

## **UC Berkeley**

### **Latin American and Caribbean Law and Economics Association (ALACDE) Annual Papers**

#### **Title**

LA PROTECCIÓN UTÓPICA: EL EFECTO BOOMERANG DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR O USUARIO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

#### **Permalink**

<https://escholarship.org/uc/item/9514s4c4>

#### **Author**

Montás Santana, Enmanuel

#### **Publication Date**

2008-06-06

# LA PROTECCIÓN UTÓPICA: EL EFECTO BOOMERANG DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR O USUARIO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.

Por Enmanuel Montás Santana<sup>1</sup>.

## Resumen

El ser humano ha demostrado por siglos tener una marcada vocación para contratar, teniendo acceso por esta vía a bienes, servicios o dinero. En materia de derechos de protección del consumidor, sin embargo, en ocasiones el legislador interviene con el principal objetivo de nivelar un desbalance contractual que alegadamente favorecería al proveedor en ausencia de intervención legislativa. A pesar de que necesariamente tenemos que reconocer que en ocasiones tal desbalance existe, no menos cierto es que una intervención legislativa excesiva, como es el caso de la Ley No. 358-05 sobre Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, más que beneficiar al consumidor lo desprotege pues coloca sobre el proveedor cargas que serán transferidas al consumidor.

En este documento procuramos determinar, desde una óptica del análisis económico del derecho y a la luz de la mencionada Ley No. 358-05 sobre Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, en qué medida la intervención legislativa es inadecuada a través de un análisis de dicha normativa legal y presentando argumentos tendentes a una desmitificación de conceptos lamentablemente bien establecidos en esta materia.

## ***I. Introducción***

Salvo algunas excepciones, el Código Civil Francés de 1804, posteriormente adoptado por la República Dominicana, fue concebido fundamentalmente como un ente protector de la autonomía de la voluntad. Para ese entonces, lo que hoy conocemos como “Derechos del Consumidor” no era una materia a considerar

---

<sup>1</sup> Graduado en Derecho, *Cum Laude*, de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Santo Domingo, República Dominicana. *Master of Laws (LLM)*, *Major en Business Law*, Temple University, Philadelphia, EUA. Magíster en Derecho Empresarial y Legislación Económica de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Santo Domingo, República Dominicana. Profesor de Derecho de los Contratos y de Sociedades Comerciales en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra.

seriamente, al menos no como disciplina jurídica independiente, pues se trataba de una sociedad que apenas comenzaba a sentir los embates de la revolución industrial y en la que el intercambio de bienes y servicios estaba lejos de alcanzar los niveles que alcanzaría a partir del siglo XX.

El desarrollo del capitalismo y de sociedades con una tendencia cada vez más marcada hacia el consumo no sólo conllevó la producción de más bienes y la oferta de servicios cada vez más especializados sino que en cierta medida también han venido creando mayor dependencia de los individuos respecto de tales productos y/o servicios. Esa situación, a la vez, conlleva una participación en el mercado de determinados entes económicos que en ocasiones incurren en prácticas que sin lugar a dudas inciden negativamente en los consumidores sea en cuanto a posibilidad de elección, precio, falta de información, o sea debido a la ausencia de incentivos para reclamar al resultar más caro (al menos a corto plazo) iniciar un procedimiento de reclamación que permitir la práctica calificada de abusiva.

Dentro de este contexto de potenciales abusos (de hecho, en muchas ocasiones el abuso ha sido real y palpable<sup>2</sup>) es que surge la normativa de protección del consumidor sustituyendo en cierta medida el derecho común<sup>3</sup> al limitar respecto de determinadas situaciones la autonomía de la voluntad de las partes. El punto de partida para la implementación de la normativa de protección del consumidor es que éstos no se encuentran en capacidad de contratar con los oferentes de productos y servicios en igualdad de condiciones y por lo tanto esta situación de desventaja amerita, según criterio predominante, la intervención del legislador a los fines de compensar el desbalance creado por el mercado.

En el desarrollo de este trabajo explicaremos por qué, a nuestro criterio, la intervención excesiva del legislador más que ayudar al consumidor lo perjudica y por qué la normativa de protección del consumidor debe partir casi en todos los escenarios, del principio de la autonomía de la voluntad y en consecuencia de aplicación del derecho común y no al revés. A tales fines analizaremos solamente las disposiciones más relevantes de la Ley No. 358-05 sobre Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario (en lo adelante la “Ley No. 358-05”) que desde

---

<sup>2</sup> En la República Dominicana y en el contexto internacional ejemplos claros son los relacionados con fijación de precios de parte de asociaciones comerciales, con la publicidad fraudulenta o con la venta de productos cuya utilización es imposible debido a los vicios que presentan.

<sup>3</sup> Para los fines de este documento el “derecho común” es el Código Civil de la República Dominicana.

una óptica económico-jurídica son totalmente improducentes y que sus desventajas exceden considerablemente sus atributos (si acaso lo tienen), no sin antes mencionar brevemente las premisas del derecho común dominicano, tema que abordaremos a continuación.

## ***II. El Modelo del Código Civil de la República Dominicana***

El Código Civil de la República Dominicana (en lo adelante el “Código Civil”) establece en su artículo 1134 uno de sus postulados más importantes, el cual ha permanecido inmutable no sólo en dicho país sino además en Francia por más de 200 años, y cuyo contenido es el siguiente:

“Las convenciones legalmente formadas tienen fuerza de ley para aquellos que las han hecho. No pueden ser revocadas, sino por su mutuo consentimiento, o por las causas que estén autorizadas por la ley. Deben llevarse a ejecución de buena fe”<sup>4</sup>.

Este postulado es el punto de partida del principio de la autonomía de la voluntad de las partes y su paso inmortal durante más de dos siglos obedece a simples razones no sólo de orden jurídico, sino de pura economía del derecho de la que posiblemente sus redactores no se percataron. En ese sentido, este artículo hace un reconocimiento claro de que las partes contratantes son las que se encuentran en mejores condiciones de determinar en qué medida y bajo qué condiciones quieren contratar; de hecho, este texto legal deja claramente establecido en su primera parte el carácter obligatorio de las convenciones pactadas al cual se le daría la fuerza de un texto legal.

Esto quiere decir que el legislador dispuso y así lo aplican los tribunales, aunque sea inconscientemente, que los costos que para el Estado representaría monitorear el cumplimiento de las convenciones entre particulares sería tan oneroso que impediría su viabilidad y que lógicamente el carácter vinculatorio de una convención no tenía que ser el resultado de una ley sino que las partes podían hacer “ley” entre ellos reduciendo así los costos transaccionales que viabilizarían la contratación. Más que eso, el legislador impuso que las convenciones tenían que celebrarse de buena

---

<sup>4</sup> Existe discusión sobre el hecho de saber si el legislador tenía conocimiento pleno de la autonomía de la voluntad como ente capaz de crear obligaciones plenas entre las partes pues el artículo 1134 sujeta la fuerza obligatoria de la convención no a sí misma sino a una externalidad: una norma jurídica.

fe a los fines de crear los incentivos necesarios que faciliten el intercambio y promuevan el uso de las cosas hacia aquellos que les otorguen mayor valor. Tomando en consideración lo anterior, se ha considerado acertadamente que "...la función fundamental del derecho de contratos...es disuadir a los individuos de comportarse en forma oportunista con sus contrapartes, a fin de alentar la coordinación óptima de la actividad y...evitar costosas medidas de autoprotección"<sup>5</sup>.

Y es que el ser humano es por naturaleza un ente contractual y entendió desde hace siglos que su propia supervivencia o si se quiere, su adecuada supervivencia, está estrechamente atada a su capacidad de contratar y en consecuencia de adquirir y/o utilizar de cualquier forma bienes y/o servicios que otros pueden ofrecerle. Para los fines de este trabajo, un punto clave es determinar en qué medida ese ente racional que durante prácticamente toda su historia ha sido capaz de contratar por sí mismo y sin intervención de terceros, puede resistir la intervención del legislador para protegerlo de los oferentes de bienes y servicios.

En el caso específico de la República Dominicana, en fecha 19 de septiembre del año 2005 fue promulgada la Ley No. 358-05 la cual crea un marco normativo general que pretende, entre otras cosas y según se desprende de su Segundo Considerando, "...promover el crecimiento y desarrollo económico en un ambiente de libre competencia que facilite las condiciones para la formación de precios justos y estables que fortalezcan el poder adquisitivo de la población, especialmente el de los sectores más pobres y desprotegidos de la sociedad". Lamentablemente, y como expondremos más adelante, el fin señalado precedentemente no ha sido, y posiblemente no será, conseguido a corto plazo en el contexto dominicano sino que por el contrario, entendemos que la situación del consumidor no mejorará o se mantendrá igual.

Las razones de lo anterior son diversas pero responden a un postulado muy elemental que ha sido desarrollado ampliamente: el ser humano responde a incentivos y por lo tanto cada acción que incida sobre él conllevará a una reacción de su parte. En nuestro caso, entendemos que la reacción natural de los proveedores de bienes y servicios al imponerse sobre ellos determinadas obligaciones, que abordaremos en otra sección, será la de aumentar los precios. Más adelante, en este documento haremos referencia a algunas de las cláusulas de la Ley 358-05 que a pesar de que fueron creadas con el ánimo de proteger al

---

<sup>5</sup> Richard Posner, ***El Análisis Económico del Derecho***, página 92. Fondo de Cultura Económica, México, 1998.

consumidor, sin lugar a dudas lo desfavorecerán sea porque se coloca sobre el proveedor la obligación de otorgar mayores garantías o porque la ley impone mayores costos transaccionales.

En todo caso, sí entendemos importante mencionar algunas nociones que en Francia, como país originario de nuestro derecho común, se han considerado sobre la autonomía de la voluntad. En efecto, probada doctrina de dicho país ha considerado que *cada individuo es el mejor juez de sus intereses, por lo que podemos presumir que ellos son perfectamente vinculados a los compromisos que ellos han suscrito voluntariamente*<sup>6</sup>. Esa afirmación obedece a una dinámica de lógica bastante simple pues son las partes de un acuerdo las que se encuentran en mejores condiciones de determinar bajo qué condiciones deben pactar pues son ellos quienes tienen (o al menos deben tener) mayor información sobre las circunstancias que les rodean. Sí debemos reconocer desde este momento que no obstante lo anterior, en materia de protección de los derechos del consumidor el usuario no tiene en gran medida acceso a información que sí tiene su contraparte (el proveedor de bienes y servicios) lo que crea o puede crear distorsiones en la mecánica de la contratación que ameritan la intervención del legislador.

El punto clave es entonces determinar en qué medida debe el legislador intervenir partiendo de la premisa de que el individuo es quien se encuentra en mejores condiciones de determinar las condiciones bajo las cuales contrata. Sobre este aspecto debemos hacer una referencia obligatoria al pensamiento de la llamada “Escuela de Chicago” la cual se sustenta sobre tres bloques principales: (a) *Los individuos son maximizadores racionales de sus satisfacciones en sus conductas dentro y fuera del mercado;* (b) *Los individuos responden a incentivos de precio en sus conductas dentro y fuera del mercado;* y (c) *Las disposiciones y decisiones legales pueden ser abordadas sobre la base de sus propiedades de eficiencia, lo que acarrea la prescripción normativa de que la toma de decisiones legales debe promover la eficiencia*<sup>7</sup>.

El primer bloque (relativa a la maximización racional de la satisfacción) se refiere fundamentalmente a que cada individuo está consciente del curso de acción que

---

<sup>6</sup> François Terré, Philippe Simler e Yves Lequette, *Droit Civil. Les Obligations*, página 31. Dalloz 2005.

<sup>7</sup> Ver el análisis que sobre esos bloques realizan Nicholas Mercurio y Steven G. Medema, *Economics and the Law. From Posner to Post-Modernism*, página 57. Princeton University Press, 1997.

dentro de una amalgama de opciones le resultará más útil. Sobre este aspecto se ha considerado que *la preferencia de los consumidores pueden ser representados por una función de utilidad, y sobre esa base, se asume que los individuos son perfectamente capaces de procesar toda la información relevante de las alternativas disponibles para ellos, pudiendo los individuos dar un ranking a todos los posibles resultados conforme a sus deseos relativos, y elegirán consumir el legajo de bienes/actividades que maximizan la utilidad*<sup>8</sup>.

El segundo bloque (relativo a precios) implica necesariamente que el individuo, como ente racional, responderá a cambios en los precios de bienes y servicios que adquiere y/o provee. En ese orden, *la idea de que los individuos son maximizadores racionales implica que ellos responden a incentivos de precio, que los consumidores consumirán menos de un bien<sup>9</sup> si su precio aumenta y que los productores producirán más de un bien si su precio aumenta*<sup>10</sup>.

Finalmente, el tercer bloque (eficiencia) se fundamenta en que las normativas legales pueden ser abordadas sobre sus propiedades de eficiencia y que la ley en sí debe promover la eficiencia. El punto central de este argumento es que la riqueza social se maximice mediante la búsqueda de una situación óptima para las partes envueltas.

Tomando en consideración lo anterior, abordaremos a continuación las secciones más relevantes de la Ley 358-05 (y paralelamente comparando dicha ley con legislación, doctrina y jurisprudencia a nivel internacional sobre la materia) presentando nuestros argumentos tendentes a demostrar que tales secciones constituyen distorsiones innecesarias al principio de la autonomía de la voluntad que promueven la ineficiencia y que tendrán un impacto adverso en el precio de productos y servicios.

---

<sup>8</sup> Idem.

<sup>9</sup> Evidentemente que la reducción en el consumo de un bien como resultado de un aumento en el precio estará conectada con la elasticidad del bien de que se trate. En consecuencia, si el número de opciones es limitado las posibilidades de sustitución se encontrarán notablemente afectadas.

<sup>10</sup> Mercurio y Medema, Op. Cit., página 58.

### **III. Disposiciones Relevantes de la Ley 358-05**

Artículo 49 de la Ley 358-05. El artículo 49<sup>11</sup> de la Ley 358-05 implícitamente sujeta la venta de bienes muebles a un documento de venta que deberá contener al menos la siguiente información: (a) La descripción y especificación del bien; (b) El nombre y domicilio del vendedor; (c) El nombre y domicilio del fabricante, distribuidor o el importador cuando corresponda; (d) Las características de la garantía conforme a lo establecido en la Ley 358-05; (e) Los plazos y condiciones de entrega; (f) El precio y las condiciones de pago; y (g) El impuesto correspondiente.

Este artículo presenta dos inconvenientes: uno legal y el otro práctico. El inconveniente legal se remonta a las condiciones mismas que de manera general aplican a la venta de los bienes muebles que conforme al Código Civil es perfecta desde el momento en que hay consentimiento en cuanto a la cosa y el precio obviando cualquier referencia a otra formalidad. El inconveniente práctico, es que en la realidad comercial dominicana una parte muy considerable de las transacciones se realiza sin documentación alguna o la documentación está lejos de reunir los elementos requeridos en el mencionado artículo 49.

El inconveniente legal del referido artículo 49 es que como ya mencionamos parece requerir un documento contentivo de las informaciones ya mencionadas. Si colocamos ese artículo en perspectiva con el artículo 1583 del Código Civil que establece que “[l]a venta es perfecta entre las partes, y la propiedad queda adquirida de derecho por el comprador, respecto del vendedor, desde el momento en que se conviene la cosa y el precio, aunque la primera no haya sido entregada ni pagada” vemos que existe un potencial conflicto en la legislación. En todo caso, el

---

<sup>11</sup> Artículo 49 de la Ley 358-05: “Contenido del documento de venta. En el documento de venta de bienes muebles, sin perjuicio de la información exigida por las otras leyes o normas, según el caso, deberá constar: (a) La descripción y especificación del bien; (b) El nombre y domicilio del vendedor; (c) El nombre y domicilio del fabricante, distribuidor o del importador cuando corresponda; (d) Las características de la garantía conforme a lo establecido en esta ley; (e) Los plazos y condiciones de entrega; (f) El precio y las condiciones de pago; y (g) El impuesto correspondiente. Párrafo: La redacción debe ser hecha por lo menos en idioma español, ser completa, clara y fácilmente legible. Las menciones de convenciones, leyes o reglamentos de otros textos o documentos, que apliquen al contrato, deberán acompañarse, cuando resulte posible, de una explicación sucinta de sus principales prescripciones. Cuando se incluyan cláusulas adicionales a las aquí indicadas o exigibles en virtud de lo previsto de esta ley, aquellas deberán ser escritas en letras destacadas y suscritas por ambas partes, excepto en el caso de los contratos de adhesión para los cuales regirán las disposiciones contenidas en los artículos 81 y siguientes”.



mecanismo simple, preciso y facilitador de transacciones se encuentra potencialmente reemplazado por uno más complejo de implementar que no responde a la realidad comercial de muchas operaciones que se realizan en el mercado. Es decir, el texto legal (artículo 49 de la Ley 358-05) no responde a la realidad del contexto social de muchas de las transacciones que se realizan a diario<sup>12</sup>.

El inconveniente práctico es que como ya hemos señalado, el artículo 49 de la Ley 358-05 establece que el “documento de venta” tiene que contener cierta información que conlleva, según el criterio del legislador, a que debe hacerse un documento y no cualquier documento sino uno que haga referencia a varios detalles de la operación. La colocación sobre las partes de esta carga tendrá por efecto un aumento en los costos transaccionales que podrían repercutir en el precio del bien o servicio ofrecido pues ahora el proveedor tiene que dedicarle más tiempo al cierre de cada operación (tiempo que podría estar dedicando a otros asuntos), dedicar recursos a la adquisición de material gastable e incluso a investigar los datos relacionados con el fabricante, distribuidor o importador, según sea el caso.

El impacto económico que este requerimiento legal tiene pudo haber sido fácilmente evitado requiriendo la entrega al consumidor o usuario de una factura que contenga los datos realmente relevantes de la operación realizada (descripción del bien o servicio, precio, entrega, entre otros), como es el modelo de la Ley Federal de la Protección al Consumidor o Usuario de los Estados Unidos Mexicanos<sup>13</sup>. En ese sentido, la Ley 358-05 hace en su artículo 50 un reconocimiento implícito a las dificultades prácticas del artículo 49 al establecer que reglamentariamente se podrán crear modalidades más simples de contratación<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> El modelo de la Ley 358-05 es en cierta medida similar, aunque en menor grado, a la Ley de Defensa del Consumidor en Argentina, la cual en su artículo 10 hace referencia a la descripción y especificación de la cosa, al nombre y domicilio del vendedor, a la mención de las características de la garantía, a los plazos y condiciones de entrega y al precio y condiciones del pago.

<sup>13</sup> Ver artículo 12 de esta ley cuyo contenido es el siguiente: “Sin perjuicio de lo establecido por la legislación fiscal, el proveedor tiene la obligación de entregar al consumidor factura, recibo o comprobante, en el que consten los datos específicos de la compraventa, servicio prestado u operación realizada”.

<sup>14</sup> Artículo 50 de la Ley 358-05: “Los reglamentos dictados para la aplicación de esta ley establecerán modalidades más simples cuando la índole del bien objeto de la contratación así lo determine, siempre que se asegure la finalidad perseguida por esta ley”.

Vemos pues que existiendo opciones sencillas que reducen en gran medida los costes relacionados con la transacción el legislador seleccionó una más compleja y costosa<sup>15</sup>.

Artículo 55 de la Ley 358-05. El artículo 55 de la Ley 358-05 establece textualmente lo siguiente:

“El consumidor podrá renegociar la operación a crédito y cancelar anticipadamente lo adeudado, mediante el pago total o pagos parciales, en cuyo caso tendrá derecho a reclamar una reducción proporcional en los intereses, en base a la proporción de las amortizaciones realizadas.

Párrafo.- Estas disposiciones serán aplicables a las entidades financieras, así como a cualquier otra institución que realice operaciones de crédito y esté regulada por leyes especiales”.

Este artículo margina totalmente lo que pudo haber sido el contrato acordado entre las partes originalmente destruyendo las expectativas que respecto del mismo pudo haberse creado la contraparte<sup>16</sup>. Veamos: Si por ejemplo A presta dinero a B por un período  $N$  y con una tasa de interés  $I$ , A tiene la expectativa de poder recuperar capital e intereses dentro del período preacordado por lo que un pago prematuro de la deuda (asumiendo que no se ha contratado esta posibilidad) implica necesariamente una percepción de ingresos menor a la prevista.

El ser humano en la toma de sus decisiones tiende a ser adverso a asumir riesgos y por lo tanto el resultado natural de esta disposición es que A, como persona que financia a B, tendrá que traspasar a esta última el riesgo que implica la posibilidad de que B le pague el monto adeudado con anticipación. Como resultado del traspaso del riesgo potencialmente habrá un incremento en los costes de la transacción, lo que evidentemente afecta al consumidor, así como también podría

---

<sup>15</sup> Una situación similar es la del artículo 53 de la Ley 358-05 sobre Operaciones de Venta a Crédito en la que también se obliga a las partes a suscribir un contrato por escrito e incluso a mencionar, entre otras cosas, los derechos y obligaciones de las partes en caso de incumplimiento.

<sup>16</sup> Esta consideración aplica si se parte de la premisa que contractualmente no se acordó un lenguaje similar al del artículo 55 de la Ley 358-05.

haber una reducción en la realización de operaciones de este tipo como resultado del aumento en de los costes derivados de la transacción.

Vemos pues que más que beneficiar al consumidor, el artículo 55 podría perjudicarlo al colocar sobre el proveedor un riesgo que tendrá que compartir con el consumidor para optimizar su operación. Entendemos que resultados más eficientes serían obtenidos si se respetara lo acordado contractualmente (como dispone el artículo 1134 del Código Civil ya mencionado) en vez de permitir sólo a una de las partes la modificación unilateral del acuerdo (y salvo acuerdo en contrario).

Artículo 71 de la Ley 358-05. Este artículo hace referencia a ciertas condiciones de garantía que deben proveer aquellos que no sean concesionarios autorizados respecto de bienes duraderos importados por ellos. En efecto, el contenido del artículo 71 de la Ley 358-05 es el siguiente:

“Los bienes duraderos importados por individuos o por proveedores que no sean concesionarios autorizados gozarán de garantía, siempre y cuando estén acompañados de la documentación que compruebe la adquisición legítima del bien o servicio, y de conformidad con los términos y condiciones del documento de garantía. **Su plazo y cobertura no podrán ser menores a los de los productos, comercializados por los concesionarios exclusivos**”. (El resaltado es nuestro).

El problema evidente con este texto legal es que está colocando a un mismo nivel las garantías que ofrece el concesionario exclusivo con las que ofrece un tercero que no sea el concesionario exclusivo. La mejor forma de explicar esta situación es con el mercado de vehículos. En la República Dominicana el negocio de compraventa de vehículos ha estado muy activo durante los últimos años, coexistiendo en el mercado tanto concesionarios exclusivos como individuos y personas jurídicas que hacen importaciones paralelas de esos vehículos de motor.

La práctica habitual es que el concesionario exclusivo ofrece los vehículos de motor a un precio considerablemente más elevado lo que es el resultado lógico no sólo de la obligación de garantía (de hecho necesaria), sino además de los gastos adicionales incurridos por el concesionario exclusivo por concepto de salón de muestra (*showroom*), en ocasiones de regalías o *royalty*, taller de reparación, entre otros. Esos gastos tienen que ser cargados necesariamente al precio, más aún

cuando el concesionario exclusivo otorga además garantías mayores sobre la base de kilometraje o tiempo de uso del vehículo, garantías que el particular (un importador no exclusivo) posiblemente no se encuentre en condiciones de brindar.

Como vemos, cuando hay un concesionario exclusivo el mercado en cierta forma se segmenta pues por un lado se encuentran aquellos que prefieren adquirir el bien (en nuestro ejemplo un vehículo de motor) por un menor precio sin recibir mayores garantías que aquellas del derecho común<sup>17</sup>, mientras que por otro lado el concesionario exclusivo, al ofrecer mayores garantías a sus clientes e incurrir en mayores gastos aumenta su nivel de riesgo el cual a su vez es transferido al consumidor manifestándose en un precio más elevado del producto (o servicio) adquirido.

En definitiva, esta situación creada por el artículo 71 de la Ley 358-05 ineficientizaría el mercado pues tendría como consecuencia previsible un aumento en el precio de los bienes en cuestión pues los vendedores no exclusivos, al ser colocados en la misma posición de los concesionarios exclusivos en cuanto a garantía se refiere, tendrán que asumir mayores riesgos derivados de su operación. Entendemos que el mercado funcionaría de una forma más apropiada si el consumidor pudiera elegir sin mayores trabas con que tipo de proveedor quiere contratar: con aquel que vende su producto a un precio más elevado porque entre otras cosas ofrece mayores garantías, o con aquel que le ofrece menos garantías (sólo aquellas del derecho común conforme mencionamos) y a un precio más reducido.

Artículo 73 de la Ley 358-05. Este texto legal presenta la oportunidad de realizar uno de los más interesantes análisis del derecho desde la óptica económica. El contenido de dicho artículo es el siguiente:

“Los consumidores o usuarios podrán reclamar el cumplimiento de la garantía de los bienes duraderos que hubieren adquirido **ante cualquier proveedor autorizado de dichos bienes**, siempre y cuando estén acompañados de la documentación que compruebe la adquisición legítima del bien o servicio y de conformidad con los

---

<sup>17</sup> Un artículo de vital importancia en este punto es el 1641 del Código Civil, el cual establece lo siguiente: “El vendedor está obligado a garantizar la cosa vendida por los defectos que ésta tuviere, si la hicieren inútil para el uso a que se destina, o que disminuyen de tal modo este uso, que no la habría comprado o hubiera dado un precio menor, a haberlos conocido”. Este artículo es el punto de partida de la garantía de vicios ocultos otorgada por el derecho común.

términos y condiciones del documento de garantía”. (El resaltado es nuestro).

Las distorsiones que crea este artículo son evidentes pues otorga al consumidor la posibilidad de realizar la reclamación de garantía a cualquier proveedor autorizado de los bienes comercializados. Esto implica que si en el mercado existen dos concesionarios autorizados de APPLE COMPUTERS y el equipo no funciona adecuadamente, el consumidor puede exigir el cumplimiento de la garantía a un concesionario distinto de aquel que le vendió. La Ley 358-05 trata a los distintos concesionarios autorizados como si se tratara de una misma entidad (en consecuencia con igual participación accionaria y de administración) al permitir que un consumidor pueda requerirles a ellos el cumplimiento de una garantía respecto de la cual no contrató.

Desde la óptica del derecho común y de la lógica en general el planteamiento del artículo 73 es un absurdo. De derecho común, pues en virtud del artículo 1165<sup>18</sup> del Código Civil las convenciones sólo tienen efecto entre aquellos que las han suscrito. Esta situación responde a una lógica palpable: una parte en un contrato no puede (o no debe) responder, al menos que exista una estipulación a contrario, de los compromisos originados por un tercero pues se trata de una variable que le es extraña al no tener control de las actuaciones de dicho tercero.

Si esto no fuera suficiente y planteáramos (como al efecto lo hace el artículo 73) que las disposiciones de la Ley 358-05 tienen un ámbito de aplicación distinto al régimen del derecho civil, pues un tercero no contratante puede verse afectado por el incumplimiento de garantía de un contrato del que no fue parte, necesariamente tendríamos que concluir que el artículo 73 tampoco tiene sentido. Esto así porque al asumir cada concesionario autorizado el riesgo de responder por la garantía de productos comercializados por otro concesionario autorizado, que de hecho es su competidor (directo o indirecto), tendrán que aumentar el precio del producto en cuestión.

Vemos que la Ley 358-05 tiene por objetivo crear un mecanismo de protección respecto del consumidor permitiéndole exigir el cumplimiento de la garantía del producto que ha adquirido a cualquier concesionario autorizado. Pero más que una

---

<sup>18</sup> Artículo 1165 del Código Civil: “Los contratos no producen efecto sino respecto de las partes contratantes; no perjudican a terceros ni le aprovechan, sino en el caso previsto en el artículo 1121”. A su vez, el artículo 1121 hace referencia a la estipulación en beneficio de un tercero.

protección inmediata este artículo lo que hace es limitar el acceso del producto de que se trate a una mayor cantidad de consumidores que no pueden asumir la carga adicional del precio que esta garantía impone. En definitiva, el artículo 73 de la Ley 358-05 distorsiona el modelo racional de contratación en el que salvo cláusula contraria las partes no responden de hechos de terceros y además impone sobre los concesionarios autorizados riesgos adicionales que no tienen posibilidad de controlar, muy específicamente en lo relativo a control de calidad de otros concesionarios autorizados, lo que necesariamente debería incidir en el precio de la mercancía de que se trate.

Artículo 88, párrafo 1 (a, b y c) de la Ley 358-05. Este texto legal establece textualmente lo siguiente:

“Todo anunciante y propietario del anuncio que incurra en publicidad engañosa queda obligado solidariamente a:

- a) Retirar de inmediato el acto o mensaje publicitario de todo medio de difusión donde haya sido colocado;
- b) Realizar una rectificación publicitaria o contra publicidad por el mismo medio y con las características utilizadas originalmente para la anterior publicidad, haciendo las aclaraciones pertinentes sobre las falsedades en que hubiese incurrido originalmente;
- c) Sustituir los bienes y/o servicios que hayan sido adquiridos por efectos de dicha publicidad y/o promoción y que resulten peligrosos a la salud y a la seguridad del consumidor o usuario y reembolsar lo pagado por dichos bienes o servicios”.

Si comenzamos por lo simple es evidente que al colocarse sobre el anunciante<sup>19</sup> la posibilidad de responder por las situaciones previstas en los párrafos a, b y c ya mencionados no debe quedar duda alguna que ese riesgo se reflejará en un aumento en el precio de los servicios publicitarios que a la vez serán transferidos al consumidor final como resultado del análisis que hemos hecho en otras secciones de este documento.

Al analizar este texto legal con mayor profundidad nos damos cuenta que el anunciante es solidariamente responsable de situaciones que le son totalmente

---

<sup>19</sup> Entendiéndose como tal aquel que provea los medios de comunicación para transmitir una publicidad.

externas pues: **a)** Tiene que retirar el mensaje publicitario no sólo de su propio medio sino de todo medio donde haya sido colocado. Resulta ilógico que un anunciante tenga que utilizar sus recursos para indagar los demás medios empleados en la publicidad y posteriormente hacer los trámites para retirarlos; **b)** Tiene que realizar una rectificación publicitaria aclarando las supuestas falsedades en que se hubiera incurrido. Sin embargo, la responsabilidad en cuanto al contenido de la información debe pesar sobre aquel que la ha facilitado pues el anunciante no tiene las herramientas para determinar si efectivamente la información publicitada es falsa; y **c)** Tiene que sustituir los bienes y/o servicios que hayan sido adquiridos por efectos de dicha publicidad y reembolsar lo pagado. Dado lo reciente de la ley, no existen precedentes sobre la materia; sin embargo, esperamos que en caso de presentarse una situación como esta, los tribunales sean capaces de no colocar este tipo de obligación sobre los anunciantes, atendiendo, entre otros argumentos, al principio constitucional de razonabilidad de la ley.

En este orden de ideas, el artículo 8, numeral 5 de la Constitución Dominicana establece el principio de razonabilidad de la Ley, al indicar lo siguiente:

“A nadie se le puede obligar a hacer lo que la ley no manda ni impedirle lo que la ley no prohíbe. La ley es igual para todos: no puede ordenar más que lo que es justo y útil para la comunidad ni puede prohibir más que lo que le perjudica”.

Dicho principio busca establecer un adecuado equilibrio entre la normativa legal y el bienestar de los ciudadanos que deberán cumplir con dicha normativa. En otros términos, el principio de razonabilidad persigue el bien social mediante la utilización de medios idóneos que permitan la consecución de los fines buscados. Como bien ha establecido la Suprema Corte de Justicia de la República Dominicana, en la ejecución de este principio los tribunales tienen “la facultad de exigir la condición de razonabilidad en la aplicación de toda ley por los funcionarios públicos...”<sup>20</sup>. Asimismo, la Corte Suprema de Justicia Argentina ha considerado que “si bien es cierto que acontecimientos extraordinarios habilitan remedios extraordinarios, los mecanismos ideados para superar la emergencia están sujetos a un límite y éste es

---

<sup>20</sup> Sentencia del 15 de junio de 1973. Boletín Judicial No. 751, página 1061.

su razonabilidad, con la consiguiente imposibilidad de alterar o desvirtuar en su significación económica el derecho de los particulares”<sup>21</sup>.

Tomando en consideración esos argumentos de naturaleza constitucional, un anunciante no puede (o al menos no debería) sustituir bienes y/o servicios por la simple razón de que esos bienes y/o servicios no son su negocio y mucho menos reembolsar por sumas que efectivamente no ha percibido. El párrafo I del artículo 88 de la Ley 358-05 es marcadamente irrazonable y deberá conducir a un aumento en el precio de los servicios de publicidad al permitir que el anunciante comparta con el propietario de la información difundida riesgos que el primero no tiene posibilidad de evitar, o si las tiene son muy reducidas, lo que conllevará a resultados más perjudiciales que beneficiosos tanto respecto del mercado en general como de los consumidores en particular.

Artículo 92, párrafo, de la Ley 358-05. Este artículo versa sobre la obligación que tienen los concesionarios del espectro radioeléctrico de dedicar al menos 15 minutos de su programación a difundir temas relacionados con la defensa y protección del consumidor. Veamos su contenido:

“En vista de que el espectro radioeléctrico es propiedad del Estado, todo concesionario autorizado para ofrecer servicios de difusión a través de dicho espectro dedicará al menos quince (15) minutos de su programación diaria, aún sea en condiciones comerciales, a difundir temas relativos a la defensa y protección de los derechos de los consumidores y usuarios”.

Esta sección de la Ley 358-05 es completamente irrazonable e ineficiente pues el empresario (concesionario) tiene la obligación de facilitar los medios para transmitir un mensaje colocándose de lado los costes de transmisión, la disponibilidad de espacio para difundir el mensaje, entre otros aspectos de naturaleza económica que para el proveedor son de vital importancia. Paralelamente a estas consideraciones del orden económico, existen también implicaciones legales a tomar en cuenta pues este texto legal colide con el principio constitucional de libre empresa de nuestra carta magna, el cual establece de una forma bastante escueta en su artículo 8 numeral 12 lo siguiente:

---

<sup>21</sup> Sentencia del 1ro. de febrero de 2002. Recurso interpuesto por el *Banco de Galicia y Buenos Aires, S. A.*, contra la resolución dictada por el *Juzgado Federal de Primera Instancia de la Ciudad de Corrientes*.



“La libertad de empresa, comercio o industria. Sólo podrán establecerse monopolios en provecho del Estado o de instituciones estatales. La creación y organización de esos monopolios se harán por Ley”.

La concepción primaria de la libertad de empresa es que cada persona tiene el derecho de elegir su actividad económica y explotarla en la forma que entienda conveniente sin afectar evidentemente los derechos de terceros. Pero la libertad de empresa, no solamente significa la libertad que como seres humanos tenemos de dedicarnos a realizar aquellas actividades económicas que entendamos más adecuadas, libre de toda influencia estatal, sino que significa además la obligación del Estado de proveer los medios necesarios para llevar a cabo dichas actividades conforme a un orden legal que ofrezca igualdad de oportunidades y que deriven en beneficios para la sociedad a través de un sistema que promueva la libre competencia entre los participantes del mercado.

Como bien ha sido considerado, la libertad de empresa “se entiende como la capacidad de establecer y gestionar organizaciones estables de capital y trabajo destinadas a actuar en una economía de mercado”<sup>22</sup>. Esa libertad, sin embargo, debe ser ejercida respetando a otros agentes económicos del mercado a los fines de que todos puedan participar en el mismo. Sobre ese aspecto se ha manifestado el Tribunal Constitucional Español el cual ha considerado que “la defensa de la competencia constituye, a la vez, un presupuesto y un límite necesario de la libertad de empresa en el marco de la economía de mercado...”<sup>23</sup>.

¿Qué quiere decir esto? Que colocar sobre los concesionarios del espectro radioeléctrico la obligación de dedicar 15 minutos diarios de su programación, en condiciones comerciales o no, resta competitividad a dichos empresarios pues podrían dedicar ese tiempo a cuestiones económicamente más viables. Los concesionarios del espectro radioeléctrico deberían tener la opción de elegir si desean o no transmitir este tipo de publicidad y si lo desean debería ser el resultado de la voluntad de las partes interesadas sea por razones económicas, o por razones de compromiso social o de cualquier otra naturaleza, pero nunca por imposición.

---

<sup>22</sup> Fernando Santaolalla López, ***Derecho Constitucional***, página 558. Editorial Dykinson S.L, Madrid, 2004.

<sup>23</sup> Tribunal Constitucional Español, STC 208/1999 de fecha 11 de noviembre de 1999.

#### **IV. En definitiva, ¿resulta conveniente o no la Legislación de Protección del Consumidor?**

A juzgar por el análisis que hicimos en la sección precedente parecería que la legislación de protección del consumidor no tiene razón de ser. Entendemos que una conclusión de esa naturaleza sería errónea pues en muchas oportunidades el consumidor necesita de la intervención legislativa a los fines de proteger de una forma más adecuada sus intereses. El aspecto relevante consiste en determinar en qué medida el legislador debe intervenir en esta materia a los fines de obtener resultados óptimos.

Como hemos mencionado con anterioridad, la intervención legislativa en esta materia debería ser supletoria del derecho común, es decir, que primero debe permitirse a las partes negociar libremente pues ellas se encuentran en mejores condiciones de obtener resultados eficientes por sí mismas antes de intervenir automáticamente sustituyendo en gran medida la libertad contractual.

Ahora bien, la pregunta sería cuándo en materia de protección de derechos del consumidor debería intervenir el legislador. A nuestro entender, la normativa de protección de los derechos del consumidor debe aplicarse en sustitución del derecho común dentro del contexto de escenarios limitados, tales como: **(a)** Disponibilidad de Información; **(b)** Promoción de Acciones Colectivas; **(c)** Para asegurar la adecuada garantía de los productos comercializados en el mercado; **(d)** Implementación de un mecanismo expedito de aplicación de la ley; y **(e)** Posibilidades limitadas de elección de proveedores y sustitutos.

La disponibilidad de información<sup>24</sup> (contenida entre otras en los artículos 33-c, 34 párrafo III, 35, 68, entre otros, de la Ley 358-05) es relevante pues permite al consumidor conocer con certeza y antelación sobre qué premisas contrata. De hecho, esto adquiere mayor relevancia si tomamos en consideración que es el proveedor quien se encuentra en mejores condiciones de proveer la información pero en ausencia de disposiciones legales o de un consumidor con una posición de negociación no muy fuerte, sus incentivos de proveer información mermarán considerablemente.

---

<sup>24</sup> La información a las que nos referimos es sobre los componentes de un producto, fecha de expiración, información financiera (principalmente en el caso de mercados de valores), formación profesional de los proveedores de servicio, entre otros.

El derecho común sin embargo, no presenta soluciones satisfactorias respecto de la información que debe fluir desde el proveedor hacia el consumidor. En esta situación en la cual las partes (proveedor/consumidor) tendrían que negociar cláusulas de manejo de información los costos transaccionales aumentarían y por lo tanto resulta económicamente eficiente suplir legalmente esas deficiencias. Esto no sólo permite equilibrar la relación contractual, sino que además, como ya mencionamos, incidiría en los costos transaccionales pues las partes no tendrían que dedicar tiempo (y en consecuencia recursos monetarios) a cuestiones que la ley suple de oficio.

Por otro lado, la promoción de acciones colectivas (contenida en el artículo 93 y siguientes de la Ley 358-05) es eficiente porque es capaz de reunir en una sola acción los intereses individuales de varios consumidores. En ese sentido, en ocasiones los intereses individuales de los consumidores se encuentran tan mínimamente afectados que el impacto no sólo económico sino social de acciones particulares tendría poco efecto y no incentivaría la reclamación por hechos que parecen no tener mayor relevancia. Con esta figura (de la acción colectiva) se crean grupos de presión social capaces de proteger con mayor fuerza sus intereses, situación que no tiene cabida dentro del derecho común al amparo del principio de la relatividad de las convenciones contenida en el ya mencionado artículo 1165 del Código Civil.

Asimismo, la garantía de productos juega un rol de vital importancia en materia de protección del consumidor. Esto así porque si bien es cierto que el Código Civil no se encuentra ajeno a esta figura jurídica, no menos cierto es que se queda corto en este punto, muy especialmente en materia de vicios ocultos dentro del ámbito del contrato de compraventa. En ese sentido, el artículo 1648<sup>25</sup> del Código Civil establece que la acción redhibitoria<sup>26</sup> debe hacerse en un período de tiempo

---

<sup>25</sup> Artículo 1648 del Código Civil: “La acción redhibitoria se ha de ejercer precisamente antes de cumplirse 30 días de efectuada la compra y tradición cuando se trate de animales; dentro del término de noventa días, cuando se trate de objetos muebles, y dentro de igual período de 90 días, contados de fecha a fecha inclusive, después de manifestarse los vicios ocultos, cuando la venta haya sido de un inmueble. El examen pericial habrá de intervenir en todos los casos, cualquiera que sea la jurisdicción a que competa el conocimiento de la instancia”. En Francia, por ejemplo, este texto legal ha sido modificado totalmente simplificando y dejando, por lo general, un “breve plazo” para iniciar la acción redhibitoria dependiendo de la naturaleza de la cosa y de los usos y costumbres.

<sup>26</sup> Entendiéndose por acción redhibitoria aquella por medio de la cual el comprador entrega la cosa haciéndose restituir el precio.

relativamente corto que pudiera resultar insuficiente en materia de protección de derechos del consumidor.

Vale la pena también hacer referencia a la importancia de la eficiencia y confiabilidad del sistema judicial a los fines de velar por la protección de los derechos del consumidor o usuario. Una de las aspiraciones fundamentales de todo sistema judicial debe ser la capacidad de responder rápida y efectivamente de las cuestiones que son colocadas en poder de la justicia. En materia de protección de los derechos del consumidor o usuario esto cobra una especial relevancia pues, entre otras cosas, en una gran cantidad de escenarios el daño sufrido por el consumidor no es suficientemente relevante para ameritar que este inicie un procedimiento legal en contra de su proveedor.

Puesto en otros términos, los costes a ser incurridos por el consumidor o usuario podrían superar la reparación que recibiría en caso de obtener ganancia de causa. Dada esa situación, no sólo es conveniente la estimulación de acciones colectivas (como ya hemos señalado) sino que además resulta eficiente que el consumidor tenga la posibilidad de tener vías de recuperación suficientemente simples que combinadas con sanciones suficientemente severas desincentiven la realización de prácticas que vayan en detrimento de los consumidores. No obstante lo anterior, los que apliquen justicia deben atender a parámetros de razonabilidad y tratar de entender de la mejor forma posible la dinámica que lleva a una empresa a tomar una decisión determinada y cómo su rechazo o condena inmediata, sin mayor análisis, puede revertirse en contra del consumidor.

Cabe mencionar que la Ley 358-05 establece un procedimiento administrativo bastante expedito<sup>27</sup> para dirimir los conflictos entre proveedores y consumidores y en caso de no llegarse a un acuerdo se somete el caso por ante los Juzgados de Paz, con la salvedad de que si el consumidor sólo tiene el interés de obtener reparación pecuniaria, el tribunal competente es el Juzgado de Primera Instancia competente. El potencial inconveniente radica en el problema típico que presentan la mayoría de los tribunales de países en vías de desarrollo en los que hay dilaciones importantes para el conocimiento y fallo de los expedientes, con la salvedad de que las decisiones podrían ser recurridas en apelación y luego en

---

<sup>27</sup> El procedimiento administrativo se encuentra contemplado en los artículos 117 a 131 de la Ley 358-05 estableciendo límites al número de audiencias y al tiempo para pronunciar la decisión que tendrá PROCONSUMIDOR como órgano regulador de la materia.

casación, lo que potencialmente daría al traste con el principio de celeridad que debe primar en materia de protección de los derechos del consumidor.

Finalmente en cuanto a este tópico, no podemos dejar de mencionar la importancia de la legislación de protección del consumidor en aquellos casos en los cuales la competencia, por motivos legítimos<sup>28</sup> o no, se encuentra restringida. Es el caso de los monopolios, los cuales "...afectan la posibilidad de una parte de alcanzar un resultado eficiente por contrato, porque el monopolista no tiene un incentivo racional a encontrarse con su cliente en un punto intermedio de eficiencia compartida"<sup>29</sup>.

La existencia de un monopolio en un determinado sector indudablemente incide en el consumidor pues éste no tiene posibilidad de elegir un producto o servicio; esta situación se agravaría en aquellos casos en los cuales no existan sustitutos disponibles de los productos o servicios de que se trate. Ante la ausencia de opciones<sup>30</sup> el consumidor se ve forzado a contratar con el monopolista. Sin embargo, la índole de la cuestión no versa en monopolio o posición dominante *per se*, sino más bien en el contexto (social, jurídico, económico) que llevó a la formación de ese monopolio y si existen barreras que impidan a otros potenciales proveedores entrar al mercado. En ausencia de barreras de entrada, es virtualmente imposible que el monopolio no esté produciendo resultados eficientes pero si por el contrario el monopolio se mantiene como resultado de la imposibilidad de otros de ofrecer sus productos o servicios, esa situación se traducirá en un mayor incentivo del monopolista para realizar prácticas perjudiciales al consumidor quien no tendrá el temor de perder clientela ante la imposibilidad de otros de ofrecer bienes o servicios similares a los ofrecidos por él.

Partiendo de las premisas anteriormente expuestas, entendemos que en definitiva la legislación del consumidor será útil en la medida en que permita el mayor

---

<sup>28</sup> Por motivos legítimos podemos entender los monopolios legales (independientemente de que estemos o no de acuerdo con ellos) o aquellos casos en los que una entidad adquiera una posición dominante sobre la base de la calidad de sus productos o servicios.

<sup>29</sup> Leonel Melo Guerrero, **Sospechosos Habituales. Límites del derecho común para una protección efectiva del consumidor**. Inédito. 20 de febrero de 1998.

<sup>30</sup> En su artículo **Consumer Choice: The Practical Reason for Both Antitrust and Consumer Protection Law**, *Loyola Consumer Law Review, Volume 10, number 1*, Neil Averitt y Robert H. Lande exponen que la elección del consumidor existe cuando se presentan dos condiciones fundamentales: (1) Debe haber un variedad de opciones para el consumidor disponibles a través de la competencia; y (2) Los consumidores tienen que tener la capacidad de disponer libremente entre esas opciones.

dinamismo posible de la autonomía de la voluntad. El mercado tiende a funcionar mejor en la medida en que las partes, como entes racionales, son capaces de alcanzar sus propios objetivos con el menor nivel de intervención. No obstante, existen situaciones, como las planteadas con anterioridad, en las cuales el derecho común no basta para garantizar la eficiencia que se debe obtener de la simple autonomía de la voluntad, sino que resulta necesario cierto grado de intervención para completar aquellos aspectos que el mercado por sí solo no puede.

Fuera de ese escenario, la intervención del Estado en los acuerdos que las partes puedan alcanzar o en la regulación de situaciones que impongan costes adicionales sobre los proveedores, indudablemente tendrán un efecto en el precio de comercialización del bien o servicio lo que afectará mayormente al consumidor que tendrá que dedicar recursos adicionales que pudieron haberse dedicado a usos económicamente más eficientes. Como bien ha sido considerado, *las acciones de protección del consumidor deben ser limitadas a conductas que tienen un efecto razonablemente claro sobre la habilidad de los consumidores para seleccionar y esas acciones no deben ser iniciadas sobre conductas que son cuestionables sobre bases morales o de equidad que se encuentran menos claramente definidas*<sup>31</sup>.

## **V. Conclusiones**

Como mencionamos al inicio de este trabajo, el ser humano responde a incentivos y las leyes no se escapan a esta situación. Es por esto que si se promulga una ley que fije un impuesto sobre un determinado sector, la reacción de ese sector será transferir ese nuevo coste a sus consumidores.

En materia de protección de derechos del consumidor el escenario es similar y por eso entendemos que la Ley 358-05 impone sobre el proveedor obligaciones que llevarán a un aumento en el precio de los bienes y servicios pues reiteramos, la ley juega un rol fundamental en la conducta de las personas. Por eso vemos que la penalización del robo reduce el incentivo de una persona de sustraer fraudulentamente algo que no le corresponde; la aplicación de una misma tasa impositiva a diferentes tipos de vehículos corporativos conduce a una utilización mayor de aquel que ofrezca otras ventajas (por ejemplo, responsabilidad limitada); la eliminación de impuestos respecto de determinado sector lleva a un mayor número de inversiones en el mismo y así sucesivamente.

---

<sup>31</sup> *Íbid.*

Dado lo anterior, la premisa sobre la cual la normativa de la protección del consumidor debe partir es la relativa a su capacidad (del consumidor) de actuar de una forma racional y que pueda tomar su decisión libre de imposiciones, salvo aquellos casos en que resulta complicado para el consumidor actuar por si mismo de una forma eficiente conforme la situaciones ya señaladas.

En el caso particular de la República Dominicana, la normativa de protección del consumidor invade reiteradamente la autonomía de la voluntad de las partes, colocando sobre los proveedores obligaciones cuyo cumplimiento resulta en extremo oneroso e imponiéndoles en algunos casos el compromiso de cumplir con obligaciones asumidas por terceros. Estas disposiciones la Ley 358-05 constituyen una contingencia real para los proveedores que será solucionada cargando al consumidor con un precio más elevado por el bien o servicio contratado.

Es incuestionable que la normativa de protección del consumidor está llamada a cubrir situaciones que las partes contratantes en ocasiones no pueden satisfacer óptimamente. Es por eso que hemos destacado situaciones en las que entendemos que el legislador debe intervenir, pero dicha intervención debe ser siempre la excepción y no la regla pues salvo algunos escenarios, el consumidor y el proveedor deben encontrarse en condiciones de contratar libremente.

Esto así, porque en la medida que el mercado opera con menores trabas su funcionamiento será más eficiente pues se reduce el riesgo operativo del negocio que debe conllevar a mayor seguridad jurídica así como también a precios más accesibles para el consumidor. Conforme hemos señalado, el derecho común es capaz de proporcionar la mayor parte de las soluciones relacionadas con protección del derecho del consumidor, pudiéndose obtener resultados altamente eficientes de agregarle al derecho común una intervención estatal mínima en aquellos casos en los que las partes no se encuentren en capacidad de obtener resultados óptimos. Fuera de ese escenario, la colocación de tan pesada carga sobre los proveedores de bienes y servicios a través de la Ley 358-05 más que proteger al consumidor lo desprotegerá, al menos en cuanto a las disposiciones legales objeto de este estudio, pues será el último receptor de los costes impuestos al proveedor.

## Bibliografía

1. Código Civil de la República Dominicana. Ediciones Dalís, 2006.
2. Ley No. 358-05 sobre Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario.
3. Código Civil Francés. Ediciones Dalloz, 2002.
4. Ley Federal de la Protección al Consumidor o Usuario de los Estados Unidos Mexicanos.
5. Suprema Corte de Justicia de la República Dominicana. Sentencia del 15 de junio de 1973. Boletín Judicial No. 751, página 1061.
6. Corte Suprema de Justicia Argentina. Sentencia del 1ro. de febrero de 2002. *Banco de Galicia y Buenos Aires, S. A.*
7. Tribunal Constitucional Español, STC 208/1999 de fecha 11 de noviembre de 1999.
8. François Terré, Philippe Simler e Yves Lequette, Droit Civil. Les Obligations, Dalloz 2005.
9. Melo Guerrero, Leonel, Sospechosos Habituales. Límites del derecho común para una protección efectiva del consumidor. Inédito. Febrero de 1998.
10. Neil Averitt y Robert H. Lande, Consumer Choice: The Practical Reason for Both Antitrust and Consumer Protection Law, *Loyola Consumer Law Review, Volume 10, number 1*.
11. Nicholas Mercuro y Steven G. Medema, Economics and the Law. From Posner to Post-Modernism. Princeton University Press, 1997.
12. Posner, Richard, El Análisis Económico del Derecho. Fondo de Cultura Económica, México, 1998.
13. Santaolalla López, Fernando, Derecho Constitucional. Editorial Dykinson S.L, Madrid, 2004.