

EL DERECHO DE CONSUMO

1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Como pasa muchas veces, antes de que el legislador cree una normativa, existe socialmente una situación de injusticia que demanda una solución para paliarla; así pasaba en el panorama socio-político antes de que naciera el Derecho de Consumo. Aunque a veces la solución normada es rápida, en este caso tardó más de doscientos años, desde la Revolución Industrial en los albores del siglo XVIII hasta la segunda parte del siglo XX, no se consiguió una legislación que protegería los derechos de los consumidores en el mercado, reequilibrando la posición de los mismos frente a los empresarios y limitando y erradicando las posiciones abusivas de estos.

A mi entender, el motivo por el que tardó tanto en llegar esta normativa es porque la Revolución Industrial marcó un profundo cambio en lo económico, en lo político, en lo social y en lo jurídico, ya nada volvió a ser como antes, es el nacimiento de una nueva era de la humanidad, lo que tiene como consecuencia que todo lo que se conocía hasta entonces no sirva, no sea adecuado para aportar soluciones a las nuevas vivencias. Entre las soluciones que se echarán en falta están las jurídicas para regular las relaciones económicas capital-trabajo y producción-consumo, y para cuya regulación nació el Derecho de Consumo.

En lo económico es de destacar la aplicación del maquinismo a la empresa, que consiguió espectaculares progresos técnicos y un aumento de bienes materiales al servicio del hombre, pero tenía otros muchos aspectos negativos. En el aspecto concreto que nos importa señalaré que esto dio lugar a una fabricación en cadena de bienes, productos, etc., que no dejaban más que dos opciones: o se tiraban o se vendían en el mercado. Evidentemente, bajo el prisma de la empresa capitalista esta segunda opción es la que se adoptó. Llegando incluso muchas veces al exceso de crear en los consumidores nuevas necesidades de manera desleal y abusiva a través de una deshonesto utilización de la publicidad.

Durante los siglos XVIII y XIX surgen numerosos estudios para establecer las bases técnicas del Liberalismo Económico basadas en un orden natural que rige las sociedades humanas y en un Sistema económico que sólo puede progresar y funcionar adecuadamente bajo un gobierno estable que deje plena libertad al individuo en la consecución de sus objetivos económicos bajo el lema “laissez faire, laissez passer”. Se puede decir que toda esta corriente doctrinal se concretó en Adam Smith que en 1776 publicó su obra *Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*. Smith, considerado el padre de la Economía Política, creía en un orden natural de conductas que por voluntad del Creador nos impone la naturaleza.

Este autor nos presenta un *Orden natural de mercado* en el que la producción se adecua a las necesidades, siendo el precio el mecanismo que establece o restablece el equilibrio en el mercado.

Dentro de este Mercado el individuo es por tanto el agente económico que realiza elecciones en un mundo de recursos escasos y en el que la contratación se realiza a través del intercambio y en este panorama doctrinal enuncia Smith su Teoría del Consumidor, al que presenta como la “mano invisible” que de manera sabia y casi sobrenatural administraba los medios de producción.

Todo ello necesita de un mercado de competencia perfecta, el cual es punto de encuentro teórico entre oferta y demanda e ins-

trumento de planificación de una economía descentralizada, pero, el mercado en competencia perfecta no existió nunca, sino que las empresas, lejos de luchar entre ellas, se unen limitando de manera artificial la oferta de productos e imponiendo sus precios en él, asimismo muchos sectores funcionan en régimen de monopolio lo que evidentemente tiene las mismas consecuencias. El consumidor deja de ser el “soberano” del mercado que teorizó Smith para sufrir el abuso de los empresarios, consecuentemente hay un fuerte desequilibrio jurídico basado en el desequilibrio económico del consumidor que hace que la negociación, como la concebían los “iusprivatistas”, no exista y que el empresario imponga las condiciones contractuales. Ello es fruto de la que hemos señalado como “fabricación en masa” que debe incidir en el consumo dinamizándolo y trayendo consigo una “contratación en masa” que utiliza, para una mejor eficacia empresarial, una redacción del contrato prefijada por el empresario, el cual se vale de ello para liberarse, entre otras cosas, de la responsabilidad civil que le podría corresponder en caso de daños o de un mal funcionamiento del bien o servicio.

Además de lo antedicho, me parece interesante destacar que nos encontramos con otra serie de problemas que, en la situación económica anterior, “la gremial”, estaban más o menos solucionados, como eran el tema del control de la calidad de las materias primas empleadas en la producción de bienes y la publicidad evitando toda una serie de aberraciones y prácticas deshonestas en esta materia. Aquí al no existir los gremios y con ellos sus jurados nadie se preocupa de estos aspectos, mas si tenemos en cuenta que otro elemento importante de este sistema económico es la empresa capitalista, que se caracteriza por el gusto, por la innovación y el riesgo y además dado que esta empresa esta animada por un espíritu de animo de lucro sin limites de ningún tipo religiosos, filosóficos, o cualquier otro se experimenta, sin ningún tipo de escrúpulo, con los productos, los alimentos, la naturaleza,...etc.

En lo social. El tercer aspecto que yo destacaría asimismo es que, a pesar de que se planteó al individuo como el eje económico de este sistema, la negociación se dará, por el contrario, entre grupos sociales, empresarios de un lado y posteriormente consumi-

dores de otro, esto creará grandes problemas porque los códigos decimonónicos recogen un sistema de contratación entre personas individuales y se basan en un erróneo principio de igualdad económica entre las partes contratantes para acabar sacralizando una libertad casi absoluta de pactos que fue determinando la acumulación de un poder jurídico y económico cada vez mayor, en manos de los empresarios.

En lo jurídico. Como sabemos, el siglo XIX estableció un Derecho de carácter privado para regular las relaciones jurídicas de mercado, que desde el principio presentó una disfunción entre teoría y práctica, respondía como se ha visto a una sociedad de carácter liberal que pone al individuo como el eje del sistema. Todo ello justificaba una hipotética igualdad entre los contratantes que dio lugar a fuertes desequilibrios. Por ello este siglo que dejamos, se ha empeñado en solucionar la crisis jurídica que dejó abierta la codificación. Así a principios de siglo XX se comenzó con un “parcheo jurídico” que a duras penas aportaba soluciones y se cierra el siglo con la construcción de un Derecho de Consumo, fruto de la consagración de los Estados Sociales y Democráticos de Derecho. Paso a desarrollar brevemente las fases por las que pasó esta transformación, analizando brevemente el papel del Cooperativismo.

El primer paso sería la legislación antimonopolística, dado que el mercado carece de mecanismos de autorregulación capaces de impedir desequilibrios económicos y jurídicos, la primera intervención legislativa fue creando una Normativa antimonopolística y represora de la Competencia que permitiese la existencia de una competencia real y efectiva como principio legitimador del Sistema Económico Liberal; así se dictan leyes sobre prácticas restrictivas de la competencia, sobre marcas, patentes, etc. Esto tiene su paralelismo con la actividad del cooperativismo en dos aspectos, de un lado su lucha histórica contra carteles, trust y eliminación de intermediarios superfluos de cualquier clase; y de otro lado en la creación de un contrapoder de mercado “countervailing power”.

Frente a todo ello o por todo ello surgirá el Derecho de Consumo, en el momento inicial es evidente que no existe, se

gestará por dos vías, tanto por la vía de hecho como por la vía jurídica:

La primera vía es la lógica reacción de los consumidores a través del movimiento asociacionista de consumo, es la denominada “autotutela del consumidor”, dentro de este movimiento y desde los albores de la Revolución Industrial es destacable, a mi entender, el cooperativismo de consumo.

La segunda vía, la jurídica, comenzará tímidamente con una intervención en materia de competencia para terminar con la consagración del denominado Derecho de Consumo

2. NACIMIENTO DEL DERECHO DE CONSUMO: APORTACIONES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS

Como acabo de señalar, el Derecho de Consumo nació fruto de la cuestión problemática surgida durante dos siglos por existir una separación entre la teoría y la práctica del funcionamiento del mercado. El Derecho de Consumo no surgió de la nada sino que fue fruto de las aportaciones teóricas y prácticas que daban soluciones al desequilibrio en la posición de los consumidores frente a los empresarios; *la aportación del Cooperativismo fue decisiva en estos aspectos.*

Así, los teóricos del Cooperativismo enunciaron diversas teorías frente al Liberalismo clásico, con la idea de construir un nuevo Sistema económico que defendiese al consumo y con ello se defendiesen los derechos de los consumidores. Pero este Sistema económico diferente está aún por conseguirse e incluso abandonado por la mayoría de sus teóricos.

En la búsqueda de este nuevo Sistema económico propio, el Cooperativismo ha obtenido grandes logros, a saber:

En primer lugar se ha convertido en un contrapoder, “countervailing power”, en el mercado al reunir en un solo punto el poder de compra, la demanda de un gran número de

consumidores, lo que equivale a pasar del poder de compra del consumidor individual, que francamente nunca existió, al poder de compra del Grupo consumidor, haciendo así de “monopsonio” frente al monopolio de los empresarios oferentes. Esta la idea inicial de la Cooperativa de Rochdale lo que la hizo triunfar como tal, y es el primer eslabón para devolver a los consumidores, su soberanía en el mercado.

Aunque el Cooperativismo de Consumo asociado a la Eurocoop viene a ser una cuarta parte del sector alimenticio, ciertamente está muy lejos de tener un verdadero carácter de “monopsonio”, la influencia del Cooperativismo en el sector de la distribución es mayor ya que hace de “factor dinamizador”, debido a que la cooperativa de consumo es a la vez una empresa del sector que fabrica y comercializa teniendo como premisa unos valores y principios, y el espíritu de servicio, en vez de un lucro ilimitado por lo que abarata costes, da mayor calidad, lo que hace que el resto del sector, si quiere ser competitivo, ajuste también sus productos para adecuarlos a una mayor relación calidad-precio. Por todo ello, esta conclusión sobre el alcance del poder de incidencia del Cooperativismo en el mercado es positiva.

En segundo lugar enunciaron grandes aportaciones teóricas que constituyen, lo que es el contenido del Derecho de Consumo. Efectivamente, desde los denominados precursores hasta el Congreso de la A. C. I. de 1995, pasando por el hito histórico de la Cooperativa de la Rochdale, los doctrinarios del Cooperativismo han asumido plenamente la defensa del consumidor y siempre ha sido una constante su lucha frente a los intermediarios superfluos, su defensa del “precio justo”, su batalla contra la adulteración de productos y contra la ganancia injustificada y su interés constante por la educación, formación e información del consumidor.

Esto es lo que subyace en la cooperativa de la Rochdale, la cual dotó de base espiritual o ideológica al cooperativismo y sus *reglas de funcionamiento debidamente adecuadas a la realidad socio-económica cambiante conforman los denominados “valores*

del cooperativismo” en estos valores están la esencia de todas las corrientes filosóficas y éticas que subyacen en el cooperativismo y además marcan el carácter o el perfil propio de un nuevo tipo de empresa, la empresa cooperativa.

En tercer lugar, el Cooperativismo creó un nuevo tipo de empresa cuya influencia en la creación del Derecho de Consumo y en la protección jurídica de los consumidores es grande y la analizaremos a continuación.

3. ANÁLISIS DE LA COOPERATIVA DE CONSUMO: COMPARACIÓN ENTRE SUS PRINCIPIOS Y EL CONTENIDO DEL DERECHO DE CONSUMO

Se acaba de señalar como los valores cooperativos, han creado un nuevo tipo de empresa, la empresa cooperativa, la actividad de la Cooperativa de Consumo, ha contribuido con su actividad a la defensa de los consumidores, desde la primera Cooperativa “La Rochadle” hasta la más moderna, mantienen un paralelismo entre sus principios y el contenido del Derecho de Consumo.

Centrando el tema, decir que la cooperativa es una empresa diferente pues tiene un perfil propio, es una empresa para el ser humano y se otorga protagonismo a este y no al capital, en ella priman los valores, y no el ánimo de lucro, esto se desarrolla en varios principios o aspectos propios de la empresa cooperativa que paso a analizar comparándolo con el contenido del Derecho de Consumo.

Espíritu de Servicio frente al ánimo de lucro

Como se sabe si se trata de devolver la soberanía al consumidor, el cliente debe volver a ser el centro de la escena, ello implica una atención esmerada un buen trato a la hora de atender.

El servicio frente al ánimo de lucro implica además una adecuada relación calidad-precio en los productos y no fomentar el consumerismo exacerbado.

Lucha contra los monopolios

En la lucha constante contra los monopolios, la cooperativa ha conseguido reducir costes de distribución obligando a las empresas capitalistas a bajar precios lo que redunda en beneficio de los consumidores.

Solidaridad de sus asociados

Para conseguir esto la empresa cooperativa debe ser a su vez solidaria con los consumidores, dándoles información y la posibilidad de obtener un mejor beneficio por su dinero adquiriendo bienes que sean de óptima relación calidad-precio.

Innovación constante

Existe una constante desde los orígenes del Cooperativismo en perfeccionar su acción así como el campo de sus actividades con el objeto de proporcionar nuevos y mejores servicios, todo ello desde la aspiración de solucionar problemas de índole económico y social para procurar un mejor nivel de vida y bienestar.

Todo ello tiene su paralelismo en el segundo de los derechos fundamentales de los consumidores, esto es la defensa de sus intereses económicos.

El propio surgimiento de la cooperativa Rochadle y por supuesto del Cooperativismo en general responde a la necesidad de proteger los intereses económicos del consumidor, que es precisamente otro de los apartados del Derecho de Consumo. En este aspecto el Cooperativismo recogerá la antorcha del “precio justo” enunciado por Aristóteles y Santo Tomás de Aquino.

Asimismo en materia de Responsabilidad Civil el cooperativismo ha sido pionero en acogerse a sistemas arbitrales de consumo y campañas como “precio exacto” que garantizan el correcto cobro de los productos, y “si no esta contento le devolvemos el

dinero” que le compromete a la devolución del producto sin plantear preguntas al consumidor.

Lucha contra el fraude alimenticio

Es uno de los principios fundamentales del cooperativismo de consumo, desde los lejanos tiempos de La Rochdale llevado a rajatabla por la empresa cooperativa.

Es tan intensa esta preocupación para el Movimiento Cooperativo que el primer laboratorio que se constituye en Europa para analizar productos fue en laboratorio cooperativo y a partir de entonces las cooperativas de consumo, desarrollan estos laboratorios donde se analizan exhaustivamente diversos aspectos de los productos alimenticios y se someten a test de seguridad y calidad los productos no alimenticios.

Por último se crean marcas Coop. europeas para los productos de calidad, y se participa con comités consultivos agrícolas y con diversos entes administrativos para la elaboración de proposiciones para directivas sobre mejora de la calidad.

En su batalla contra la venta de Mercancías adulteradas, encontramos la base del Derecho a la salud y seguridad de los consumidores, que es uno de los derechos fundamentales de los consumidores.

Educación

Esta es una de las reglas de oro del cooperativismo y la empresa cooperativa la sigue a rajatabla con un alto índice de acierto ya que son pioneras en la formación del consumidor y muchos nos hemos iniciado en el conocimiento de los derechos de los consumidores a través de las revistas y demás actividades educativas de las cooperativas, otro tanto cabe decir de la Información en que la lucha por un etiquetado en el que constarán todos los datos del producto ha sido realmente notorio y eficaz ya que gracias en parte, a la Eurocoop se ha adoptado una estricta legislación en materia de consumo.

Es la base del Derecho de la Información y educación de los consumidores. Bajo este prisma del Derecho de Consumo, el Cooperativismo ha aportado mucho; en primer lugar forma y educa al consumidor para que conozca sus derechos, (conocimiento de los nuevos derechos de propiedad que se establecen en el mercado) y los reclame. En segundo lugar, el Cooperativismo da una adecuada información de bienes y servicios a través del análisis de los mismos y la publicación de los resultados en los medios de comunicación, lo que contrarresta la desinformadora publicidad de los empresarios.

Gestión democrática

El Cooperativismo inició en la vida democrática al consumidor preparándole para la vía política. Iniciando así su camino como asociación de consumidores, que tiene su paralelismo en el Derecho a crear asociaciones, y que éstas sean escuchadas en aquellos aspectos que les afectan.

4. LA COOPERATIVA DE CONSUMO COMO FACTOR-TRACTOR DEL MOVIMIENTO ASOCIATIVO DEL CONSUMO

El denominado Movimiento Consumerista está formado por diversas asociaciones entre ellas el cooperativismo que es además la primera de dichas organizaciones en el tiempo, ya que el primera vez que el consumidor se organiza en el mercado para reequilibrar su posición es a través de la empresa cooperativa. Además de ello, presenta otros factores que le hacen destacar positivamente: En primer lugar integra la actividad consumerista dentro de su propia gestión empresarial protegiendo directamente a los consumidores la calidad de vida y el medio ambiente; en segundo término, tiene otra ventaja respecto al resto de las asociaciones consumeristas, que es el no tener que recurrir a subvenciones para llevar a la práctica esta actividad de defensa del consumidor ya que dedica parte del retorno cooperativo a la misma. Son numerosos y contundentes los ejemplos de la actividad del cooperativismo como entidad consumerista lo que sin ningún género de dudas le convierte en la primera y más eficaz organización en esta materia.

Esta claro que el cooperativismo ha contribuido eficazmente como asociación de consumo en pro de la defensa de los derechos de los consumidores y su ideología ha servido de inspiración al Derecho de Consumo, dotando de contenido a sus aportados. Pero lo ha hecho de forma anárquica y sin estructuración ya que nunca fue su intención crear Derecho, e incluso me asalta la duda de si el Cooperativismo era consciente de que debía influir en conseguir del legislador un nuevo Derecho, el Derecho de Consumo, yo pienso que en principio no tuvo tal pretensión, sin perjuicio de que en último momento influyese en la redacción de normas de consumo a destacar por su importancia la incidencia de la Eurocoop en un programa comunitario de defensa de los Consumidores y la decisiva influencia del Cooperativismo Vasco de Consumo en la elaboración del Estatuto Vasco del Consumidor, *hoy en día el Cooperativismo como grupo social sigue influyendo en la elaboración de normativa legislativa en esta materia.*

Por lo antedicho me atrevo a decir que aunque directamente no haya creado el Derecho de Consumo, su actividad consumérista ha llegado antes y ha sido más eficaz que mucha de la legislación emanada en torno al Derecho de Consumo. Tal como he comentado en el apartado anterior.

5. CONCLUSIONES: EL DERECHO DE CONSUMO EN LA ACTUALIDAD

Hoy en día y ante la crisis del derecho privado estamos pasando de una técnica descodificadora con una progresiva desaparición de los códigos por inservibles a una regulación por sectores con la creación de leyes de carácter evidentemente complejo donde se ve una “transfusión” de normas de derecho público. Esto se consigue a través de la creación de unas leyes marco “leyes omnibus” que crean el esqueleto jurídico que se ira modificando según lo requieran las circunstancias socioeconómicas, como se ha visto en este trabajo el Derecho de consumo es una de estas leyes sectoriales bajo las que se está articulando hoy en día en Ordenamiento Jurídico; desde esta perspectiva actual hay que

entenderlo como un conjunto de reglas de control de la actividad externa de la empresa en beneficio de sus clientes cuando estos actúen para satisfacer necesidades particulares y que tiene como finalidad la protección de un modelo económico recogido, en aquellos apartados de la Constitución denominados “Constitución Económica” donde encontramos el art. 51, que defiende el derecho de los consumidores.

Bajo este nuevo aspecto del Derecho de Consumo, el Cooperativismo si tiene un papel relevante; aunque en su momento nació para satisfacer exclusivamente las necesidades de sus socios hoy en día ofrecen sus servicios al mercado en general a través de una empresa que como sabemos lleva en su propio objeto empresarial valoraciones finalistas cuales son la defensa de los consumidores del medio ambiente y de la calidad de vida, dicha empresa ha humanizado la economía obligando a las empresas capitalistas a hacer otro tanto para mantener la competitividad. Tímidamente me atrevería a decir que esto es más útil al Derecho de consumo que la excesiva hiperlegislación, riesgo jurídico al que esta sometido hoy el Derecho de consumo de difícil conocimiento y aplicación.

6. BIBLIOGRAFÍA

REAL FLORES, María Jesús. *“Incidencia del Cooperativismo en la Construcción del Derecho de Consumo”*. Tesis doctoral. Bilbao: Deusto, marzo 2000.

María Jesús Real