y la profesionalidad.

También se suele hablar de **CONSUMIDOR FINAL**, o sea, del destinatario final de bienes y servicios, quedando por fuera aquellos que adquieren bienes o servicios para reintroducirlos en los procesos productivos.

Consecuentemente, el **CONSUMIDOR MEDIO** será aquél que sí reintroduce los bienes y servicios adquiridos, en posteriores procesos productivos.

---

(29) ALPÍZAR ET AL, *op. cit.*, p. 62.

(30) FERNÁNDEZ, *op. cit.*, p. 546.

(31) LASARTE, *op. cit.*, p. 63.

(32) ALPÍZAR ET AL, *op. cit.*, p. 62; no obstante, LASARTE, *op. cit.*, p. 64 nos dice que esta distinción sobre los derechos a ejercer por uno y por otro, sufre cada día más excepciones.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

Lo que sí es claro es que el legislador parte de un concepto inspirado en la idea de inferioridad más no por ello se debe considerar al consumidor un iluso o un irreflexivo, de hecho se afirma que en Europa a nivel jurisprudencial “...se ha trazado el prototipo de “consumidor medio europeo”, definiéndolo como un “consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz”.” (33)

Lo anterior nos da una idea sobre el papel que la jurisprudencia ha de jugar en esta materia: Adecuando la legislación a la realidad en el caso concreto.

**§60.- ¿TODOS SOMOS CONSUMIDORES?**  
**UN VISTAZO AL CONCEPTO DE CONSUMIDOR EN COSTA RICA (34)**

Que ser consumidor “nos incluye a todos” lo dijo el ex-presidente John F. Kennedy, lo dijo el 15 de marzo de 1962 en un discurso al Congreso de los Estados Unidos de América, y desde un punto de vista sociológico probablemente sea cierto que todos lo somos, pero desde un punto de vista jurídico ciertamente no lo es.

**A. LA CUESTIÓN.**

El fundamento más importante de la protección jurídica al consumidor es la consideración de que usualmente se encuentra en una situación de desigualdad frente a la contraparte que usualmente, también, es un comerciante con experiencia, conocimiento y sobre todo, con mayores recursos económicos; resultado de lo cual, el consumidor puede acabar siendo injustamente perjudicado en sus relaciones de consumo.

De hecho, el discurso del ex-presidente Kennedy continuaba así:

“Somos el grupo económico más grande en el mercado, que afecta y es afectado por casi todas las decisiones económicas públicas y privadas... pero es el único grupo importante cuyos puntos de vista a menudo no son

---

(33) FERNÁNDEZ, *op. cit.*, p. 550.

(34) Publicado como Capítulo XVII del **Libro Homenaje al Profesor Alfredo Morles Hernández**, coordinado y compilado por Astrid Uzcátegui Angulo y Julio Rodríguez Berrizbeitia, Universidad Católica Andrés Bello, Universidad de Los Andes, Universidad Central de Venezuela, Universidad Monteávila, Academia de Ciencias Políticas y Sociales; Caracas, Venezuela, primera edición, 2012, Tomo I, Temas generales de Derecho Mercantil, pp. 697-716.



**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

escuchados.” (35)

La solución a tal desequilibrio material suele ser la creación, por llamarlo de alguna manera, de un desequilibrio legal que corrija al primero.

Esta consideración del consumidor como la parte más débil de la relación de consumo, que, en consecuencia, requiere de una acción efectiva del Estado para equilibrar la relación, es, a nuestro criterio, la fuente material más importante del así llamado “derecho del consumidor”.

La cuestión, desde el punto de vista jurídico, es definir o dar un concepto de “consumidor” que sirva como centro de imputación de tal protección, incluyendo los derechos y obligaciones de tal consumidor y de su contraparte.

Como es fácil anticipar, la tarea de dar esa definición o concepto no es sencilla. Los esquemas jurídicos suelen ser muy formales y particularmente predispuestos a los fenómenos ya conocidos y regulados, pero no a los nuevos fenómenos y es igual con la forma de pensar de muchos operadores del derecho; aunque tal vez la dificultad mayor está en que, si “todos somos consumidores” la regulación perdería sentido por su amplitud y necesaria vaguedad.

En definitiva, es necesario elegir quiénes, entre todos, deberían ser considerados consumidores para los efectos de la ley.

El propósito de este trabajo es analizar la definición de consumidor que ha establecido en Costa Rica la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley 7472 de 20 de diciembre de 1994, en adelante citada solamente como la Ley 7472; y, sobre todo, analizar la forma en que la misma ha venido siendo interpretada y aplicada en nuestro país.

Podemos anticipar, eso sí, que creemos que su interpretación y aplicación está dejando por fuera a personas que en sus relaciones contractuales de derecho privado tienen la misma posición de desventaja de que hemos venido hablando, exclusión que sistemáticamente se ha venido haciendo sobre la base de consideraciones formales que, en esta materia, no deberían tener cabida. Veamos.

**B.- EL CONCEPTO DE “CONSUMIDOR” EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO  
COSTARRICENSE Y SU INTERPRETACIÓN Y APLICACIÓN EN LA PRÁCTICA.**

En este punto trataremos dos aspectos, por una parte, el concepto de “consumidor” conforme está

---

(35) [www.mujer actual.com](http://www.mujer actual.com)

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

regulado en el ordenamiento jurídico costarricense, lo cual haremos con un vistazo cronológico, o sea, según las diversas regulaciones fueron surgiendo hasta llegar a la ya referida disposición de la Ley 7472; y, por otra parte, la forma en que dicho concepto está siendo interpretado y aplicado en Costa Rica.

**B-1.- EL “CONSUMIDOR” EN EL  
ORDENAMIENTO JURÍDICO COSTARRICENSE.**

Si bien en Costa Rica se promulgó en 1975 una “Ley de protección al consumidor”, Ley 5665 de 28 de febrero del año indicado, en adelante citada solamente como Ley 5665, la misma no identificó a quién se debía considerar como consumidor.

En efecto, el eje central de esta ley estaba, más bien, en la regulación de las atribuciones del Ministerio de Economía, Industria y Comercio relacionadas, por una parte, con la fijación de precios oficiales a los bienes y servicios “necesarios para la producción y el consumo nacional” y, por la otra parte, con la obligación de dicho Ministerio de “procurar su adecuado abastecimiento y distribución”.  
(36)

Antes de esta Ley hubo disposiciones que podrían calificarse, sin ningún temor, como de protección al consumidor, pero que no son de interés en este trabajo, primero, por no regular el concepto de consumidor; segundo, por no consistir, realmente, en una regulación sistemática de la protección del consumidor; y tercero, por estar derogadas en su gran mayoría. (37)

Cronológicamente hablando, el primer antecedente relacionado directa y claramente con el concepto de consumidor, desde la perspectiva planteada de parte débil de la relación de consumo, y aún más según la misma resolución agregó, como habitante de la República que busca satisfacer necesidades personales y de subsistencia, es una resolución de 1992 emitida por la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia.

Nos referimos al Voto 1441 de las 15:35 horas del 2 de junio de 1992. En él, sobre la base de que Costa Rica tiene plasmada en su Constitución Política un Estado Social de Derecho que tiene normas

---

(36) Así lo disponía expresamente su primer artículo.

(37) Nos referimos a los textos que se dirán, conforme son citados por **Alpízar, Ruth et al**, en **La Contratación desde la Perspectiva del Consumidor. (La Compraventa de Consumo)**, Investigaciones Jurídicas S.A., San José, Costa Rica, Primera Edición, 2005, pp. 74-77: Código General de la República de Costa Rica, conocido como Código de Carrillo; Código Penal y de Policía de 1941; Ley de Abastos, Ley 51 de 13 de julio de 1932; Ley de Subsistencia, Ley. 6 de 1939; Ley de Creación de la Oficina de Defensa Económica; Ley de Defensa Económica; Ley General de Salud, Ley Orgánica del Ministerio de Salud; Ley Orgánica de la Procuraduría General de la República; Comisión Coordinadora de la Protección al Consumidor, de 1983; y Ley de Promoción de la Igualdad Real de la Mujer.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

inderogables en protección de ciertas minorías, la Sala Constitucional sentenció:

**“CONSIDERANDO II:** ...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 este proceso, no responde a razones técnicas ni profesionales, sino en la celebración constante de contratos a título personal. Por ello su 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 que de 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 lo 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 conocimiento posible del bien o servicio a adquirir, la protección de la salud cuando esté involucrada, el ordenamiento y la sistematización 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.” (El subrayado de partes del texto citado lo ha hecho la autora de este artículo para dar énfasis a esas partes).

Cabe resaltar que la anterior resolución, por imperio del art. 13 de la Ley de la Jurisdicción Constitucional, Ley 7135 de 11 de octubre de 1989, es jurisprudencia vinculante erga omnes, salvo para la propia Sala, que a hoy no ha modificado su criterio; y cabe agregar que, de hecho, la misma es reiteradamente citada en los fallos de tribunales y de las salas de casación, y también por la Procuraduría General de la República en el informe, vinculante también, al que nos referiremos más adelante.

Para quien esto escribe lo más significativo de la resolución no es tanto su contenido, que es relevante per se, desde luego, sino el hecho de que para el momento de su emisión lo que estaba vigente en Costa Rica era la vieja Ley de Protección al Consumidor, Ley 5665, que, como se ha expresado, no contenía una definición de consumidor y más bien reglaba atribuciones del Ministerio de Economía, Industria y Comercio en punto a fijación de precios, y abastecimiento y distribución de bienes y servicios.

La relevancia e importancia de esta resolución de la Sala Constitucional está, entonces, fuera de toda

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

duda; bien podría afirmarse que la misma fijó las bases de la posterior regulación legislativa del concepto de consumidor en Costa Rica y también, y sobre todo, de su interpretación y aplicación.

Luego de esta resolución se emite la Ley 7472, que entró en vigencia el 19 de enero de 1995. Esta ley sí incluye una definición expresa o concepto de “consumidor”, lo hace en su artículo 2 y en los siguientes términos:

**“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.”

El concepto de consumidor anteriormente transcrito no contiene, sin embargo, la referencia a que el consumidor sea la parte más débil de la relación de consumo, pero no debe contenerla, esa es su fuente material, la idea que lo sustenta y justifica, y no es dable que se incorpore en los textos legales. El intérprete y en general el operador del derecho, son los encargados de delimitarla con base en el contenido de tales textos legales, siguiendo las reglas de interpretación aceptadas.

Desgraciadamente la Ley 7472 fue aprobada por la Asamblea Legislativa de Costa Rica sin que hubiera mayor discusión, dejándonos ayunos de una importante fuente documental que sirviera para interpretarla y en su caso integrar los puntos omisos, tal y como lo permite y exige, a la vez, el art. 10 del Código Civil costarricense, conforme al cual, las normas se interpretarán según el sentido propio de sus palabras, en relación con el contexto, los antecedentes históricos y legislativos y la realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas, atendiendo fundamentalmente al espíritu y finalidad.

En el caso que nos ocupa, cabe señalar, eso sí, que toda la regulación de la Ley 7472, de tutela del consumidor, está relacionada con la fuente material ya indicada del así llamado “derecho del consumidor”, puesto que en ella se revela un esfuerzo sistemático del legislador por equilibrar jurídicamente, la posición de desigualdad material en que se encuentra el consumidor en sus relaciones de consumo, dotándolo al efecto de derechos y mecanismos legales que, fuera de este campo no tendrían justificación, y en los que, que dada la finalidad de este trabajo, no es menester ahondar.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

Para quien esto escribe, entonces, la definición legal costarricense de consumidor, se basa en la reiterada idea de que el consumidor es la parte débil de la relación de consumo y que como tal, goza de una especial protección del Estado.

No obstante, también para quien esto escribe, la definición legal de consumidor no nos refiere, ni expresa, ni tácitamente en conjunción con el resto de la Ley 7472, ni del restante ordenamiento jurídico, a alguien que solo busca satisfacer necesidades personales y de subsistencia; considerar lo contrario sin mayor análisis es, siempre en nuestro criterio, el origen de una injustificada discriminación en nuestro medio, la cual iremos evidenciando a lo largo de este trabajo.

La más clara demostración de que el legislador no se propuso regular solamente a alguien que solo busca satisfacer necesidades personales y de subsistencia, está en el hecho de que también se considere consumidor a “entidades de hecho o de derecho”.

Ahora bien, posterior a la promulgación de la Ley 7472, se reforma parcialmente la **Constitución Política de Costa Rica** para incluir un **párrafo al final de su art. 46**, artículo en el cual se establece la tutela de la libertad de empresa. La reforma se hizo mediante la Ley 7607 de 29 de mayo de 1996 y el párrafo lo que incluye es la tutela del consumidor, lo cual hace en los siguientes términos:

“Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará estas materias.” (El subrayado de parte del texto citado lo ha hecho la autora de este artículo para dar énfasis a esa parte).

Nótese que el texto adicionado al art. 46 constitucional hace referencia a “consumidores” y a “usuarios”, siendo que la expresión de “usuario” se suele referir a la utilización de servicios; pero la Ley 7472 no contiene una definición de usuario, sino solo la de consumidor ya expresada y, como ha podido verse, incluye al sujeto que utiliza servicios; de modo que, aunque la Constitución Política refiere dos conceptos separados, el régimen legal conserva, aún hoy, uno solo, el de consumidor, en los términos de la Ley 7472.

Pero lo más importante del párrafo adicionado al art. 46 constitucional, para los efectos de este trabajo, es el concepto de que los consumidores tienen derecho a un **trato equitativo**.

No está de más indicar que la Constitución Política costarricense tiene establecido el derecho a la igualdad, básica, aunque no únicamente, en el art. 33, con base en el cual se prohíbe toda discriminación contraria a la dignidad humana, y con ello, bien visto, la referencia incluida en el párrafo final del art. 46 ejúsdem, estaría sobrando porque, simplemente, no es dable dar un trato que no sea equitativo a los consumidores. Este es un tema importante que retomaremos más adelante.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

Tenemos entonces que la Sala Constitucional fue la que, en 1992, fijó las bases de la regulación del concepto de consumidor en Costa Rica; regulación que se da por primera vez a nivel legislativo en 1994; siendo que la tutela constitucional del consumidor se verifica con una reforma parcial a la Constitución Política realizada en 1996.

No obstante, es en virtud de la resolución de la Sala Constitucional que, en nuestra opinión, se identifica al consumidor, con mayor o menor amplitud, como la parte débil de una relación contractual y, además, como persona que busca satisfacer necesidades de subsistencia.

**B-2.- LA INTERPRETACIÓN Y APLICACIÓN DEL CONCEPTO DE  
“CONSUMIDOR” EN LA PRÁCTICA COSTARRICENSE.**

En este aparte reseñaremos y analizaremos la forma en que el concepto de “consumidor” es interpretado y aplicado en la práctica costarricense, tanto por órganos jurisdiccionales como por órganos administrativos.

**B-2-A.- EL CONSUMIDOR TUTELADO EN COSTA RICA  
ES TANTO EL JURÍDICO COMO EL MATERIAL.**

Una primera afirmación que ha de hacerse cuando se estudia la forma en que se interpreta y aplica el concepto de consumidor en la práctica costarricense, es que, con gran acierto, las resoluciones judiciales de la Sala Primera y de la Sala Tercera, ambas de la Corte Suprema de Justicia, han establecido, la segunda con base en la primera, que para ser considerado consumidor no es necesario haber entrado en una relación contractual con otra persona, bastando con ser receptor de ofertas provenientes de un tercero, para convertirse en destinatario final de tales ofertas.

Lo anterior no podría ser diferente, toda vez que la definición contenida en el art. 2 de la Ley 7472 se identifica como consumidor a quien reciba información o propuestas para convertirse en tal destinatario final de bienes o servicios.

En ambas resoluciones dichas se precisa, con base en lo dicho, la diferencia entre ser “consumidor jurídico” y “consumidor material”, en los términos que a continuación se expresan:

En el Considerando VI de la Resolución de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, No. 295-F-2007 de las 14:45 horas del 26 de abril de 2007, se estableció que:

“...En criterio de esta Sala, el simple hecho de no adquirir un producto, o requerir un servicio, no es un motivo jurídicamente aceptable para eximir de responsabilidad al productor, proveedor o comerciante, en aquellos

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

supuestos en donde el usuario resulte lesionado en razón del bien o servicio recibido. El término “consumidor” referido a la situación jurídica del actor cuando ingresó al supermercado, corresponde a un concepto más amplio que el de comprador. En concordancia con el parámetro constitucional, consumidor, debe entenderse en un planteamiento expansivo respecto al ámbito de aplicación de las personas que requieran de una especial protección en esta materia. No se supedita a un “contrato de consumo”, porque significaría aplicarla de forma restringida y limitada a aquella persona que compra, o que contrata. La posición del derecho moderno, según este Órgano decidor, es que se le conciba como cliente, entendido a quien participa en las actividades comerciales en la posición de potencial adquiriente -y no comprador efectivo-, de bienes y servicios con el titular de la oferta. Dependiendo de la etapa del proceso, se puede distinguir entre contratante y cliente. El primero, se denomina consumidor jurídico. Adquiere un bien o servicio mediante una relación jurídica típica, como por ejemplo, la compra. El segundo es el consumidor material, quien no contrata el bien o servicio, puede potencialmente adquirirlo o utilizarlo. Este último es el centro de protección jurídica en el ámbito de la seguridad de los consumidores...” (El subrayado de parte del texto citado lo ha hecho la autora de esta clase para dar énfasis a esa parte).

Nótese cómo la Sala Primera se hace eco del concepto fundamental de que el consumidor es alguien que, por mandato constitucional, requiere de una especial protección, y de allí deriva, sin citar del todo como fundamento la regulación del concepto de “consumidor” establecida en la Ley 7472, que no es necesario que haya habido una contratación entre las partes para que la contraparte del consumidor asuma responsabilidad por eventuales daños que sufra este último derivados de la relación, no contractual, habida entre ambos.

Con base en lo anterior la Sala Primera distinguió entre el “consumidor jurídico” y el “consumidor material”. El primero sería el que efectivamente contrata, en tanto que el segundo, sería el que podría contratar o, incluso, utilizar el bien o servicio sin haber contratado directamente.

Por su parte, la Sala Tercera de la Corte Suprema de Justicia en el Considerando IX de su Resolución No. 1333 de las 10:15 horas del 2 de noviembre de 2007, se fundamentó expresamente en lo dispuesto en la resolución de la Sala Primera de reciente cita y con base en ella reiteró que: “...Es indiferente determinar si ya había sido atendido, si lo estaba siendo, o lo iba a ser, al momento de ser atacados, o bien la naturaleza del acto que se fuera a realizar (financiero, informativo, estadístico, económico)...”; y con base en ello declaró la responsabilidad de una entidad bancaria respecto de todas las víctimas de un frustrado asalto bancario.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

**B-2-B.- EL CONSUMIDOR DE SERVICIOS PÚBLICOS**  
**NO TIENE UNA RELACIÓN DE CONSUMO NI CON LA ENTIDAD PRESTADORA DEL SERVICIO**  
**NI CON LOS FUNCIONARIOS DE LA ENTIDAD Y**  
**POR TANTO, NO GOZA DE LA TUTELA DE LA LEY 7472.**

Dado que los funcionarios del prestador de servicios públicos no son un agente más en el mercado, la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia ha negado la condición de “relación de consumo” a la existente entre ambos, o sea que el receptor del servicio público no es consumidor frente al funcionario que le brinda materialmente el servicio, no al menos en los términos de la Ley 7472, lo que no implica que no tenga tutela, sino que su tutela está asignada a otros cuerpos normativos.

La mencionada resolución es la No. 875-F-S1-2010 de las 9:35 horas del 22 de julio de 2010, en cuyo considerando III se lee: “...a las accionadas se les acusa de supuestas faltas cometidas durante el ejercicio de sus deberes como empleadas de un centro hospitalario público, lo cual engarza con el tema del servicio público de salud, que además está concebido dentro un sistema de seguridad social (artículo 73 Constitucional). Tales características en la relación que se dio entre las partes, indefectiblemente obligan a concluir que, no es adecuado hablar de relación de consumo como si se tratara de vínculos entre el consumidor y un agente económico más en el mercado, regido por las disposiciones de la oferta y la demanda. Lo acusado más bien, es una falla acaecida en un servicio público, donde la responsabilidad derivada de esa situación, se rige por el Derecho Administrativo...” (El subrayado de parte del texto citado lo ha hecho la autora de este artículo para dar énfasis a esa parte).

Lo importante aquí es que si la relación hubiera sido considerada de consumo, la responsabilidad frente al “consumidor” hubiera sido la regulada en el art. 35 de la Ley 7472, que ha sido calificada por la propia Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, como una responsabilidad objetiva de carácter especial (38); en tanto que la responsabilidad establecida en el régimen de Derecho Administrativo de la Ley General de la Administración Pública respecto de los funcionarios públicos, es subjetiva y requiere, por tanto, la comprobación del dolo o de la culpa del funcionario.

En síntesis, al no haberse aplicado en el caso concreto el régimen de la Ley 7472 sino el de la última ley referida, y al no haberse probado ni el dolo ni la culpa de los funcionarios públicos demandados, este “consumidor” de servicios públicos no fue indemnizado por los daños que alegó haber sufrido.

Cabe agregar que desafortunadamente para este “consumidor”, no demandó a la institución para la cual laboraban los funcionarios demandados, puesto que ella sí responde bajo los parámetros de la responsabilidad objetiva en la cual, como sabemos, no hace falta comprobar dolo ni culpa por parte

---

(38) Resolución No. 337-F-2008 de las 16:25 horas del 8 de mayo de 2008.



**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

del responsable, bastando, en principio, la imputación del daño a un acto u omisión del sujeto responsable.

En concepto de quien esto escribe, si frente a alguien somos débiles, todos, es frente al Estado, y al no darse una protección similar a la de la Ley 7472, al menos en cuanto a responsabilidad de los funcionarios encargados de prestar el servicio, ello va en detrimento de sectores débiles de la población y con ello se desatiende, injustificadamente, el mandato contenido en el párrafo final del art. 46 constitucional.

**B-2-C.- EL CONSUMIDOR TUTELADO EN COSTA RICA SE PRESUME,  
IURE ET DE IURE, COMO LA PARTE DÉBIL DE LA RELACIÓN.**

La fuente material de las regulaciones sobre el consumidor, en el sentido de que es la parte más débil de la relación, más allá que los textos legales vigentes, ha calado tan profundamente en los operadores del derecho en Costa Rica, que han asumido una doble posición que quien esto escribe encuentra desafortunada y que está creando una discriminación injustificada.

En este punto veremos la primera posición, conforme la cual se asume que todos los consumidores físicos son necesariamente la parte débil de la relación de consumo, o al menos, que así lo exige la ley, y, en consecuencia, lógica, su contraparte necesariamente es la parte fuerte de la misma. La segunda posición, relacionada estrechamente con esta, la veremos en el siguiente punto.

Recordemos que el concepto del consumidor como parte débil de la relación de consumo y, aún más, como alguien que atiende necesidades de subsistencia, lo encontramos desde el Voto de la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, No. 1441 de las 15:35 horas del 2 de junio de 1992.

El criterio se ha reiterado, con base en el voto dicho, en las resoluciones de las Salas Primera y Tercera de la Corte Suprema de Justicia, por ejemplo en las siguientes:

A) En la Resolución No. 655-F-2007 de las 15:05 horas del 19 de setiembre de 2007, de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, el Considerando III establece: **“Considerando III.-...** En vista del surgimiento de una situación desequilibrada en las relaciones de consumo entre empresarios y consumidores o usuarios, los instrumentos jurídicos tradicionales no resultaban suficientes para tutelarlos. Con el fin de evitar, o al menos atenuar esas diferencias, el legislador ha creado diversos sistemas jurídicos de defensa, en aras de encontrar un justo equilibrio entre los intereses recíprocos de consumidores y productores.”

B) En la Resolución de la Sala III de la Corte Suprema de Justicia, No. 1333 de las 10:15 horas del 2 de noviembre de 2007, específicamente el Considerando IX, se respalda la resolución anterior de la

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

Sala Primera e incluso se transcribe parcialmente el Considerando III a que nos referíamos en el párrafo anterior; y

C) Finalmente, en la Resolución No. 337-F-S1-2008 de las 16:25 horas del 8 de mayo de 2008, de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, en el Considerando III se indicó: “En un asunto similar al presente... esta Sala en voto número 655 de las 15 horas 5 minutos del 19 de septiembre de 2007... hizo un estudio pormenorizado de la tutela constitucional a los derechos del consumidor, citándose la resolución (39) número 1441 de las 15 horas 45 minutos del 2 de junio de 1992; se analizó el papel que desempeña el consumidor en las relaciones comerciales de bienes de consumo... Consideró, que requería una protección especial frente a los proveedores, debido a que dentro de la cadena se encuentra en una situación inferior. Este Órgano decisor, en el fallo en mención, a su vez realiza un examen de la normativa que se ha ido creando en aras de evitar o al menos atenuar la brecha...”. (El subrayado de parte del texto citado lo ha hecho la autora de esta clase para dar énfasis a esa parte).

Pero, en la realidad, no todos los consumidores son débiles: Algunos del todo no lo son, otros lo son del todo. Tal vez deberían los operadores del derecho, y el sistema mismo, hacer un esfuerzo por delimitar cuál es el consumidor a que se debe referir la Ley 7472, o sea, el consumidor que efectivamente requiere de una acción positiva del Estado para evitar injusticias y daños que el ordenamiento jurídico no desea que ocurran; porque asumir que todos los consumidores son débiles es como asumir que todos los comerciantes son fuertes y ello, en lugar de ayudar a solucionar un desequilibrio, podría estar más bien ayudando a crear uno nuevo.

La propia definición de consumidor de la Ley 7472 coadyuva en esta posición cuando inexplicablemente excluye a los pequeños comerciantes de la condición de consumidores, misma que sí otorga a los pequeños industriales y artesanos que adquieran “productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros”.

La Procuraduría General de la República en el dictamen (40) que se analizará con mayor detalle en el punto siguiente, detecta esta inconsistencia de la ley, pero lejos de tratar de integrar el sistema o bien de señalar el defecto o hasta promover su corrección, lo que hace es interpretar que la voluntad del legislador es excluir a los pequeños comerciantes en forma implícita, al indicar: “... puede afirmarse que el legislador partió del supuesto (no necesariamente cierto en todos los casos) de que los comerciantes se encuentran entre sí una situación de igualdad, igualdad que hace innecesaria

---

(39) De la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia.

(40) Punto III del Dictamen C-180 de 9 de agosto de 2000.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

intervención alguna por parte del Estado... Nótese, incluso, que aún cuando se hacen excepciones a favor de los pequeños industriales y artesanos... 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.” (El subrayado de partes del texto citado lo ha hecho la autora de este artículo para dar énfasis a esas partes).

La paradoja es aún mayor cuando se recuerda que las actividades industriales son, por definición, actividades comerciales, y entonces, los industriales son, en términos generales, comerciantes. Así entonces, cuando la ley y quienes la aplican, consideran consumidores a los pequeños industriales y no a los pequeños comerciantes, están discriminando entre iguales, no entre sujetos de diferente categoría.

El asunto es algo más que un juego de palabras: Si con la tutela al consumidor lo que se busca es proteger a la parte débil de la relación, y más bien se llega a proteger también a algunos que no son débiles y a desproteger a otros que sí lo son, el sistema debería ser revisado, porque estaría cumpliendo solo parcialmente con su fin.

**B-2-D.- EN COSTA RICA LAS PERSONAS JURÍDICAS PUEDEN SER CONSUMIDORES,  
PERO LOS COMERCIANTES NUNCA.**

La segunda posición, estrechamente relacionada con la anterior, que han asumido los operadores del derecho en Costa Rica y que la suscrita encuentra desafortunada por crear una discriminación injustificada, es que las personas jurídicas pueden ser consumidores, pero los comerciantes –físicos o jurídicos- no son consumidores nunca, salvo los casos ya dichos de los pequeños industriales y artesanos.

Expresamente el art. 2 de la Ley 7472 posibilita que las personas jurídicas sean consideradas consumidores, al indicar que consumidor es “toda persona física o entidad de hecho o de derecho”, superando así el concepto de la Sala Constitucional de 1992 en el sentido de que consumidor es aquél que contrata a título personal y que atiende a criterios de subsistencia.

Doctrinariamente también se ha discutido mucho si las personas jurídicas pueden o no ser consumidores, pero en Costa Rica el asunto está resuelto en términos afirmativos; es más, nuestra ley es innovadora al admitir la posibilidad de que las “entidades de hecho” también sean consideradas “consumidores”.

La gran cuestión a resolver es si los comerciantes, sean personas jurídicas o no, pueden ser considerados consumidores, toda vez que se les niega la condición de “destinatarios finales” de bienes y servicios.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

La cuestión es tanto más importante cuando la regulación del Código de Comercio de Costa Rica, establece, con un criterio formal, que las sociedades mercantiles (sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple, sociedad de responsabilidad limitada y sociedad anónima) y las empresas individuales de responsabilidad limitada, son comerciantes independientemente de si realizan o no actividades comerciales. (41) Aunado a lo anterior, hay que considerar que la práctica en Costa Rica es que las personas utilizan mucho las sociedades comerciales, sobre todo las anónimas y las de responsabilidad limitada, para que sean las propietarias del carro que usan y de la casa en que viven; lo anterior, sin perjuicio de las sociedades mercantiles que efectivamente son formas de ejercicio colectivo de la empresa y desarrollan actividades comerciales en sentido amplio.

Ante este panorama, el Dictamen C-180 de 9 de agosto de 2000 de la Procuraduría General de la República indicó a la Comisión Nacional del Consumidor que el consumidor es la parte débil de la relación y que si bien en doctrina se puede hablar de un concepto amplio de consumidor que abarca al comerciante que compra para revender, es de asumirse en nuestra ley que el legislador no quiso incorporar al comerciante, ni siquiera al pequeño, en el concepto de consumidor. La anterior conclusión la hace sin dejar de mencionar que no puede suponerse que exista necesariamente igualdad de condiciones entre comerciantes.

El referido dictamen de la Procuraduría General de la República es de acatamiento obligatorio para la Comisión Nacional del Consumidor en virtud de lo dispuesto por el art. 2 de la Ley 6815 de 27 de setiembre de 1982, Ley Orgánica de la Procuraduría General de la República, y en consecuencia, con base en el mismo, se le ha venido negando entrada a todo reclamo que en sede administrativa presente un comerciante frente a otro comerciante, sin importar si es la parte débil de esa relación contractual o si efectivamente es una sociedad que desarrolla actividad comercial o es solamente tenedora de bienes que utilizan las personas físicas que son dueñas de las acciones o cuotas en que está representado su capital social.

Con ello, desafortunadamente, se niega el acceso a un importante mecanismo legal que en forma ágil le permitiría resolver diferencias sin tener que llegar a estrados judiciales, que son más lentos y cuyos procedimientos son más complicados.

En el plano judicial, cabe mencionar que, en su Resolución No. 88 de las 10 horas del 13 de marzo de 2010, el Tribunal Segundo Civil, Sección Primera, se hace eco de la posición de la Procuraduría General de la República, al establecer en un Considerando, el V, cuyo título textual es: **“LA SOCIEDAD ACTORA NO PUEDE SER CATALOGADA COMO UNA CONSUMIDORA, DE ACUERDO CON EL NUMERAL 2 DE LA LEY 7472”**, que: “Uno de los primeros elementos a analizar, consiste

---

(41) Lo anterior resulta de la conjunción de los arts. 5, incisos b) y c); 10, inc. d) y 17 del Código de Comercio de la República de Costa Rica.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

precisamente en determinar si la actora, como sociedad mercantil, puede ser ubicada dentro de la categoría de “consumidora” dentro de los lineamientos establecidos por el artículo 2 de esa ley, lo cual es un requisito objetivo que permite aplicar todo el régimen de protección al que hicimos referencia supra. En principio, el numeral 1° de esa ley establece que, el objetivo de la ley, es la de proteger, efectivamente, los derechos e intereses legítimos de la persona consumidora. El artículo 2° define al consumidor como toda persona física o entidad de derecho o de hecho que, como destinatario final adquiere, disfruta y utiliza bienes o servicios, o bien recibe información o propuestas para ello. De la lectura inicial de esa norma, podría pensarse que resulta perfectamente viable partir de la hipótesis de que una persona jurídica puede ser comerciante y a la vez consumidora. No obstante, esta afirmación resulta incorrecta cuando analizamos que la misma norma define al comerciante, como toda persona física o entidad de hecho o de derecho que, en nombre propio o por cuenta ajena, se dedica en forma habitual a ofrecer, distribuir, vender, arrendar, conceder el uso o disfrute de bienes o prestar servicios, sin que necesariamente esta sea su actividad principal. Como ya señalamos supra, la actora, es una comerciante, tal y como lo definen los numerales 1 y 5 inciso c) del Código de Comercio, por ende, en principio no le son aplicables las disposiciones proteccionistas dirigidas a tutelar la figura del consumidor o de la consumidora. Ahora bien, la situación que acabamos de exponer no es del todo pacífica en la doctrina... la razón por la que la Comunidad Europea deniega dicha protección a las empresas y se las concede a las personas físicas obedece a la situación de desventaja en la que, en muchos casos, se encuentra la persona consumidora frente a las empresas comerciales, sobre todo en el marco de la contratación de las condiciones generales, en las que éstas predisponen todo un clausulado tendiente a proteger sus intereses económicos en detrimento de la parte más débil de la contratación. Sin embargo, es difícil barajar esa hipótesis en el supuesto de contratación entre comerciantes, pues se parte de la premisa que ellas cuentan con una asesoría técnica que les permite tomar las decisiones de la contratación, en forma distinta a como lo haría un consumidor o una consumidora corriente. Por ende, no es posible aplicar al sub-júdice todo el régimen de protección especial derivado de la ley número 7472.” (El subrayado de partes del texto citado lo ha hecho la autora de este artículo para dar énfasis a esas partes).

En nuestro concepto, con esta posición, el Tribunal lo que hace es excluir en forma automática de la protección de consumidor al comerciante sobre el criterio, bastante formal, de que una persona que es comerciante, por ese solo hecho, no puede ser consumidor. Lo más cuestionable es que el Tribunal se base en las disposiciones de la Unión Europea que le niegan condición de consumidor a toda persona jurídica, a contrapelo de lo establecido en el art. 2 de la Ley 7472 de nuestro país y sin atender a la realidad y la dinámica costarricense conforme lo dicho.

Contraria posición ha asumido el Tribunal Primero Civil en su Resolución No. 783 de las 8:40 horas del 23 de julio de 2003, en cuyo Considerando V se puede leer: “**V.- CALIDAD DE CONSUMIDOR:** El numeral 28 de la citada ley, ubicado concretamente en el capítulo V referido a la defensa efectiva del consumidor, establece: “**SUJETOS.** Los consumidores son beneficiarios de las normas de este

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

capítulo; los productores y los comerciantes, tanto del sector público como del privado, quedan obligados a cumplirlas”. En los sumarios de protección al consumidor, la legitimación activa no representa en realidad un problema serio. La titularidad la tiene el sujeto que posea el carácter de consumidor, cuya definición la incorpora la propia ley en su artículo 2... Se trata de un concepto amplio de “consumidor”, el cual supera el criterio restringido de la persona física o jurídica (sociedad anónima) que compra bienes o servicios en el comercio. Se extiende a las sociedades de hecho o empresas no inscritas debidamente en el Registro Mercantil, pero operan en el campo comercial. En nuestro medio son frecuentes estas entidades de hecho, quienes adquieren derechos y deberes, como suele suceder con librerías, algunos supermercados, bares, centros de lubricantes, ventas de repuestos, etcétera. De igual manera incluye a los artesanos y pequeño industrial... La característica es ser destinatario final de bienes o servicios. En este caso concreto, además de que no hay oposición al respecto, es evidente que el actor califica de consumidor en la adquisición de un vehículo a una empresa al público y que ejerce precisamente esa actividad.” (El subrayado de parte del texto citado lo ha hecho la autora de este artículo para dar énfasis a esa parte).

Finalmente, cabe señalar que la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, no dudó en declarar consumidor de servicios a una Sociedad de Responsabilidad Limitada que contrató servicios al Instituto Costarricense de Turismo. Justo es decir, eso sí, que no se cuestionó si por ser esta sociedad, un comerciante, se le aplicaba o no la normativa de consumidor. (42)

El concepto que subyace y que, según algunos, justifica que el comerciante no sea considerado consumidor en la mayoría de los casos, es que no asume la condición de “destinatario final” de los bienes y servicios que contrata, toda vez que, en mayor o menor medida, los utiliza o mejor dicho, los reutiliza dentro de sus procesos productivos, con lo cual, los “devuelve” al mercado, perdiendo así la condición de “destinatario final” de tales bienes y servicios. El “destinatario final” sería, entonces, solo aquél que adquiere bienes o servicios para satisfacer necesidades privadas, familiares o domésticas, nunca una necesidad relacionada con el ejercicio de actividad comercial o empresarial.

Lo que pasa es que ese concepto no puede ser aceptado sin más en Costa Rica, cuando el propio art. 2 de la Ley 7472 prevé que el pequeño industrial y el artesano sí sean considerados consumidores aunque adquieren “productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.”

Tal concepto, además, no es aceptado en forma unánime por la doctrina y en particular en Argentina ha habido un interesante desarrollo sobre el tema (43), al punto de considerarse consumidores a los comerciantes en ciertos supuestos.

---

(42) Nos referimos a la Resolución 393-F-S1-2012, de las 8:40 horas del 22 de marzo de 2012.

(43) **Rusconi, Dante et al**, Manual de Derecho del Consumidor, Editorial Abeledo Perrot, Buenos Aires, Argentina, Primera Edición, 2009, pp. 171 y siguientes.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

En nuestra opinión, hay diferenciar entre aquellos bienes y servicios que formen parte del núcleo esencial de la actividad del comerciante, respecto de los cuales sí sería justificable negarle a este la condición de destinatario final y, por tanto, la de consumidor, en sus relaciones con otros comerciantes; pero, salvo esos supuestos, debería ser considerado destinatario final de los demás. Así, por ejemplo, la sociedad anónima que se dedique a prestar servicios de construcción no podría ser considerada consumidora respecto al proveedor de productos de construcción, pero sí respecto de aquel otro comerciante que le suple servicios de limpieza de sus oficinas administrativas.

**C. CONCLUSIONES.**

Quien esto escribe no pretende que la tutela del consumidor se amplíe en forma innecesaria, pero sí lo suficiente para que abarque a aquellos que en una relación contractual de derecho privado se encuentren en una situación de desventaja que solo pueda ser superada por una acción positiva del Estado.

Lo anterior probablemente lleve a considerar consumidores a algunos comerciantes, sobre todo a los pequeños y solo en algunas ocasiones, cuando se relacionen con otros de mayor tamaño y fortaleza, y cuando no reingresen en el ciclo productivo los bienes y servicios adquiridos; cuestión que creemos, reforzará al sistema y lo hará coherente consigo mismo en lugar de debilitarlo.

Para ello habrán de superarse dogmas y posiciones que lucen sin fundamento y más como prejuicios: Si lo que se busca, con justicia y fundamento que no admite discusión, es que se tutele a quien esté en posición de debilidad, lo importante es conseguir ese fin, no importa si para ello los razonamientos jurídicos han de adaptarse a esta realidad, que no es nueva, pero que ha de generar nuevas disposiciones.

Todos somos consumidores en un sentido sociológico, pero la ley no puede abarcar esa tutela tan amplia, debe elegir a quiénes de entre todos va a tutelar, y debe hacerlo con claridad, y si no lo ha hecho, corresponde al operador del derecho hacer lo propio buscando mecanismos legales y soluciones racionales.

Ampararse en los cuestionables conceptos de que todos los consumidores son débiles, de que las personas jurídicas no pueden ser consumidoras y sobre todo, que los comerciantes, sobre todo los pequeños, no pueden ser considerados consumidores en sus relaciones con otros comerciantes, lleva a resultados erróneos en cualquier sistema jurídico.

La tutela del consumidor persona física, es indispensable y justa; ojalá se amplíe en los términos aquí analizados para los comerciantes, sobre todo para los pequeños.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

**BIBLIOGRAFÍA**

**DOCTRINA**

**ALPÍZAR RODRÍGUEZ, RUTH, ANA MARÍA LÓPEZ RETANA Y RODRIGO BRENES VARGAS, La contratación desde la perspectiva del consumidor, Investigaciones Jurídicas S.A., San José, 1 Edición, 2005, 498 pp.**

**DE LEÓN ARCE, ALICIA, 1. El consumo como realidad social, económica y jurídica, en Derechos de los Consumidores y Usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios), Coordinado por Alicia de León Arce y Luz María García García, Valencia, España, Editorial Tirant Lo Blanch, 2007, Tomo I, pp. 41-102.**

**DE LEÓN ARCE, ALICIA, 2. La protección legal de consumidores y usuarios en España, en Derechos de los Consumidores y Usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios), Coordinado por Alicia de León Arce y Luz María García García, Valencia, España, Editorial Tirant Lo Blanch, 2007, Tomo I, pp. 103-155.**

**DURAND CARRIÓN, JULIO, Capítulo 18. Determinación del Derecho del Consumidor como disciplina jurídica autónoma, en Libro Homenaje al Profesor Alfredo Morles Hernández, coordinado y compilado por Astrid Uzcátegui Angulo y Julio Rodríguez Berrizbeitia, Universidad Católica Andrés Bello, Universidad de Los Andes, Universidad Central de Venezuela, Universidad Monteávila, Academia de Ciencias Políticas y Sociales; Caracas, Venezuela, primera edición, 2012, Tomo I, Temas generales de Derecho Mercantil, pp. 717-760.**

**ESPIÑOZA BLANCO, ANA LUCÍA, Capítulo 17. ¿Todos somos consumidores? Un vistazo al concepto de consumidor en Costa Rica, en Libro Homenaje al Profesor Alfredo Morles Hernández, coordinado y compilado por Astrid Uzcátegui Angulo y Julio Rodríguez Berrizbeitia, Universidad Católica Andrés Bello, Universidad de Los Andes, Universidad Central de Venezuela, Universidad Monteávila, Academia de Ciencias Políticas y Sociales; Caracas, Venezuela, primera edición, 2012, Tomo I, Temas generales de Derecho Mercantil, pp. 697-716.**

**FARINA, JUAN M., Defensa del consumidor y del usuario, Editorial Astrea, Buenos Aires, Argentina, primera reimpresión de la cuarta edición actualizada y ampliada, 2009, 704 pp.**

**FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, PABLO, El concepto de consumidor en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en El Derecho Mercantil en el Umbral del siglo XXI, Libro Homenaje al Prof. Dr. Carlos Fernández-Novoa en su octogésimo cumpleaños, Editorial Marcial Pons, Madrid, primera edición, 2010, pp. 545-556.**

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**

**[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.



**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

**GARCÍA VICENTE, JOSÉ RAMÓN**, §10. La contratación con consumidores, en Tratado de Contratos, dirigido por Rodrigo Bercovitz Rodríguez-Cano, Editorial Tirant Lo Blanch, Valencia, España, sne, 2009, Tomo II, pp. 1443-1582.

**LASARTE ÁLVAREZ, CARLOS**, Manual sobre protección de consumidores y usuarios, Ministerio de Sanidad y Consumo de España, Instituto Nacional del Consumo de España, Editorial Dykinson, S.L., Madrid, España, sne, 2007, 377 pp.

**LORENZETTI, RICARDO LUIS**, Consumidores, Rubinzal – Culzoni, Editores, Buenos Aires, Argentina, Primera Edición, 566 pp.

**ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS**, “Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor”, versión 1999.

**RUSCONI, DANTE ET AL**, Manual de Derecho del Consumidor, Editorial Abeledo Perrot, Buenos Aires, Argentina, Primera Edición, 2009, 645 pp.

**SZAFIR, DORA**, Consumidor. Análisis exegético de la Ley 17.250, Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo, Uruguay, Tercera Edición actualizada, 2009, 527 pp.

**VILLEGAS, CARLOS GILBERTO**, Contratos Mercantiles y Bancarios, Edición del Autor, Buenos Aires, Argentina, primera edición, 2005, Tomo I, Contratos Mercantiles.

**WAJNTRAUB, JAVIER H.**, Protección Jurídica del Consumidor, Ley 24.240 y su reglamentación. Comentada y anotada. Normativa complementaria, Editorial Lexis Nexis, Depalma, Buenos Aires, Argentina, Primera Edición, 2004, 429 pp.

**LEGISLACIÓN.**

**Constitución Política** de la República de Costa Rica, de 7 de noviembre de 1949.

**Código Civil** de la República de Costa Rica, Ley No. 63 de 28 de setiembre de 1887.

**Código de Comercio** de la República de Costa Rica, Ley No. 3284 de 30 de abril de 1964

**Ley 5665** de 28 de febrero de 1975, Ley de Protección al Consumidor.

**Ley 6815** de 27 de setiembre de 1982, Ley Orgánica de la Procuraduría General de la República.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**

**www.iusmercatorum.com**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

**Ley 7135** de 11 de octubre de 1989, Ley de la Jurisdicción Constitucional.

**Ley 7472** de 20 de diciembre de 1994, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.

**Ley 7607** de 29 de mayo de 1996, Ley de reforma de los arts. 24 y 46 de la Constitución Política.

**Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor**, Decreto Ejecutivo 37899 de 8 de julio de 2013.

**RESOLUCIONES JUDICIALES.**

Resolución de la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, No. 1441 de las 15:35 horas del 2 de junio de 1992.

Resolución de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, No. 295-F-2007 de las 14:45 horas del 26 de abril de 2007.

Resolución de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, No. 655-F-2007 de las 15:05 horas del 19 de setiembre de 2007.

Resolución de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, No. 337-F-2008 de las 16:25 horas del 8 de mayo de 2008.

Resolución de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, No. 875-F-S1-2010 de las 9:35 horas del 22 de julio de 2010.

Resolución de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, No. 393-F-S1-2012 de las 8:40 horas del 22 de marzo de 2012.

Resolución de la Sala Tercera de la Corte Suprema de Justicia, No. 1333 de las 10:15 horas del 2 de noviembre de 2007.

Resolución del Tribunal Primero Civil, No. 783 de las 8:40 horas del 23 de julio de 2003.

Resolución del Tribunal Segundo Civil, Sección Primera, No. 88 de las 10 horas del 13 de marzo de 2010.

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

**DICTAMEN DE LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA.**

Dictamen C-180 de 9 de agosto de 2000.

**PÁGINA WEB**

[www.mujeractual.com](http://www.mujeractual.com)

**ÍNDICE**

**XVI.- Evolución Histórico-Jurídica de la Defensa del Consumidor.**

§53.- Introducción. . . . .	VII-2
§54.- El Discurso del Ex Presidente John F. Kennedy. . . . .	VII-4
§55.- La Unión Europea. . . . .	VII-6
§56.- Las Directrices de la Organización de Las Naciones Unidas. . . . .	VII-8
§57.- La Evolución en Costa Rica. . . . .	VII-9
§58.- A Manera de Conclusión. . . . .	VII-12

**XVII. La Noción Jurídica de “Consumidor”.**

§59.- La Noción Jurídica de “Consumidor”. . . . .	VII-12
§60.- ¿Todos somos Consumidores? Un Vistazo al Concepto de Consumidor en Costa Rica. . . . .	VII-16
<b>A.</b> La Cuestión. . . . .	VII-16
<b>B.</b> El Concepto de “Consumidor” en el Ordenamiento Jurídico Costarricense y su interpretación y aplicación en la práctica. . . . .	VII-17
<b>B-1.-</b> El “Consumidor” en el Ordenamiento Jurídico Costarricense. . . . .	VII-18
<b>B-2.-</b> La Interpretación y Aplicación del Concepto de “Consumidor” en la Práctica Costarricense. . . . .	VII-22
<b>B-2-a.-</b> El Consumidor Tutelado en Costa Rica Es tanto el jurídico como el material. . . . .	VII-22
<b>B-2-b.-</b> El Consumidor de Servicios Públicos no Tiene una Relación de Consumo ni con la Entidad Prestadora del Servicio ni con	

---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**

**[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

**INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL**  
**TEMA NO. 7: EL CONSUMIDOR**  
**- VERSIÓN 2018 -**

---

	los Funcionarios de la Entidad y por tanto, no goza de la Tutela de la Ley 7472. . . . .	VII-24
<b>B-2-c.-</b>	El Consumidor Tutelado en Costa Rica se Presume, Iure et de Iure, como la Parte Débil de la Relación. . . . .	VII-25
<b>B-2-d.-</b>	En Costa Rica las Personas Jurídicas pueden ser Consumidores, pero los comerciantes nunca. . . . .	VII-27
<b>C. Conclusiones.</b>	. . . . .	VII-31
<b>Bibliografía.</b>	. . . . .	VII-32



---

**Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco**  
**[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)**

Este material solo puede ser utilizado para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.