

Fecha: 15-03-2026

Medio: El Lector

Supl. : El Lector

Tipo: Columnas de Opinión

Título: Columnas de Opinión: El Día de los Derechos del Consumidor: entre la ley, la competencia y la ética

Pág. : 3

Cm2: 532,2

VPE: \$ 260.763

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

Sin Datos

Sin Datos

☐ No Definida

El Día de los Derechos del Consumidor: entre la ley, la competencia y la ética

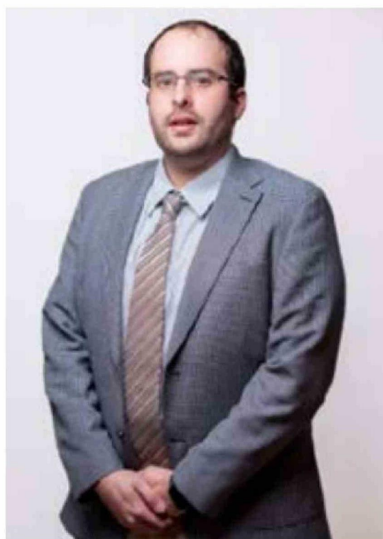
Cada 15 de marzo, el Día Mundial de los Derechos del Consumidor nos invita a mirar más allá de la simple transacción comercial cotidiana. Desde la perspectiva legal, nuestra legislación no solo consagra derechos básicos irrenunciables -como la libre elección, el derecho a la información y la reparación- sino que también nos impone obligaciones ciudadanas fundamentales. Entre ellas, la ley consagra expresamente el deber de realizar nuestras operaciones de consumo en el comercio establecido. Sin embargo, la ley por sí sola es una promesa vacía si no comprendemos que el verdadero poder del consumidor requiere, además, de un ecosistema económico competitivo y de un profundo sentido ético al momento de elegir.

Económicamente, para que la tan anhelada “libre elección” sea una realidad, es indispensable que exista una multiplicidad de productores. Como explica el economista Thomas Sowell, en un mercado libre los precios actúan como mensajeros que transmiten información vital y coordinan la asignación de recursos escasos a lo largo de toda la sociedad. Cuando hay muchos oferentes, la constante competencia fuerza a las empresas a innovar y buscar eficiencias para ofrecer mejores precios y llevarse así a los clientes. Por el contrario, los monopolios y la falta de competencia perjudican gravemente al público, ya que concentran el control del mercado y restringen las verdaderas alternativas disponibles para la gente. Ya en el siglo XIX, Juan Bautista Alberdi avizoraba que el bienestar material y la prosperidad requieren fomentar activamente la industria libre y desterrar los antiguos regímenes de monopolio o exclusividad.

Ahora bien, un mercado lleno de múltiples opciones no debe entenderse como una maquinaria fría; exige también un compromiso moral. Es aquí donde entra la necesidad de un consumo ético y responsable. Tal como argumentaba el filósofo Adam Smith, los seres humanos poseemos la capacidad de juzgar nuestra conducta poniéndonos en el lugar del prójimo, asumiendo la mirada de un espectador reflexivo. Un consumo ético demanda precisamente esto: la capacidad de evaluar nuestras decisiones en el mercado considerando el impacto de nuestras acciones en la sociedad.

En conclusión, la genuina defensa del consumidor se sostiene sobre tres pilares inseparables: un marco legal robusto, una economía vibrante donde muchos productores compitan limpiamente por nuestra preferencia, y la responsabilidad moral de cada persona.

A modo de recomendación, el llamado es a asumir un rol activo y consciente. Como ciudadanos, debemos informarnos, exigir que los proveedores respeten las condiciones ofrecidas y usar de forma inteligente nuestro poder de compra. Comprar en el comercio establecido no es solo un deber legal, sino un imperativo ético: es la única forma de garantizar el cumplimiento de nuestros derechos, asegurar que los productos cumplan con normas de seguridad y evitar financiar circuitos al margen de la ley. Debemos respaldar a la multitud de emprendedores y empresas que compiten con reglas claras y transparencia. Solo uniendo el respeto a la ley, la libre competencia y la responsabilidad humana, lograremos hacer del consumo un verdadero motor de desarrollo.



Diego Lapostol, abogado
Director de carrera de Derecho
Universidad San Sebastián