

Informe de Investigación

Título: El Etiquetado en el Consumo

Rama del Derecho: Derecho del Consumidor.	Descriptor: Derecho del Consumidor.
Tipo de investigación: Compuesta.	Palabras clave: Derecho a la Información, Acceso a información veraz y oportuna, Etiquetado y su contenido.
Fuentes: Doctrina y Normativa.	Fecha de elaboración: 12 – 2010.

Índice de contenido de la Investigación

1 Resumen	1
2 Doctrina	1
a)Derecho a la Información.....	1
b)El Acceso a una información veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, especificación correcta de cantidad, características composición, calidad y precio.	3
c)Contenido mínimo de información de las etiquetas.....	4
3 Normativa	6
Artículo 45.—Sobre el etiquetado.	6

1 Resumen

En el presente informe se recopila información sobre el etiquetado en el Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, el mismo está en el artículo 45 de dicho cuerpo de leyes. También se adjunta información sobre el derecho a la información del consumidor, como se debe acceder a ella y el contenido mínimo de las etiquetas.



2 Doctrina

a) Derecho a la Información

[Navarro]¹

Se encuentra definido en el ya mencionado artículo 29, que cita como derecho del consumidor:

“c) El acceso a una información, veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio”.

Se desprende de lo anterior que el consumidor tiene el derecho y la necesidad de obtener toda la información requerida sobre el bien o servicio que desee adquirir, garantizándose de esta forma un adecuado conocimiento de las condiciones del negocio antes de la realización del mismo (y no después de realizado).

Es de mencionar que con esta norma se pretende proteger al consumidor estableciendo la obligación del comerciante de informarle de forma clara, veraz y suficiente de aquellos elementos que eventualmente incidirán, de manera directa, sobre su decisión de consumo. Con ello se busca otorgarle al sujeto consumidor mayor seguridad al impedir que caiga en error o engaño al adquirir un producto o servicio, al poseer conocimiento de las condiciones en que se encuentra el mismo.

En el ya citado voto 770-93, la Sala Constitucional también hace referencia a este derecho cuando indica:

"...en cuanto al etiquetado de los productos - tiene fundamento constitucional y legal, puesto que persigue proteger al consumidor de productos no alimenticios, elaborados tanto en suelo nacional como importados, **garantizando al consumidor una información básica sobre el producto que adquiere en defensa de sus intereses económicos y salubres.** (...) La relación del consumidor en la cadena comercial es de inferioridad y requiere, por ello, de una especial protección frente a los proveedores de los bienes y servicios, a efecto de que antes de adquirirlos cuente con todos los elementos de juicio necesarios, que le permitan hacerlo y ello implica el conocimiento cabal de lo que se le está ofreciendo." (El destacado no corresponde al original).

De esta manera, al poseer información correcta sobre los artículos y servicios que consume o demanda, el consumidor estará preparado y será él, el encargado de velar por la defensa efectiva de sus intereses.

Por último, es de gran importancia mencionar que con el objetivo de apoyar al consumidor en esa lucha por la defensa de sus derechos, el numeral 30 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, referente a las funciones esenciales del Poder Ejecutivo, señala en su inciso b) la obligación del Estado de formular programas que eduquen e informen a este

sujeto, a fin de garantizarle la capacitación necesaria -en cuanto al producto en sí y en cuanto a los derechos que como consumidor posee- para tomar las decisiones que más le convengan al momento de consumir bienes y servicios.

b) El Acceso a una información veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, especificación correcta de cantidad, características composición, calidad y precio.

[Guido]²

Este primer aspecto del derecho a la información se dirige principalmente hacia la protección de los intereses económicos del consumidor, su salud y el cumplimiento de las normas de calidad establecidas para cada tipo de producto o servicio ofrecido en el mercado y lo encontramos plasmado en el artículo 29 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.

Antes de entrar de lleno al análisis de éste precepto en particular y siguiendo a BERMEJO VERA, valga aclarar que si bien se ha clasificado el derecho a la información como un derecho de carácter instrumental respecto de la protección y garantía de los derechos fundamentales de los consumidores, consideramos que el derecho a la información constituye un verdadero derecho subjetivo, cuya tutela corresponde en primer término a las Administraciones Públicas y en último al poder judicial. Ello se confirma con la presencia legal de “deberes correlativos”, los cuales incumben prioritariamente a los empresarios (privados o públicos) como protagonistas del tráfico económico, y también a los entes públicos en todos sus niveles y a las propias asociaciones de consumidores y usuarios.

En un primer momento se debe definir qué es lo que se entiende por información veraz y oportuna, para posteriormente proceder al análisis de los otros elementos constitutivos de la norma.

Información veraz y oportuna

Por información veraz debe entenderse una información cierta o verdadera en todos sus aspectos. Aquí hay que analizar varios puntos:

- 1) La información debe ser veraz en relación a las aseveraciones emitidas, las cuales deben ser ciertas en todos sus aspectos;
- 2) La información debe ser veraz al no omitir ningún dato esencial y al omitir aquellos datos erróneos, y
- 3) La información debe ser veraz al no excederse en cuanto a la misma, proclamando -a través de pequeños artificios engañosos y por medio de afirmaciones que no son enteramente exactas- bondades que el producto generalmente no tiene.

Que la **información** sea **oportuna** quiere decir que esta debe suministrarse al consumidor en el

momento en que le sea útil, de tal forma que le brinde a éste los elementos de juicio necesarios para llevar a cabo una decisión de consumo racional. El momento mas importante en el suministro de información, es el momento anterior a la decisión de consumo, durante el cual el consumidor elabora una serie de valoraciones que finalmente le harán consentir el consumir o no el bien o servicio determinado.

Del mismo modo la información debe ser concreta y referirse a los puntos que realmente vayan a incidir en la decisión de consumo. Esto por cuanto, una forma de desincentivar al consumidor en cuanto a su búsqueda de información, consiste ya no en su negación, sino más bien en brindarle tal cantidad de información -en su mayoría no útil para determinar si se consume o no el producto o si se hace o no uso del servicio- que el consumidor prefiere obviarla, llegándose a la misma desinformación que se hubiere tenido, de no haberle informado nada al consumidor.

c) Contenido mínimo de información de las etiquetas

[Guido]³

Un último punto y no por eso menos importante de este inciso b) del numeral 31 se refiere a las **etiquetas de los productos**. Estas constituyen en algunos casos, como por ejemplo en el caso de los establecimientos de ventas masivas como los supermercados, el único medio de información con el que cuenta el consumidor, de ahí su importancia.

En ningún caso se puede asemejar la información transmitida por una etiqueta con aquella que se puede brindar a través de la publicidad, pues si bien, ambos son medios por los cuales se informa al consumidor acerca de los productos, el contenido de información que cada uno maneja y su objetivo son diferentes.

La información publicitaria pretende inducir al consumo del bien publicitado, por lo cual resalta unas características y omite otras -las menos admirables del producto-, en cambio la etiqueta constituye un medio de información objetivo, que no busca inducir o persuadir a las personas al consumo del bien, sino brindar una serie de información técnica o de características del producto -tales como su composición, naturaleza, contenido, peso-.

Sobre el particular el inciso a) del artículo 43 del Reglamento a la Ley de Protección al Consumidor vigente establece:

"a) Etiquetado. En aplicación de las normas de etiquetado contenidas en la Ley, este Reglamento y las demás que promulgue el MEIC, se debe informar sobre la **naturaleza, la composición, el contenido, el peso cuando corresponda, las características de los bienes y servicios, así como cualquier otro dato determinante.**

*En la formulación de las normas administrativas obligatorias sobre etiquetado, se procurará exigir únicamente los **elementos razonables mínimos** para cumplir adecuadamente con el deber de información veraz al consumidor. "*

Con este numeral se establece entonces el contenido mínimo que debe de constar en toda etiqueta. Así, naturaleza, composición, contenido y peso -éste último cuando corresponda- constituyen ese contenido mínimo, el cual unido a las características particulares de cada producto van a conformar la etiqueta correspondiente del mismo.



Entre estos aspectos constituyen medular importancia la naturaleza y la composición del producto. Esto por cuanto se le debe de informar al consumidor qué es lo que realmente se le está ofreciendo. Por ejemplo, si el producto ofrecido es la mantequilla, para poder llamar a ese producto "mantequilla" el mismo debe de reunir una serie de características en su composición, así como con una serie de estándares de calidad, establecidos en los llamados **"Reglamentos Técnicos"** -entre comillas, pues en realidad son decretos- o **Normas Oficiales** emitidos por el Ministerio de Economía Industria y Comercio.

Estos "Reglamentos" o Normas Oficiales son emitidos para una gran cantidad de productos y establecen qué es lo que debe de tener el producto, cómo debe de tenerlo y en cuales condiciones, para poder denominarse como tal. Así por ejemplo, podemos citar la Norma Oficial de Calidad para Frijol en Grano, Decreto Ejecutivo No.18825-MEIC; la Norma Oficial para la Miel de Abeja, Decreto No. 13991-METC; y la Norma General de Etiquetado para los Alimentos Preenvasados, Decreto No. 23870-MEIC.

La primera de ellas establece las características necesarias que el frijol debe de tener -por ejemplo, un tiempo de cocción máximo de 90 minutos- para poder denominarse frijol de primera calidad; la segunda indica las cualidades con las que la miel debe de contar -ejemplo, índice de diastasa1 permitida según la escala Gothe y el porcentaje de azúcares reductores permitido- para poder denominarse "miel de abeja". El último de éstos decretos es aplicable a todo producto que se ofrezca al público previamente envasado y este indica la información necesaria que los mismos deben de llevar en su etiqueta, tal como el **número de lote, la fecha de vencimiento, el contenido neto y la dirección exacta del vendedor**. No todos esos aspectos interesan directamente al consumidor -por ejemplo el número de lote- sin embargo son esenciales a la hora de ejercer control por parte de las autoridades correspondientes y resultan de mucha utilidad a la hora de tener que retirar un producto del mercado -por incumplimiento de alguna norma o por representar algún peligro para los consumidores- pues con esa información se pueden "perseguir" las unidades que efectivamente presentan la irregularidad.

Con relación al control por parte del Estado sobre el cumplimiento de estas normativas, es la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medidas -del MEIC- la encargada de llevar a cabo dicho control. Como bien explica el Lic. Rándall Sáenz, asesor jurídico de dicha oficina, el control que se realiza para verificar el cumplimiento de estas normas relativas a la etiqueta se hace a *"posteriori"*, sea, que el importador, productor o quien comercialice un producto tiene libertad para confeccionar la etiqueta según sus intereses, sin embargo, se presume el conocimiento por parte de ellos de toda la normativa relativa al etiquetado. Así, posteriormente la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medidas lleva a cabo los llamados *"muestras al azar"*, con los cuales representantes de dicha Oficina se presentan, por ejemplo, a un supermercado o a la línea de producción de determinado producto, y recogen muestras de los mismos, a fin de verificar si cumplen o no con lo emitido por las normas de calidad y de etiquetado. Del mismo modo, en caso de incumplimiento se interpone la denuncia ante la Comisión Nacional del Consumidor, la cual procede a imponer la sanción del caso, que puede ir desde una multa, hasta el retiro del producto del mercado.

Este control se puede llevar a cabo también por interposición de una **"queja indirecta"** llevada a cabo por un consumidor. Se denomina queja indirecta porque el consumidor lo único que lleva a cabo es la interposición de la misma y de allí en adelante el procedimiento no se lleva a cabo como un proceso del consumidor contra el comerciante, sino que el Ministerio de Economía, Industria y Comercio representado por la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medidas, toma el caso y pone en funcionamiento todo el procedimiento, desde el muestreo hasta la interposición de la



denuncia ante la Comisión Nacional del Consumidor.

Explica el Lic. Sáenz, que anteriormente a la suscripción por parte de Costa Rica de los acuerdos productos de la Ronda Uruguay, el control de la calidad y de la información suministrada al consumidor por las etiquetas se llevaba a cabo antes de permitir al producto o servicio ingresar al mercado, pero una vez suscritos los acuerdos de la Ronda Uruguay en el sentido de eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias, este control se suspendió y se procedió a realizarlo sobre los bienes y servicios que ya se encuentran en el mercado a fin de que el mismo no se constituyera en una barrera no arancelaria que viniera a dificultar la entrada de productos a nuestro país.

En síntesis, en cuanto a etiquetas se refiere, se debe tener claro que estas revisten singular importancia como medios de información al consumidor y que existen una gran cantidad de reglamentaciones técnicas -nacionales e internacionales- aplicables a cada tipo de producto y con las cuales se establecen los niveles de información y calidad con que los productos y servicios deben de cumplir para poder presentarse al mercado con determinada denominación. También se debe tener en cuenta que el control realizado en este sentido se lleva a cabo por la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medidas y es un control a posteriori, sea, una vez que los bienes o servicios ya se encuentran en el mercado y que el mismo se lleva a cabo para verificar si, con el uso de informaciones falsas y el incumplimiento de normas de calidad, a través de las etiquetas, se esté engañando al consumidor, al ofrecerle productos que por sus características de composición y calidad, no cumplen con los estándares establecidos para poder ser ofrecidos de la manera en que se ofrecen.

3 Normativa

[Reglamento a la Ley del Consumidor]⁴

Artículo 45.—Sobre el etiquetado.

En aplicación de las reglamentaciones técnicas de etiquetado referidas en las leyes vigentes y en este Reglamento, se debe informar sobre la naturaleza, la composición, el contenido, el peso, cuando corresponda; las características de los bienes y servicios; así como cualquier otra información determinante. Para tales efectos se aplicarán en orden de prioridad las disposiciones de una reglamentación técnica específica y en su ausencia, las de una reglamentación técnica general.



ADVERTENCIA: El Centro de Información Jurídica en Línea (CIJUL en Línea) está inscrito en la Universidad de Costa Rica como un proyecto de acción social, cuya actividad es de extensión docente y en esta línea de trabajo responde a las consultas que hacen sus usuarios elaborando informes de investigación que son recopilaciones de información jurisprudencial, normativa y doctrinal, cuyas citas bibliográficas se encuentran al final de cada documento. Los textos transcritos son responsabilidad de sus autores y no necesariamente reflejan el pensamiento del Centro. CIJUL en Línea, dentro del marco normativo de los usos según el artículo 9 inciso 2 del Convenio de Berna, realiza citas de obras jurídicas de acuerdo con el artículo 70 de la Ley N° 6683 (Ley de Derechos de Autor y Conexos); reproduce libremente las constituciones, leyes, decretos y demás actos públicos de conformidad con el artículo 75 de la Ley N° 6683. Para tener acceso a los servicios que brinda el CIJUL en Línea, el usuario(a) declara expresamente que conoce y acepta las restricciones existentes sobre el uso de las obras ofrecidas por el CIJUL en Línea, para lo cual se compromete a citar el nombre del autor, el título de la obra y la fuente original y la digital completa, en caso de utilizar el material indicado.

- 1 Navarro López, K., & Salas Rodríguez, I. (1999). Protección penal del consumidor en el ordenamiento jurídico costarricense. Tesis de Grado para optar por la Licenciatura en Derecho. Universidad de Costa Rica. Facultad de Derecho. Pp. 42-43.
- 2 Guido Ortega, A. (1998). El Derecho a la Información del Consumidor. Tesis de Grado para optar por el grado de Licenciatura en Derecho. Universidad de Costa Rica. Facultad de Derecho. San José, Costa Rica. Pp.194-195.
- 3 Guido Ortega, A. Ibidem. Pp. 275-280.
- 4 Poder Ejecutivo. Decreto Ejecutivo número 36234 del treinta de setiembre de 2010. Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Fecha de vigencia desde: 01/11/2010. Versión de la norma: 1 de 1 del 30/09/2010. Datos de la Publicación: N° Gaceta: 211 del: 01/11/2010.