



Importancia del consumidor para el estado peruano, una mirada desde el enfoque constitucional

The importance of consumers for the peruvian state: a constitutional perspective

Eduardo Jesús Chocano Ravina¹

Resumen

Desde el constitucionalismo económico, la economía social de mercado exige instituciones que garanticen un acceso equitativo al mercado, lo cual presupone una efectiva protección al consumidor. Este no es un sujeto pasivo, sino el agente que realiza los fines del modelo económico constitucional: eficiencia con justicia y competencia con equidad. Su reconocimiento como sujeto de derechos implica que garantías como la información, seguridad y reparación deben ser leídas como derechos fundamentales. En este contexto, la intervención estatal no contraviene la libertad de empresa, sino que actúa como una garantía constitucional para preservar los fines del mercado. La asimetría informativa entre proveedor y consumidor no es solo un problema económico, sino un conflicto de poder que

¹ Bachiller de Derecho en la Universidad de Lima y es estudiante de filosofía en la Universidad TECH. Ganador en la categoría de ponencia estudiantil en el I Congreso Nacional e Internacional de Derecho Ambiental organizado por la Universidad Científica del Sur, CMS Grau y Sociedad Peruana de Derecho Ambiental-SPDA. Autor y coautor de artículos en Derecho Constitucional en revistas indexadas como en portales web. Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2254-6197>. Correo de contacto: ejchocano@gmail.com.

compromete la igualdad sustancial. Por ello, el Estado no solo puede, sino que debe intervenir para corregir estos desequilibrios mediante regulación, supervisión y sanción, fortaleciendo así un mercado justo y constitucionalmente legítimo.

Palabras Clave: Consumidor, jurisprudencia, Tribunal Constitucional, protección, economía social de mercado.

Abstract

From the standpoint of economic constitutionalism, the social market economy requires institutions that guarantee equitable access to the market, which presupposes effective consumer protection. The consumer is not a passive subject, but the agent that achieves the goals of the constitutional economic model: efficiency with justice and competition with equity. Its recognition as a subject of rights implies that guarantees such as information, safety and redress must be read as fundamental rights. In this context, state intervention does not contravene freedom of enterprise, but acts as a constitutional guarantee to preserve the purposes of the market. The information asymmetry between supplier and consumer is not only an economic problem, but a conflict of power that compromises substantive equality. Therefore, the State not only can, but must intervene to correct these imbalances through regulation, supervision and sanction, thus strengthening a fair and constitutionally legitimate market.

Keywords: Consumer, jurisprudence, Constitutional Court, protection, social market economy

1. Introducción

Kennedy (1962) señaló que todos somos consumidores y que, como grupo, ejercemos una influencia directa sobre las decisiones económicas públicas y privadas². Más de

2 Información obtenida de la página web del Gobierno de Colombia proveniente del siguiente enlace: <https://www.sic.gov.co/Que-hay-detras-del-mes-del-consumidor#:~:text=La%20historia%20comienza%20un%2015,decisiones%20econ%C3%B3micas%20p%C3%ABlicas%20y%20privadas.>

seis décadas después, esta afirmación sigue siendo pertinente, especialmente en regímenes como el peruano, donde el modelo económico constitucional, la economía social de mercado, reconoce al consumidor como eje de su estructura funcional.

No obstante, este reconocimiento no está exento de tensiones constitucionales. En particular, el artículo 65° de la Constitución establece un deber estatal de proteger al consumidor frente a las dinámicas propias del mercado. Este deber convive con principios de libertad de empresa, iniciativa privada y mínima intervención estatal, generando un conflicto latente entre derechos fundamentales de los consumidores y libertades económicas.

De tal modo que este trabajo se propone abordar el rol del consumidor desde una perspectiva constitucional crítica, no solo como agente económico, sino como titular de derechos fundamentales en un mercado estructuralmente asimétrico. En ese sentido, se parte del presupuesto de que la intervención estatal en defensa del consumidor no solo es constitucionalmente legítima, sino necesaria para el cumplimiento del modelo económico adoptado por la Constitución peruana.

Para ello, se analizará el contenido constitucional de la protección al consumidor, su desarrollo jurisprudencial, los principios que orientan su interpretación, así como el lugar que ocupa dentro del modelo de economía social de mercado. Se busca, con ello, contribuir a una comprensión más densa y coherente del consumidor como sujeto constitucionalmente protegido.

Para lograr ello, se optará por una metodología cualitativa. Esta metodología busca describir en detalle los fenómenos para generar categorías y relaciones teóricas sin imponer marcos previos; la teoría emerge inductivamente de datos empíricos, testimonios, comportamientos e interacciones, y se refina o verifica más adelante (Quecedo y Castaño, 2002, p. 12). Esta lógica inductiva exige un diseño flexible y reflexivo que salvaguarde la credibilidad metodológica: la flexibilidad permite ajustar el plan a las necesidades emergentes, mientras que la reflexividad impone una revisión crítica constante de cada decisión de campo para sostener el rigor y la congruencia del estudio (González Gil, 2009, pp.

121-122). En coherencia con ello, se adoptó un diseño de investigación cualitativa, particularmente adecuado para obtener datos descriptivos mediante el análisis sistemático de testimonios orales y escritos.

En consecuencia, la investigación cualitativa se presenta como la estrategia metodológica más idónea. El estudio se apoya, además, en la jurisprudencia del Tribunal Constitucional y en la literatura académica especializada. Definido este enfoque, procede analizar el sustento jurisprudencial que otorga rango constitucional a la protección del consumidor.

2. La Importancia De La Jurisprudencia Del Tribunal Constitucional

Actualmente, el Perú vive en un Estado Constitucional de Derecho, lo cual implica que la Constitución Política ocupa el lugar de norma suprema en el ordenamiento jurídico. Además, existe un Tribunal Constitucional que se encarga de velar por el cumplimiento de los contenidos de la carta magna y su correcta interpretación. En relación con lo dicho Roel (2021, p. 257) señaló que dicho órgano tiene como principal tarea proteger la supremacía constitucional y asegurar una adecuada interpretación de sus disposiciones.

En línea con esa premisa metodológica, Nogueira (2005, p. 29) comenta que las sentencias emitidas por un Tribunal Constitucional no sólo resuelven un conflicto jurídico concreto, como ocurre con los tribunales ordinarios, sino que también ejercen una función política relevante al interpretar valores y principios constitucionales e integrar el ordenamiento jurídico

Lo expuesto por los juristas evidencia que el Tribunal Constitucional salvaguarda la supremacía de la Carta Magna mediante un control e interpretación rigurosos de sus contenidos. De ahí la relevancia de sus resoluciones, en las que desarrolla los diversos elementos de la Constitución; por ello, este artículo se centra en su jurisprudencia complementada con artículos académicos. Aclarado

el rol integrador del Tribunal Constitucional, resulta necesario precisar quién es el sujeto protegido: el consumidor.

3. Qué se comprende por consumidor y su importancia

Parte el estudio mediante la Ley N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor, señala en su Artículo IV quienes son los consumidores, pudiendo indicarse lo siguiente:

1. Se considera consumidor a toda persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta productos o servicios, tanto materiales como inmateriales, como destinatario final, sea el uso que se le dé, siempre que actúe fuera del marco de una actividad empresarial o profesional, con excepción de los proveedores.
2. También se reconoce como consumidor al microempresario que se encuentre en una situación de asimetría informativa frente al proveedor respecto de productos o servicios que no formen parte de la actividad central de su negocio.
3. Finalmente, ante la existencia de dudas sobre el uso final de un producto o servicio, se presume como consumidor a quien lo adquiere, utiliza o disfruta (Congreso de la República, 2010, Artículo IV).

Como se desprende de la definición citada, los consumidores son todas las personas, tanto naturales como jurídicas, que usan o disfrutan como destinatarios finales algún producto o servicio sea material o inmaterial sea para su beneficio personal o de otras personas y que este uso no tenga un fin empresarial o profesional.

A su vez, Aníbal Torres (2012, p. 364) señaló que la condición de consumidor es inherente a la naturaleza humana, ya que toda persona, desde su concepción, es portadora de necesidades que requieren ser atendidas. Por lo que, el consumo

de bienes y servicios es una característica universal de la vida en sociedad, dado que todas las actividades económicas tienen como propósito fundamental la satisfacción de dichas necesidades.

Al respecto, Julio Baltazar Carrión y Pavel Flores Flores comentaron que se define al consumidor final como aquel que adquiere bienes o servicios para su propio uso, manteniéndolos dentro de su esfera personal, familiar o doméstica, sin reintroducirlos en el mercado. Por ello, no se considera consumidor final a quien compra con el propósito de revender o integrar los bienes en procesos productivos, dado que la relación de consumo debe limitarse a la interacción entre el consumidor y el mercado. Esta interpretación responde a un análisis teleológico de la norma, que busca distinguir claramente el consumo privado de las actividades comerciales (2024).

Además, es de suma importancia reconocer quien es el consumidor final debido a que el concepto de consumidor final es fundamental, ya que permite delimitar quiénes están amparados por la protección al consumidor. A su vez, este criterio es esencial para definir la existencia de una relación de consumo, pues constituye el eje central que determina si un vínculo jurídico puede ser considerado sujeto a las disposiciones que rigen la protección del consumidor (Aldana y Gagliuffi, 2004, p. 50).

Aunado a ello, el Tribunal Constitucional señaló respecto al consumidor señaló en la Sentencia recaída en el Expediente N° 7339-2006-PA/TC, la cual en su fundamento veinte indica que el consumidor, o usuario, es el objetivo final de toda actividad económica. Lo dicho se debe a que es quien completa el ciclo económico al satisfacer sus necesidades por el uso de diversos bienes y servicios (2007, p. 6).

Lo establecido por el Tribunal Constitucional permite comprender tanto la definición de consumidor o usuario como su importancia en el desarrollo económico. En cuanto a su conceptualización, el Tribunal afirmó que el consumidor constituye el objetivo final de toda actividad económica. Explicó

que este ocupa la última etapa del ciclo económico, pues es quien satisface sus necesidades mediante el uso de bienes o servicios. De la misma manera, precisó que la calidad de consumidor puede recaer tanto en personas naturales como en personas jurídicas.

Además, en la sentencia mencionada, el Tribunal sostuvo en el fundamento veinte uno que la condición de consumidor o usuario no puede asignarse indiscriminadamente a cualquier persona o entidad, sino únicamente a aquellos que interactúan con los proveedores dentro de las dinámicas propias del mercado, cuyo funcionamiento y regulación cuentan con el respaldo de la intervención estatal (2007, p. 6).

De este modo, la noción de consumidor final abarca tanto a personas naturales como jurídicas que adquieren bienes o servicios para su uso personal, familiar o social sin incorporarlos a actividades empresariales o profesionales, distinción que separa el consumo privado del ejercicio comercial. Cabe agregar que, el Tribunal Constitucional destacó que el consumidor es el destinatario último de la actividad económica y que su protección implica garantizar el acceso a bienes y servicios en condiciones equitativas. Precisos los contornos del concepto, pasemos a la garantía constitucional que lo blindo frente a las asimetrías propias del mercado.

4. Protección Constitucional De Los Consumidores

La protección al consumidor es de tal importancia para el desarrollo del Estado peruano que esta se encuentra presente desde la Constitución Política del Perú de 1979, donde se indicó en el artículo 110° que el Estado promueve el desarrollo económico y social incrementando la producción y la productividad. Adicional a lo anterior, señaló la necesidad de la utilización eficaz de los recursos disponibles, la creación de puestos de trabajo y una distribución justa del ingreso. Además, con el propósito de garantizar el bienestar colectivo, promueve el fortalecimiento

de los distintos sectores productivos y protege los derechos e intereses de los consumidores, asegurando así un equilibrio en las relaciones de mercado (1979).

De este modo, la anterior Constitución reconoció en su última oración el interés que posee el Estado en la protección de los consumidores. Sin embargo, dicha disposición no estuvo acompañada de una estructura institucional, un marco orgánico definido ni la implementación de una política pública que favoreciera su desarrollo (Mallma, 2018, p. 24).

Con la Constitución vigente se produjo un avance significativo en la tutela del consumidor, al reconocerse expresamente su protección en el artículo 65°. Esta disposición establece el deber del Estado en defender los intereses de los consumidores y usuarios, garantizándoles el derecho a recibir información adecuada sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado como el de resguardar, la salud y la seguridad de la población (Constitución Política del Perú, 1993).

Por consiguiente, nuestra actual norma suprema deja en claro el deber que tiene el Estado de proteger el interés de los consumidores. Respecto al mencionado artículo, Purizaca (2010, p. 91) indicó que la Constitución garantiza la protección de los agentes económicos responsables de la oferta en el mercado, respaldando el ejercicio de los derechos de libre empresa, comercio e industria. De manera equitativa y con el mismo nivel de importancia, también salvaguarda los derechos del individuo que genera la demanda, es decir, del consumidor o usuario.

En relación con el análisis del artículo 65° de la Constitución, el Tribunal Constitucional, en la Sentencia recaída en el Expediente N.º 5259-2006-PA/TC, destacó en su fundamento diecisiete que dicha norma establece una estructura jurídica de carácter dual. Por un lado, actúa como un principio rector que guía la intervención del Estado en el ámbito económico; y, por otro, reconoce un derecho subjetivo en favor de los consumidores y usuarios (2006). Adicional a lo señalado, el Tribunal en el fundamento nombrado indicó que el artículo no solo orienta la actuación estatal en la protección de los intereses de los consumidores, sino que

también les otorga la facultad de exigir medidas concretas frente a vulneraciones o amenazas a sus derechos, incluyendo la posibilidad de accionar incluso contra el proveedor cuando se vean afectados sus legítimos intereses (2006).

Como señaló el Tribunal Constitucional en la sentencia mencionada, el artículo 65° cumple dos grandes funciones para el Estado peruano:

1. Actuar como una máxima para el desarrollo normativo sobre la protección del consumidor en cualquier actividad económica.
2. Establecer la facultad de los consumidores de poder pedir la tutela de sus derechos al Estado cuando estos resultasen vulnerados (2006).

Conviene observar que, al analizar el artículo 65° de la vigente Constitución, a diferencia de la anterior norma suprema, se reconoce en un precepto específico la protección del consumidor. Para ello, el citado artículo establece el deber del Estado de garantizar lo siguiente:

1. El derecho al acceso a la información sobre los bienes y servicios que se ofrecen a los consumidores.
2. Que los bienes y servicios no afecten la salud y seguridad de los consumidores.

En cuanto a los deberes del Estado en materia de protección al consumidor, el Tribunal Constitucional desarrolló ampliamente esta temática en la Sentencia recaída en el Expediente N.º 3315-2004-AA/TC. En ella, mediante el fundamento noveno, se enfatizó que el Estado tiene la obligación de garantizar el derecho a la información sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado, lo cual exige que dicha información sea veraz, suficiente, adecuada y de fácil acceso para los consumidores. Cabe agregar que, estableció que el Estado debe velar por la salud y la seguridad de las personas en su calidad de consumidores o usuarios,

asegurando que los productos y servicios ofrecidos no representen un riesgo cuando sean utilizados en condiciones normales o previsibles (2005).

Sobre el deber del Estado de garantizar el acceso a la información sobre los bienes y servicios a los consumidores, Antonio Antay Bolaños (2018, p. 32) señaló que el acceso a información veraz, clara y oportuna permite al consumidor tomar decisiones libres en el mercado. Además, no solo constituye un derecho, sino también una obligación para el proveedor, quien debe cumplir con estándares específicos en la entrega de dicha información.

Por otro lado, sobre el deber de velar por la salud y seguridad de los consumidores, Echaiz (2012, p. 108) comentó que el Estado tiene el deber de proteger la salud y la seguridad de los consumidores, al considerarlas bienes jurídicos de especial relevancia que requieren una tutela reforzada. A su vez, indicó que su labor en la protección del consumidor incluye garantizar que los proveedores brinden información clara y veraz, lo que resulta fundamental cuando la relación de consumo puede afectar la salud o seguridad de los usuarios.

Por lo tanto, el artículo 65° de la carta magna establece el deber estatal de proteger a los consumidores, garantizando su derecho a acceder a información clara y veraz sobre los bienes y servicios que adquieren. A su vez, debe velar por que estos productos y servicios no representen un riesgo para su salud y seguridad. En esta línea, el Tribunal Constitucional ha reafirmado que el Estado tiene la obligación de regular el mercado para asegurar que los consumidores puedan tomar decisiones informadas y que los bienes ofertados no generen daños previsibles, fortaleciendo así la protección de sus derechos.

A su vez, en el Tribunal Constitucional en la Sentencia recaída en el Expediente N.º 3315-2004-AA/TC, anteriormente mencionada, desarrolló en el fundamento noveno (2005) los principios que originan los contenidos del artículo 65° de la Constitución. De tal modo que, para lograr una mejor comprensión de los principios, se elaboró el siguiente cuadro:

Principio	Definición
Pro-consumidor	Este principio establece que el Estado debe adoptar un rol tuitivo en favor del consumidor, garantizando su defensa frente a posibles abusos o desequilibrios en el mercado. Esta protección es necesaria debido a las asimetrías de información y las desventajas estructurales que los consumidores enfrentan en su relación con los proveedores.
Proscripción del abuso del derecho	El Estado tiene la responsabilidad de prohibir y sancionar cualquier actividad que vulnere los derechos del consumidor, especialmente aquellas derivadas de prácticas contractuales diseñadas con la intención de perjudicarlo. Este principio busca erradicar conductas que generen un detrimento injustificado en su posición dentro del mercado.
Isonomía real	Se fundamenta en la premisa de que debe existir igualdad entre los sujetos que se encuentran en la misma situación jurídica, mientras que aquellos en condiciones desiguales requieren un trato diferenciado que corrija los desequilibrios en la relación de consumo.
<i>Restitutio in integrum</i>	El Estado tiene el deber de garantizar que, en caso de que un proveedor cause daños a un consumidor dentro de la relación comercial, se establezcan mecanismos efectivos de reparación que compensen el perjuicio sufrido y restablezcan el equilibrio en la relación de consumo.
Transparencia	Los proveedores están obligados a suministrar a los consumidores toda la información necesaria y relevante sobre los bienes y servicios que ofrecen. Esta exigencia tiene como finalidad permitir una toma de decisiones informada y evitar cualquier perjuicio derivado de la falta de transparencia en la oferta comercial.
Veracidad	El Estado debe garantizar que la información proporcionada por los proveedores sea veraz, precisa y comprobable, evitando la difusión de datos engañosos o confusos que puedan inducir al error a los consumidores y afectar su capacidad de elección.
<i>Indubio pro-consumidor</i>	En casos donde exista una duda insalvable en la interpretación de una norma, los órganos jurisdiccionales del Estado deben aplicar el criterio más favorable al consumidor. Este principio asegura que, ante ambigüedades legislativas, se privilegien los derechos de la parte más vulnerable en la relación de consumo.
Pro asociativo	El Estado tiene la obligación de facilitar y fomentar la creación y el desarrollo de asociaciones de consumidores, reconociendo su importancia en la defensa de sus derechos e intereses frente a posibles abusos por parte de los proveedores.

A partir de estos principios, se desprenden los dos grandes deberes del Estado en materia de protección al consumidor, conforme lo establece el artículo 65° de la Constitución. No obstante, es importante destacar que la tutela del consumidor no se limita únicamente a lo dispuesto en dicho precepto constitucional. En

realidad, la protección al consumidor es un eje transversal en el ordenamiento jurídico y debe ser interpretada en armonía con otros derechos fundamentales y principios rectores del sistema económico.

Bajo esta lógica, la evolución jurisprudencial y el desarrollo normativo han reafirmado la necesidad de garantizar una regulación efectiva que asegure condiciones equitativas en el mercado y prevenga posibles abusos. Así, el reconocimiento de estos principios no solo fortalece el rol del Estado como garante de los derechos del consumidor, sino que también promueve un entorno comercial más justo y transparente, en el que la confianza del consumidor se convierta en un factor clave para el desarrollo sostenible de la economía.

A su vez, el Tribunal Constitucional, en el expediente citado, enfatizó en el fundamento décimo que, si bien la Constitución reconoce expresamente ciertos derechos de los consumidores, estos no son los únicos que configuran su protección. Más bien, el texto constitucional alberga implícitamente una serie de derechos adicionales, cuyo reconocimiento deriva del carácter abierto y evolutivo del marco jurídico (2005).

Esta interpretación es consistente con el artículo 3° de la Constitución, que establece que los derechos enumerados en el artículo 2° no excluyen la posibilidad de reconocer otros derechos. En consecuencia, el Tribunal Constitucional en el caso señalado identificó en el fundamento décimo que, dentro del ámbito de protección al consumidor, derechos como el acceso al mercado, la libertad de elección, la igualdad de trato, la asociación para la defensa colectiva, la protección de los intereses económicos, el derecho a la reparación de daños y la garantía de una oferta diversa de bienes y servicios (2005).

Así, además de los derechos expresamente mencionados en el artículo 65°, el Tribunal Constitucional ha reconocido un haz más amplio de prerrogativas que robustecen la tutela del consumidor dentro del ordenamiento jurídico. Este artículo impone al Estado la obligación de proteger a los consumidores, garantizar su derecho a la información y salvaguardar su salud y seguridad; la protección no

se agota en su texto, pues incluye derechos implícitos que exigen la intervención regulatoria para equilibrar la relación entre proveedores y demandantes. Estas garantías jurídicas solo adquieren plena eficacia dentro de un modelo económico coherente; de ahí que sea pertinente revisar el régimen vigente.

5. Actual Modelo Económico Y La Importancia De Protección Al Consumidor

5.1. Antecedentes Del Modelo Económico

A partir de este marco conceptual, resulta imprescindible examinar el modelo económico vigente en el Perú para comprender la relevancia del consumidor en el crecimiento y estabilidad del país. En consecuencia, es fundamental, en primer lugar, definir el significado y alcances de la incorporación de un régimen económico dentro de una Constitución. Dicho análisis permitirá identificar cómo las disposiciones constitucionales influyen en la formulación de políticas públicas orientadas a garantizar un adecuado desarrollo del mercado y la protección de sus actores.

Para ello, nos remitiremos al concepto de constitucionalismo económico, el cual fue explicado por Gaspar Ariño como el marco normativo que rige la vida económica y social de un país. A su vez, se encuentra conformado por un conjunto de principios, criterios, valores y disposiciones fundamentales, los cuales se estructuran de acuerdo con el ordenamiento reconocido en la Constitución (2004, p. 171).

A su vez, Baldo Kresalja y César Ochoa desarrollaron respecto al constitucionalismo económico que el reconocimiento de la Constitución económica como un subsistema dentro del orden constitucional refleja la estrecha relación entre la libertad económica y la libertad política, ambas entendidas como manifestaciones de un mismo concepto unificado de libertad. En este sentido, no se plantea una subordinación del derecho a la economía, sino más bien una

interdependencia lógica, en la que el derecho, como instrumento normativo, se adapta a la complejidad de la realidad económica (2020, p. 191).

Así, la economía no opera de manera aislada, sino que mantiene una conexión fundamental con la legitimidad democrática del sistema político. Esto se debe a que la libertad económica solo puede desempeñar una función garantizadora dentro del orden jurídico en la medida en que se reconoce su vínculo sustancial con la libertad política, asegurando así un marco normativo que legitime y estructure el desarrollo económico dentro de un Estado de derecho (Kresalja y Ochoa, 2020, p. 191).

Por lo tanto, se comprende que el constitucionalismo económico establece un marco normativo esencial para garantizar la estabilidad y el desarrollo de un Estado, al definir las bases de su modelo económico. Conviene precisar que, la existencia de un modelo económico dentro del orden constitucional no solo regula la vida económica y social del país, sino que también asegura la cohesión entre la libertad económica y la libertad política.

De esta manera, la Constitución, al establecer principios y valores fundamentales, no subordina el derecho a la economía, sino que reconoce su interdependencia y la necesidad de armonizarlos dentro del orden jurídico. De este modo, el desarrollo económico adquiere legitimidad dentro del sistema democrático, asegurando que las dinámicas del mercado se alineen con los valores y principios del Estado de derecho, fortaleciendo así su estructura institucional y su sostenibilidad a largo plazo.

Por otro lado, es adecuado un desarrollo breve respecto al modelo económico establecido en la Constitución de 1979 a fin de entender cómo es que se alcanzó el actual modelo. Al respecto, la anterior norma suprema señalaba en su artículo 110° que el sistema económico de la República se basa en principios de justicia social que buscan dignificar el trabajo, considerándolo tanto la principal fuente de riqueza como un medio para la realización personal. Para ello, el Estado impulsa el crecimiento económico y social a través del aumento de la producción

y la productividad, el uso eficiente de los recursos, la generación de empleo y una distribución equitativa de la riqueza. Con este mismo propósito, promueve el desarrollo de los distintos sectores productivos y protege los derechos e intereses de los consumidores (Constitución Política del Perú, 1979).

Asimismo, el artículo 113° señala de forma explícita que el Estado desarrolla actividad empresarial con el propósito de impulsar el crecimiento económico nacional, garantizar la prestación de servicios públicos esenciales y contribuir al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible. Sobre los mencionados contenidos de la anterior Constitución, Gasco (2022, pp. 95-96) comprendió que la Constitución de 1979 adoptó un modelo de economía social de mercado, cuyo sistema económico y financiero se estructuraba sobre cuatro pilares fundamentales: el pluralismo económico, la planificación democrática, la libre iniciativa dentro de un esquema de economía social de mercado y un papel activo del Estado en la promoción del desarrollo.

Respecto a sus bases, el jurista Chanamé (2013, pp. 50-51) señaló que el régimen de economía social de mercado establecía la libre iniciativa privada, la cual debía ser promovida y regulada por el Estado para garantizar su compatibilidad con el interés social. Igualmente, la Constitución reconocía al Estado como actor empresarial y regulador en sectores estratégicos cuando existieran necesidades de interés nacional. Para ello, se implementaban planes de desarrollo que servían como herramientas para definir la política económica y social, regulando la gestión del sector público y orientando, de manera coordinada, la actividad de los demás sectores. Una vez aprobada, dicha planificación adquiría carácter vinculante y de obligatorio cumplimiento.

Sin embargo, el modelo descrito fracasó en su aplicación. Hacia fines de la década de 1980 el Perú afrontaba hiperinflación, una abultada deuda externa, la quiebra de empresas públicas y un proceso acelerado de privatización (Quiroga León, 2023, p. 377). Este punto de quiebre histórico explica el tránsito al actual modelo de economía social de mercado, que se detalla a continuación.

5.2. Actual Modelo Económico

El modelo económico vigente en el país tiene su fundamento en la propia Constitución, específicamente en el artículo 58°, donde se reconoce que la iniciativa privada es libre y se desarrolla dentro del marco de una economía social de mercado. Este sistema implica la libertad de empresa. A su vez, indica que el Estado cumple un rol orientador en el desarrollo nacional, interviniendo de manera prioritaria en sectores clave como la generación de empleo, la salud, la educación, la seguridad, los servicios públicos y la infraestructura (Constitución Política del Perú, 1993).

De tal modo que este artículo deja en claro que el modelo económico actual del Perú es la economía social de mercado. A su vez, sobre este modelo, es importante mencionar que su aparición surge con la Constitución de 1979. No obstante, a diferencia de lo dispuesto en la Constitución de 1979, el enfoque actual se basa en la iniciativa privada como motor del desarrollo económico. Al respecto, González (1995, p. 31) comentó que el actual régimen económico impulsa la libre iniciativa de los peruanos. Esta dinámica, lejos de socavar las solidaridades de base impulsadas por la Constitución de 1979, en realidad facilita su desarrollo al incentivar la iniciativa económica de los ciudadanos.

Fundamento lo dicho, nos apoyamos en lo señalado por el Instituto Peruano de Economía del 30 de noviembre de 2020, en el cual se indicó que entre 1980 y 1993, la inversión extranjera directa apenas promedió US\$72 millones anuales, mientras que desde 1993 hasta 2019 esta se multiplicó, alcanzando un promedio de US\$4.600 millones anuales. A nivel interno, la inversión privada se quintuplicó en términos reales entre 1993 y 2019. Asimismo, la inflación, que entre 1983 y 1993 promedió 358 % anual, producto del financiamiento estatal por emisión inorgánica, se redujo a 4.5 % anual entre 1993 y 2019 gracias a la independencia del BCR. Asimismo, el crecimiento económico también fue contundente, el PBI per cápita se multiplicó por 2.6 desde 1992, y Perú pasó de ser el país con

menor crecimiento de Sudamérica (1975–1992) al de mayor dinamismo regional (1993–2018) (Instituto Peruano de Economía, 2023).

Es necesario mencionar que la Constitución Política del Perú reconoce expresamente la libertad de iniciativa privada como uno de los principios rectores del orden económico. En efecto, el artículo 2º, inciso 17, consagra el derecho de toda persona a participar, de manera individual o asociada, en la vida económica, política, social y cultural del país, lo que refleja una clara orientación hacia la promoción de la participación ciudadana en los distintos ámbitos de la sociedad. En la misma línea interpretativa, el Tribunal Constitucional, en la sentencia recaída en el Expediente N.º 0008-2003-AI/TC, subrayó en su fundamento 13 que los pilares esenciales del Estado peruano se sustentan en presupuestos de naturaleza económica, social, política y jurídica, los cuales conforman un entramado interdependiente que garantiza el pleno ejercicio de los derechos fundamentales y la estabilidad del orden democrático (Tribunal Constitucional, 2003).

En esa línea, el Tribunal Constitucional, en la misma sentencia, profundiza en el fundamento señalado tres conceptos claves para entender el funcionamiento de este modelo: en primer lugar, el bienestar social, entendido como la generación de empleos productivos, condiciones laborales dignas y una distribución equitativa del ingreso; en segundo lugar, el mercado libre, que implica tanto el respeto a la propiedad privada y la libre competencia basada en la oferta y la demanda, como la lucha contra los monopolios y oligopolios; y, en tercer lugar, un Estado con carácter subsidiario y solidario, cuyas intervenciones deben ser auxiliares, complementarias y de carácter temporal (2003).

Lo dicho por el Tribunal Constitucional permite comprender que el bienestar social implica la creación de empleos productivos, el acceso a condiciones laborales dignas y una distribución equitativa del ingreso. Esto significa que el modelo económico debe garantizar que la población tenga oportunidades de desarrollo dentro del sistema de trabajo y el mercado, promoviendo condiciones

que favorezcan una vida digna para todos los ciudadanos. Por ende, el bienestar social hace referencia a los aspectos que una persona percibe como necesarios para alcanzar una calidad de vida satisfactoria (Koubi, 2020, pp. 329-331).

Por otro lado, el concepto de mercado libre hace referencia al respeto de derechos fundamentales como la propiedad privada, la iniciativa empresarial y la libre competencia, regulada principalmente por la oferta y la demanda. Sin embargo, el Tribunal también subraya la importancia de combatir monopolios y oligopolios que puedan distorsionar el funcionamiento del mercado, asegurando así un entorno de competencia justa y equitativa. Por ende, el bienestar social hace referencia a los aspectos que una persona percibe como necesarios para alcanzar una calidad de vida satisfactoria. (Olivos, 2020, pp. 161-162).

Además, el Tribunal establece que un Estado subsidiario y solidario no debe actuar como el motor principal del desarrollo económico, sino como un garante del cumplimiento de derechos y como un ente regulador que interviene solo cuando el mercado no puede satisfacer adecuadamente las necesidades de la población. De acuerdo con lo anterior, su papel es auxiliar, complementario y temporal, asegurando que la economía funcione en beneficio del bienestar general sin sustituir la iniciativa privada como motor del crecimiento. De tal modo que el artículo 60° de la Constitución garantiza el pluralismo económico, estableciendo igualdad jurídica para empresas públicas y privadas, y limita la actividad empresarial estatal al principio de subsidiariedad (Ahomed, 2020, p. 17).

El Tribunal Constitucional, en la sentencia citada, indicó en su fundamento diecisiete la importancia de la libre iniciativa privada como pilar del modelo económico, recogido en el artículo 58° de la Constitución y vinculado al derecho fundamental consagrado en el inciso 17) del artículo 2°, que reconoce a toda persona el derecho a participar en la vida económica del país. En ese sentido, toda persona natural o jurídica tiene la libertad de emprender y desarrollar cualquier

actividad económica, utilizando bienes para la producción o el intercambio con el objetivo de obtener un beneficio (2003).

Con lo citado, queda claro la importancia que posee la iniciativa privada para nuestro Estado. Como señaló el Tribunal Constitucional, el derecho a la libre iniciativa privada implica que toda persona de forma individual o asociada pueda intervenir en la vida económica de nuestro Estado. Además, el propio Tribunal en la Sentencia recaída en el Expediente N° 00011-2013-PI/TC en sus fundamentos diecisiete y dieciocho señaló que la libre iniciativa privada otorga a personas naturales y jurídicas la autonomía para emprender y desarrollar actividades económicas con fines de lucro, mediante la disposición e intercambio de bienes (2014, p. 7).

Comprendiéndose de lo expuesto que el consumidor no es solo un agente económico, sino el pilar sobre el que descansa el régimen económico peruano; su protección es condición de posibilidad para el funcionamiento eficiente del mercado, pues reduce asimetrías de información y fomenta la competencia leal. La intervención estatal, a través de la regulación y la fiscalización, empodera al consumidor y asegura un mercado dinámico y transparente donde la libre iniciativa empresarial coexiste con los derechos de quienes demandan bienes y servicios, consolidando una economía social de mercado equilibrada y justa. Los hallazgos precedentes permiten sintetizar las principales implicancias constitucionales y económicas, como se expone seguidamente.

5.3. Importancia Del Consumidor Para La Economía Social De Mercado

Con base a todo lo desarrollado, el crecimiento del mercado peruano depende, en gran medida, de su población y de su capacidad de consumo. Así pues, el consumidor resulta el principal impulsor de nuestra economía, dado que es quien dictamina qué bienes y servicios se ofrecen. Los intereses del consumidor son los encargados de determinar que bienes y servicios serán los más consumidos. Por

lo tanto, estos resultarán los que se producirán por parte de los proveedores con el objetivo de obtener ganancia de la venta o renta de su producto.

Es de allí que se comprende la importancia de brindar protección al consumidor en el Estado peruano. Por añadidura, esta protección es esencial para garantizar un equilibrio en las relaciones de consumo y evitar abusos derivados de posiciones dominantes en el mercado. De esta manera, se fortalece la confianza en el sistema económico, promoviendo una competencia justa y asegurando que los derechos de los consumidores sean respetados. A la luz de lo anterior, el Estado cumple un rol regulador que busca armonizar la iniciativa privada con el bienestar general.

Sin embargo, quien posee mayor información respecto a un bien es el proveedor. Esta situación se conoce como la asimetría de la información. En palabras de Villalba (2012, p. 99), el productor posee un conocimiento especializado sobre los procesos de fabricación y elaboración de los bienes o servicios que ofrece en el mercado, lo que le otorga una ventaja significativa al ser el principal depositario de la información. En contraste, el consumidor no siempre dispone de datos suficientes para tomar decisiones plenamente racionales y eficientes desde una perspectiva económica. Su acceso a la información depende en gran medida de lo que el propio productor le proporciona, la cual puede ser limitada o incluso incompleta.

Respecto a la asimetría de la información, el Tribunal de Defensa de la Competencia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual señaló en el Expediente N° 005-96-CPC que esta implica que el proveedor se encuentra en una posición privilegiada dado que posee el control y supervisión del proceso de producción y comercialización. De este modo, su conocimiento técnico y experiencia en el mercado le otorgan la capacidad de evaluar, con mayor precisión y menor costo, la idoneidad del bien o servicio ofrecido. En contraposición, el consumidor, en la mayoría de los casos, carece de los medios y la información necesaria para determinar si un defecto

proviene del fabricante o de otro factor externo, lo que lo coloca en una situación de desventaja en la relación de consumo (1996, pp. 3-4).

Por lo tanto, esta situación genera que el productor sea quien posea no solo toda la información respecto al bien o servicio que se ofrece al consumidor; si no que, también genera que este sea quien determine la información que recibirá el consumidor. Por lo que, el productor cuenta con la capacidad de engañar al consumidor y ofrecer un bien o servicio que terminé vulnerando la salud e integridad del consumidor. Al respecto, María Antonieta Sánchez García (2020, p. 54) comentó que todos los consumidores merecen ser protegidos debido a que siempre se encontrarán en una situación de desnivel respecto a la información sobre los bienes y servicios frente al proveedor.

Complementado lo señalado, debe observarse lo dicho por Víctor García Toma cuando indicó que el Estado asume entre sus obligaciones “defender el interés de los consumidores y usuarios” (García, 2023, p. 168). Además, Velarde (2021, pp. 158-159) expresó que la Constitución, mediante el artículo 65º, garantiza la protección de los consumidores y usuarios al reducir la asimetría de información y velar por sus intereses, asegurando su derecho a conocer las características de los bienes y servicios disponibles en el mercado, así como su salud y seguridad. A su vez, indicó que el Estado, a través del INDECOPI, regula y fiscaliza el mercado mediante el Código de Protección y Defensa del Consumidor y los Libros de Reclamaciones. Estas medidas equilibran la relación entre oferta y demanda, mientras que las redes sociales refuerzan el control de los consumidores, fomentando transparencia y responsabilidad empresarial.

Por ello, la Constitución reconoce la protección de los consumidores como un elemento fundamental. Nuestro modelo económico depende de su participación, y una economía de libre iniciativa solo puede funcionar si se garantizan las condiciones necesarias para su seguridad. Bajo esta lógica, se establece una protección constitucional, junto con la aplicación de principios como el indubio

pro-consumidor y pro-consumidor, previamente desarrollados, en beneficio de quienes intervienen en el mercado.

En este contexto, el consumidor no solo es un agente económico, sino un pilar fundamental para el desarrollo del régimen económico peruano. Su protección no es una concesión, sino una necesidad para el funcionamiento eficiente del mercado, garantizando condiciones equitativas que fomenten la competencia leal y el crecimiento sostenido. La intervención del Estado, a través de la regulación y fiscalización, busca reducir las asimetrías de información y empoderar al consumidor en sus decisiones de compra. De este modo, se asegura un mercado dinámico y transparente, en el que la libre iniciativa empresarial pueda coexistir con la protección de los derechos de los consumidores, consolidando así una economía social de mercado equilibrada y justa.

6. Conclusiones

El presente estudio demostró que la protección al consumidor no constituye una concesión del legislador ni una estrategia regulatoria ocasional; sino, un imperativo constitucional derivado de la economía social de mercado y de los principios fundamentales del Estado de derecho. El artículo 65° de la Constitución consagra esta obligación estatal no solo como un principio rector de la política económica, sino como un derecho subjetivo exigible en favor del consumidor.

En este marco, el conflicto constitucional que subyace entre la libertad económica y la protección al consumidor debe resolverse respetando ambos elementos fundamentales del modelo económico presente en la Constitución. El reconocimiento de la libre empresa no puede operar en detrimento de derechos fundamentales ni bajo condiciones estructuralmente desiguales.

Asimismo, el Tribunal Constitucional viene desarrollando una línea jurisprudencial que refuerza el papel del Estado como garante activo del equilibrio en las relaciones económicas, atribuyéndole deberes positivos de regulación, supervisión y sanción. De tal modo que esta jurisprudencia, unida a la

doctrina sobre la materia, permite concluir que la economía no puede funcionar legítimamente sin consumidores empoderados e informados.

En definitiva, la economía social de mercado no es viable sin consumidores que gocen de condiciones materiales de igualdad, seguridad y acceso a información. Por lo que, el consumidor no solo es el agente que cierra el ciclo económico, sino también el sujeto que legitima constitucionalmente el mercado en un Estado democrático y social de derecho.

Bibliografía

- Ahomed, O. A. (2020). Análisis jurisprudencial de la economía del bienestar en la constitución económica material peruana. *Giuristi: Revista De Derecho Corporativo*, 1(1), 3–28. <https://doi.org/10.46631/Giuristi.2020.v1n1.02>
- Aldana, E. & Gagliuffi, I. (2004). La noción de consumidor final: el ámbito de aplicación subjetiva de la Ley de Protección al Consumidor según el nuevo precedente de observancia obligatoria del Indecopi. *IUS ET VERITAS*, 14(29), 47-61. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/view/11722>
- Antay, A. (2021). La importancia del derecho a la información en las relaciones de consumo. *Lex Orbis*, 1(2), 31–37. <https://doi.org/10.18050/lexorbis.v1i2.2188>
- Ariño, G. (2004). *Principios de Derecho Público Económico*. Ariño y Asociados.
- Chanamé, R. (2013). Constitución Económica. *Derecho & Sociedad*, (40), 43-63. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/12788>
- Durand, J. B & Flores, P. (2024). *Derecho del Consumidor. Diálogo, reflexiones y nuevas perspectivas*. Editorial LP. <https://lpderecho.pe/el-consumidor/>
- Echaiz-Moreno, D. (2012). El derecho del consumidor a la seguridad. *Ius Et Praxis*, 43(043), 105-124. <https://doi.org/10.26439/iusetpraxis2012.n043.329>
- García, V. (2023). El Estado, La Constitución y el Régimen Económico en el Perú. En J. L. Cáceres Arce. *XIV Congreso Nacional de Derecho Constitucional “A 30 años de vigencia de la Constitución de 1993 y el Bicentenario de la Constitución Peruana de 1823” En Homenaje a Domingo García Belaunde. Libro de Ponencias Tomo I* (pp. 117-170).

- Gasco, M. del C. (2022). Actividad empresarial y rol promotor del estado en la constitución peruana de 1993. *Giuristi: Revista De Derecho Corporativo*, 3(5), 94–116. <https://doi.org/10.46631/Giuristi.2022.v3n5.07>
- González-Vigil, F. (1995). Nuevo régimen económico constitucional y política exterior. *Agenda Internacional*, 1(3), 29-33. <https://doi.org/10.18800/agenda.199501.002>
- Instituto Peruano de Economía (IPE). (2020, 30 de noviembre). *La Constitución de la economía peruana*. <https://ipe.org.pe/la-constitucion-de-la-economia-peruana/>
- Kennedy, J. F. (15 de marzo de 1962). *John F. Kennedy: mensaje especial al Congreso sobre la protección de los intereses del consumidor*. https://www.consal.org.ar/Discurso_Kennedy.pdf
- Koubi, G. (2020). El bienestar social y el buen vivir: los olvidados en la toma de decisiones en materia económica. *Giuristi: Revista De Derecho Corporativo*, 1(2), 318–342. <https://doi.org/10.46631/Giuristi.2020.v1n2.06>
- Kresalja, B. y Ochoa, C. (2020). *Derecho Constitucional Económico. Tomo I Economía social de mercado y derechos económicos fundamentales*. (2ª ed.). Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Mallma, J. C. (2018). *La protección constitucional del consumidor de los servicios públicos regulados en el Perú* [Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Derecho con mención en Derecho Constitucional y Derechos Humanos, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional-UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/e031c1e3-eb66-479c-9ef5-44d5044a5ecc/content>
- Nogueira, H. (2005). Consideraciones Sobre las Sentencias de los Tribunales Constitucionales y sus Efectos en América del Sur. *Ius et Praxis*, 10(1), 27-93. <https://www.redalyc.org/pdf/555/55509903.pdf>
- Olivos, M. K. (2020). Fundamentos constitucionales de la economía social de mercado en la economía peruana. *IUS: Revista De investigación De La Facultad De Derecho*, 1(2), 146-172. <https://revistas.usat.edu.pe/index.php/ius/article/view/499/975>
- Purizaca, J. (2010). Los 18 años del Sistema Peruano de Protección al Consumidor. *Derecho & Sociedad, Asociación Civil Derecho y Sociedad* (34), 89-95. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/13331>
- Quecedo, R. & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, (14), 5-39. <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Quiroga, A. (2023). La Constitución Maldita. En J. L. Cáceres Arce. *XIV Congreso Nacional de Derecho Constitucional “A 30 años de vigencia de la Constitución de 1993 y el Bicentenario de la Constitución Peruana de 1823”*

En Homenaje a Domingo García Belaunde. Libro de Ponencias Tomo I (pp. 363-390).

- Roel, L. A. (2021). El Tribunal Constitucional y su importancia en el estado constitucional de derecho peruano. Alvites Alvites, E. (Coord.). *La constitución frente a la sociedad contemporánea. Treinta años de la maestría en derecho constitucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú*. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/176295>
- Sánchez, M. A. (2020). *Derecho del Consumidor. Una perspectiva comparada entre el Perú y España*. (1ª ed.). Ediciones de Filosofía Aplicada.
- Torres, A. (2012). *Teoría General del Contrato. Tomo I*. (1ª ed.). Instituto Pacífico.
- Velarde, L. F. (2021). Entendiendo los conceptos constitucionales de libre iniciativa privada y economía social de mercado. *Ius Et Praxis*, 52(052), 147-161. <https://doi.org/10.26439/iusetpraxis2021.n052.4966>
- Villalba, J. C. (2012). El deber de información en el derecho del consumo. *Revista IUSTA*, 2(37), 97-119. <https://www.redalyc.org/pdf/5603/560358696005.pdf>

NORMATIVAS

Constitución Política del Perú (1979).

Constitución Política del Perú (1993). https://spijweb.minjus.gob.pe/sdm_downloads/constitucion-politica-del-peru/

Congreso de la República. (2010). Ley N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor.

JURISPRUDENCIALES

EXP. N.º 005-96-CPC (1996). Resolución N° 085-96-TDC. <https://www.carbonell-law.org/NuevoDiseno/consumo/revista9/jurisprudencia/ResolucionN0085-1996-TDC.pdf>

EXP. N.º 0008-2003-AI/TC (2003). <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2003/00008-2003-AI.html>

EXP. N.º 3315-2004-AA/TC (2005). <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2005/03315-2004-AA.html>

EXP. N.º 5259-2006-PA/TC (2006). <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2007/05259-2006-AA.html>

EXP. N.º 7339-2006-PA/TC (2007). <https://tc.gob.pe/jurisprudencia/2007/07339-2006-AA.pdf>

EXP. N.º 00011-2013-PI/TC (2014). <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2015/00011-2013-AI.html>