



# Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Distr. general  
30 de abril de 2018  
Español  
Original: inglés

---

**Junta de Comercio y Desarrollo**  
**Comisión de Comercio y Desarrollo**  
**Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho**  
**y Política de Protección del Consumidor**  
**Tercer período de sesiones**  
Ginebra, 9 y 10 de julio de 2018  
Tema 3 c) del programa provisional  
**Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política**  
**de protección del consumidor de Marruecos**

## **Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor: Marruecos**

### **Resumen\***

---

\* Los resultados, interpretaciones y conclusiones expresados en este documento son los del autor y no reflejan necesariamente las opiniones de las Naciones Unidas, sus funcionarios o los Estados miembros. El presente documento es un resumen de un amplio informe sobre el examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor de Marruecos.



## Índice

	<i>Página</i>
I. Introducción .....	3
II. Contexto político, económico y social .....	3
III. Legislación sustantiva .....	4
A. Ley núm. 31-08 de Protección de los Consumidores.....	4
B. Otras leyes pertinentes .....	7
IV. Marco institucional.....	9
A. Instituciones públicas.....	9
B. Otras partes interesadas .....	13
V. Cooperación internacional.....	13
VI. Conclusiones y recomendaciones.....	14
A. Conclusiones.....	14
B. Recomendaciones .....	15
1. Aspectos sustantivos de la Ley núm. 31-08 .....	15
2. Marcos institucionales .....	17

## I. Introducción

1. En su resolución 70/186, de 22 de diciembre de 2015, sobre la protección del consumidor, la Asamblea General de las Naciones Unidas reafirmó las Directrices para la Protección del Consumidor como un conjunto valioso de principios para establecer las principales características que deben tener las leyes de protección del consumidor, las instituciones encargadas de aplicarlas y las políticas al respecto. Las Directrices promueven la cooperación internacional entre los Estados Miembros en el ámbito de la aplicación y alientan el intercambio de experiencias en materia de protección de los consumidores. La Asamblea General también decidió establecer un grupo intergubernamental de expertos en derecho y política de protección del consumidor en el marco de la UNCTAD, con la misión de actuar como mecanismo institucional internacional encargado de la aplicación de las Directrices.

2. El Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Política de Protección del Consumidor de la UNCTAD tiene el mandato de realizar exámenes voluntarios entre homólogos del derecho y las políticas nacionales de protección del consumidor que aplican las autoridades nacionales competentes<sup>1</sup>. Marruecos es el primer Estado miembro de la UNCTAD en someterse a un examen de este tipo.

3. Los exámenes voluntarios entre homólogos tienen por objeto proporcionar una evaluación externa e independiente sobre la eficacia del derecho de protección del consumidor en un determinado país; determinar las dificultades que hay que afrontar y las esferas susceptibles de mejora en los marcos jurídico e institucional; evaluar el grado de sensibilización de los interesados pertinentes acerca de la protección del consumidor, así como sus contribuciones en esta esfera; formular y recomendar medidas adecuadas; y ayudar a los países a aplicar las recomendaciones pertinentes mediante la elaboración de un programa de fomento de la capacidad<sup>2</sup>.

## II. Contexto político, económico y social

4. El Reino de Marruecos es una monarquía constitucional, democrática, parlamentaria y social, con una población de alrededor de 35 millones de habitantes<sup>3</sup>. En 2015, el índice de desarrollo humano de Marruecos fue de 0,647. Entre 1990 y 2015, la esperanza de vida al nacer aumentó en 9,6 años, y el promedio del número de años de escolarización previstos se incrementó en 5,6 años. En ese mismo período de tiempo, el ingreso *per capita* aumentó en torno al 90%<sup>4</sup>. Recientemente, el Banco Mundial informó de que Marruecos había logrado un “innegable progreso económico” a lo largo de 15 años, no solo por lo que respecta al crecimiento económico y de los niveles de vida, sino también en relación con el acceso a servicios básicos como la electricidad, el agua y las infraestructuras públicas<sup>5</sup>. La agricultura, que representa el 15% del producto interno bruto (PIB) y genera entre el 40% y el 45% del empleo, es el sector económico más importante<sup>6</sup>, seguido por el turismo, que aporta el 8% del PIB y genera 515.000 empleos y cuantiosos ingresos en divisas<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> Documento TD/B/C.I/CPLP/9.

<sup>2</sup> Documento TD/B/C.I/CPLP/6.

<sup>3</sup> Datos sobre Marruecos correspondientes a 2016. Véase Banco Mundial, base de datos sobre los indicadores del desarrollo mundial, disponible en <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&country=MAR> (consultado el 30 de abril de 2018).

<sup>4</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2016, Nota informativa para los países acerca del *Informe sobre Desarrollo Humano 2016: Desarrollo humano para todas las personas*, Marruecos, consultado en [http://hdr.undp.org/sites/all/themes/hdr\\_theme/country-notes/MAR.pdf](http://hdr.undp.org/sites/all/themes/hdr_theme/country-notes/MAR.pdf).

<sup>5</sup> Banco Mundial, 2018, *Morocco 2040: Emerging by Investing in Intangible Capital*, consultado en <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28442/9781464810664.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.

<sup>6</sup> Banco Mundial, 2017, *The World Bank in Morocco*, disponible en <http://www.worldbank.org/en/country/morocco/overview> (consultado el 27 de abril de 2018).

<sup>7</sup> Marruecos, Ministerio de Turismo, 2017, información comunicada a los miembros de una misión de la UNCTAD que se realizó en diciembre.

5. El sector minorista está evolucionando muy deprisa y ha crecido considerablemente en los últimos años. Asimismo, el comercio electrónico está adquiriendo una creciente importancia, como lo demuestra el hecho de que, entre 2012 y 2014, el número de las compras en línea se ha duplicado con creces, alcanzando un volumen de facturación de 2,5 millones de dólares de los Estados Unidos. En el Plan Estratégico de Protección del Consumidor del Ministerio de Industria, Inversión, Comercio y Economía Digital (en adelante, MIICEN, por sus siglas en francés), que comenzará a aplicarse próximamente, se hace mención a “cambios radicales tanto en lo que respecta a la oferta como a las modalidades de compra, envío y reglamentación”. No obstante, las compras no digitales siguen dominando el mercado, y representan el 87% de todas las transacciones<sup>8</sup>.

### III. Legislación sustantiva

6. En la Constitución de 2011 de Marruecos se mencionan varias cuestiones relacionadas con la protección de los consumidores, sin aludir explícitamente a estos. Entre otras cosas, se hace referencia a “la defensa y la promoción de los derechos e intereses socioeconómicos”, al derecho de los miembros de la sociedad civil a participar en la vida pública, así como al derecho a la privacidad y a la información. En el artículo 31 de la Constitución se detallan los derechos de los ciudadanos en las esferas de la protección social, la educación y el acceso a una vivienda digna, al agua, a un medio ambiente limpio y al desarrollo sostenible. En una disposición constitucional relativa a la Oficina de Mediación se hace mención a los “usuarios” de los servicios de la administración pública<sup>9</sup>.

#### A. Ley núm. 31-08 de Protección de los Consumidores

7. La Ley núm. 31-08, de 2011, por la que se arbitran medidas destinadas a la protección de los consumidores, es un texto legislativo de carácter básicamente horizontal que consta de 206 artículos. Esta Ley establece los derechos fundamentales de los consumidores, así como el ámbito de aplicación y las definiciones pertinentes. Regula de manera detallada la obligación que incumbe a las empresas de proporcionar información, ofrece protección contra las cláusulas contractuales abusivas, establece las obligaciones de las empresas por lo que respecta a prácticas empresariales específicas, entre ellas la obligación de ofrecer garantías, y aborda cuestiones como el endeudamiento de los consumidores, las asociaciones de consumidores, las infracciones y las sanciones penales.

##### 1. Preámbulo, ámbito de aplicación y objetivos

8. En el preámbulo de la Ley núm. 31-08 se establecen los derechos fundamentales de los consumidores, que comprenden:

- El derecho a la información
- El derecho a la protección de los derechos económicos
- El derecho a la representación
- El derecho a la retractación
- El derecho a elegir
- El derecho a ser escuchados

9. Esta lista de derechos se hace eco de algunas de las disposiciones de la Constitución (relativas a la información, la representación y los derechos económicos). Incorpora también algunas de las principales necesidades legítimas de la población que se enumeran en la directriz 5 de la versión revisada de las Directrices para la Protección del Consumidor,

---

<sup>8</sup> Marruecos, Ministerio de Industria, Inversión, Comercio y Economía Digital, *Stratégie de protection du consommateur, 2017-2022* (de próxima publicación).

<sup>9</sup> Marruecos, Secretaría General, 2011, *La Constitution*, Decreto núm. 1-11-91 (29 de julio de 2011).

que es el texto de las Naciones Unidas más citado en la Ley marroquí<sup>10</sup>. El artículo 3 de la Ley núm. 31-08 establece el principio de que la información debe proporcionarse de tal forma que los consumidores puedan hacer elecciones bien fundadas conforme a las necesidades y los medios de cada cual.

10. En la parte de la Ley núm. 31-08 relativa a los objetivos se enuncian principios de alto nivel, como el principio en favor del consumidor, que se formula en los términos siguientes: “Se aplicarán todas las demás disposiciones legislativas sobre el mismo asunto si son más favorables para el consumidor.” En el artículo 2 de dicha Ley se define al consumidor como: “Toda persona física o jurídica que adquiera o utilice productos, bienes o servicios con fines ajenos al trabajo, para uso personal o familiar”. Otro aspecto importante que cabe reseñar es que, en la mencionada Ley, el ámbito de aplicación de la protección del consumidor se hace extensivo a las empresas estatales, por lo que la legislación marroquí de 2011 parece haberse anticipado a la tendencia internacional de incluir ese tipo de empresas en el marco de la aplicación de la legislación pertinente, como se prevé en las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor revisadas de 2015.

## 2. Cláusulas contractuales abusivas

11. En el artículo 18 de la Ley núm. 31-08 se enumeran, de forma no exhaustiva, los tipos de cláusulas que deben evitarse en los contratos por considerarse abusivas, y en el artículo 16 se indica que el carácter abusivo de una cláusula contractual deberá evaluarse con cierta flexibilidad. Según se dispone en dicho artículo 16, el carácter abusivo de una cláusula se determinará teniendo en cuenta “las circunstancias que concurren en el momento de la celebración del contrato”, lo que refleja también un mayor interés por el contexto y los principios que por la mera reglamentación.

## 3. Prácticas comerciales

12. El título IV de la Ley regula de forma detallada diversas prácticas comerciales, como las relativas a la publicidad, los contratos celebrados a distancia (que incluyen el comercio electrónico), la venta a domicilio, la venta con descuento, las ventas con ofrecimiento de primas, las ventas subordinadas a determinadas condiciones, las ventas practicadas conforme a un esquema piramidal (esquema de Ponzi), el abuso de la

<sup>10</sup> Véase A/RES/70/186, anexo. La directriz 5 enumera las necesidades legítimas que se procuran atender, que son las siguientes: a) el acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales; b) la protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja; c) la protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad; d) la promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores; e) el acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual; f) la educación del consumidor, incluida la educación sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas que tienen sus elecciones; g) la disponibilidad para el consumidor de medios efectivos de solución de controversias y de compensación; h) la libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que les afecten; i) la promoción de modalidades de consumo sostenible; j) un grado de protección para los consumidores que recurran al comercio electrónico que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio; y k) la protección de la privacidad del consumidor y la libre circulación de información a nivel mundial.

El derecho de retractación es una cuestión específica que no figura en la Constitución de Marruecos ni en las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. Algunas de las necesidades legítimas enumeradas en las Directrices de las Naciones Unidas se abordan en diversos textos legislativos de Marruecos, entre las que cabe citar la inocuidad de los alimentos y la seguridad de los productos (Ley núm. 24-09 sobre la Seguridad de los Productos y los Servicios, Ley núm. 28-07 de Inocuidad de los Alimentos, Ley núm. 25-08 sobre la oficina nacional encargada de velar por la inocuidad de los alimentos, Ley núm. 13-83 de Represión del Fraude en la Venta de Productos, Ley núm. 18-88 sobre el Etiquetado de la Fecha de Caducidad, y Ley núm. 75-291 de Inspección Sanitaria y Cualitativa del Ganado) y la protección de datos (Ley núm. 09-08 de Protección de Datos Personales). Marruecos, Secretaría General, 2010, serie “*Documentation juridique marocaine*”.

vulnerabilidad y las “loterías publicitarias” (es decir, las operaciones publicitarias que hacen nacer en el consumidor la esperanza de una ganancia).

13. Uno de los derechos fundamentales del consumidor consagrado en la Ley núm. 31-08 es el derecho de retractación, al que se hace mención en el preámbulo y en el capítulo que versa sobre los contratos celebrados a distancia (arts. 25 a 43). Este derecho resulta especialmente importante en el contexto de las ventas en línea, ya que se considera que induce a los consumidores a confiar en el comercio electrónico.

14. El capítulo dedicado a las prácticas comerciales contiene una disposición relativa al abuso de la vulnerabilidad o de la ignorancia. En el artículo 59 se dispone que ese tipo de abuso puede dar lugar a la anulación de un contrato, e impone la obligación de reembolsar al consumidor las cantidades abonadas y de indemnizarlo por los daños sufridos. Con la inclusión de estas disposiciones en su ordenamiento interno Marruecos se sitúa por delante de otras muchas jurisdicciones; además, esas disposiciones están en consonancia con la directriz 5 de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, que contempla la protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja.

#### **4. Endeudamiento**

15. El título VI de la Ley dedica más de 75 artículos al endeudamiento de los consumidores, y aborda en particular los créditos al consumo y los créditos inmobiliarios, que son los tipos que se citan con mayor frecuencia en la legislación sectorial. La protección de los consumidores en el ámbito de los servicios financieros es algo relativamente reciente. Antes de que se promulgara la Ley núm. 31-08, el sector se regulaba a través de los propios servicios financieros, esencialmente mediante sistemas de autorregulación o de arbitraje, basándose en parte en la costumbre y en la práctica y tomando como referencia un conjunto de 27 leyes.

#### **5. Asociaciones de protección del consumidor**

16. El título VII de la Ley regula la actividad de las asociaciones de protección del consumidor. Sus funciones principales consisten en proporcionar información, promover los intereses de los consumidores y contribuir al cumplimiento de las disposiciones de la Ley. Deben ser organizaciones sin fines de lucro y operar sin subvenciones de empresas, no pueden hacer publicidad comercial ni tener filiación política.

17. Las asociaciones de protección del consumidor pueden ser reconocidas por el Estado como de interés público a condición de que cumplan determinados criterios, enumerados en el artículo 153. Hasta el momento, ninguna asociación de protección del consumidor ha obtenido ese reconocimiento, que es un requisito previo general para la representación judicial de los consumidores. El artículo 157 va más allá, y prevé la posibilidad de que las asociaciones no reconocidas puedan entablar actuaciones judiciales, previa obtención de autorización para ello por el consumidor en cuestión “y conforme a las condiciones establecidas por el reglamento”. Actualmente se está examinando una decisión del Ministerio de Justicia relativa a las modalidades previstas para otorgar a las asociaciones de protección del consumidor una autorización que les permita comparecer ante los tribunales.

18. En virtud de lo dispuesto en el título VII, las asociaciones de consumidores pueden recibir financiación pública. En el artículo 156 se hace referencia a la creación de un fondo nacional que será administrado por el MIICEN con objeto de “desarrollar una cultura del consumidor”. Se trata de una iniciativa pionera en la región del Oriente Medio y Norte de África en la que el MIICEN ha invertido más de 1 millón de dólares de los Estados Unidos.

19. En consonancia con la directriz 45 de las Naciones Unidas, relativa a la educación de los consumidores, el Decreto núm. 2-12-462 de Marruecos también considera que la educación del consumidor es competencia de las asociaciones de consumidores, junto con la “orientación y la sensibilización de los consumidores en relación con los aspectos sanitarios, nutricionales, ambientales y comerciales”. Se subsana así una laguna de la Ley núm. 31-08, que no hace referencia expresa a la organización de campañas de educación por parte de las asociaciones de consumidores. Las campañas de educación e información son llevadas a cabo directamente por el MIICEN y por asociaciones de protección del consumidor financiadas con cargo al fondo nacional.

## 6. Mecanismos de consulta

20. El artículo 204 prevé la creación de un consejo consultivo superior del consumidor como institución independiente, encargado de presentar y emitir opiniones sobre las medidas propuestas. No se ha establecido aún este consejo, pero su creación es actualmente una de las prioridades del MIICEN para el período 2018-2021.

## 7. Desarrollo normativo de la Ley núm. 31-08

21. La Ley núm. 31-08 prevé el desarrollo normativo de diversas disposiciones, a través de reglamentos gubernamentales o textos de aplicación<sup>11</sup>. En el marco jurídico marroquí es habitual que existan largas demoras entre la aprobación de las leyes y su posterior desarrollo normativo, demoras que en algunos casos pueden menoscabar los efectos de las disposiciones jurídicas. Debido a su carácter intersectorial, la protección del consumidor es particularmente vulnerable a esas demoras, ya que las autoridades encargadas de la protección del consumidor dependen de varios Ministerios para establecer las modalidades de aplicación. En el caso de Marruecos, la aplicación de la Ley núm. 31-08 requiere la intervención de una docena de departamentos ministeriales.

22. A pesar de esas dificultades, la Ley núm. 31-08 se ha aplicado mediante un conjunto de 15 textos de aplicación (que comprenden decretos y decisiones). Esos textos han sido elaborados principalmente por el MIICEN, pero también por el Ministerio de Economía y Hacienda y el Ministerio del Interior<sup>12</sup>. Un gran número de reglamentos se refieren a las funciones técnicas y judiciales de los servicios de inspección<sup>13</sup>.

23. Las principales limitaciones señaladas por el MIICEN para la debida aplicación de la Ley núm. 31-08 son las siguientes<sup>14</sup>:

- La ausencia de sanciones administrativas.
- La necesidad de establecer instrumentos sencillos para la concesión de indemnizaciones por daños y perjuicios fuera del marco de los procedimientos judiciales.
- La limitada aplicación de la Ley, que se centra en determinadas prácticas comerciales, como la publicidad engañosa.
- La necesidad de reforzar la protección de los consumidores en relación con los créditos.
- La necesidad de reforzar la protección de los grupos de población vulnerables.

24. Estas limitaciones podrían abordarse en futuras enmiendas de la Ley núm. 31-08, de conformidad con las mejores prácticas internacionales, y en consonancia con las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor.

## B. Otras leyes pertinentes

### 1. Servicios financieros

25. Desde la promulgación en 2015 de la nueva Ley de Bancos, Ley núm. 103-12, se reconoce el derecho universal a tener una cuenta bancaria. Hoy en día hay 20 tipos de servicios bancarios gratuitos disponibles<sup>15</sup>. El 60% de la población marroquí posee

<sup>11</sup> Arts. 3, 4, 12 y 61.

<sup>12</sup> Marruecos, *Loi no. 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur et ses textes d'application* (18 de febrero de 2011).

<sup>13</sup> Véase, por ejemplo, UNCTAD, 2018, *Voluntary Peer Review of Consumer Protection Law and Policy: Morocco* (de próxima publicación).

<sup>14</sup> Marruecos, Ministerio de Industria, Inversión, Comercio y Economía Digital, *Stratégie de protection du consommateur, 2017-2022* (de próxima publicación).

<sup>15</sup> Información comunicada a la UNCTAD por el Ministerio de Economía y Hacienda de Marruecos durante una misión que se realizó en noviembre de 2017. La Ley núm. 103-12 relativa a los establecimientos de crédito y organismos asimilados, *Boletín Oficial* núm. 6340, de 5 de marzo de 2015, otorga el derecho universal a tener una cuenta bancaria. La aplicación de la Ley núm. 103-12 es supervisada por el Ministerio de Economía y Hacienda.

actualmente algún tipo de cuenta bancaria. La Ley prevé garantías de depósitos bancarios hasta un valor aproximado de 8.800 dólares de los Estados Unidos y establece el carácter obligatorio de, entre otras cosas, las indicaciones sobre los precios, la portabilidad de las cuentas, la existencia de servicios de reclamaciones en el seno de los bancos, y la existencia de un registro de los impagos y de las sanciones impuestas en caso de incumplimiento de la ley. Los bancos deben tener la licencia pertinente y se prohíben los préstamos informales<sup>16</sup>. Los tipos de interés de los préstamos se regulan mediante el establecimiento de límites máximos.

## 2. Protección de los consumidores frente a los riesgos para la salud y la seguridad

26. La Ley núm. 28-07 de Inocuidad de los Alimentos determina las condiciones en que deben ser producidos y manipulados los productos alimenticios, así como las normas de información al consumidor mediante el etiquetado de los alimentos. Cabe señalar que esta Ley estipula el principio de precaución, también conocido como enfoque basado en el principio de precaución. Este principio está reconocido en el artículo 5.7 del Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial del Comercio. Se refiere a las situaciones en que el estado de los conocimientos científicos puede ser insuficiente para emitir una decisión definitiva que suponga el bloqueo de un producto, pero permite que se adopte un enfoque basado en el principio de precaución mientras se clarifica el nivel de riesgo<sup>17</sup>.

27. La Ley núm. 24-09 sobre la Seguridad de los Productos y los Servicios impone una “obligación general de seguridad” a los “productores e importadores de productos, así como a los proveedores de servicios” y dispone la imposición de sanciones cuando se han asumido riesgos a sabiendas de su existencia o cuando los proveedores tienen la obligación de saber que existían esos riesgos. Esta obligación soslaya el problema, que se plantea en otros países, de tener que probar el conocimiento previo de los riesgos, difícil tarea para los encargados de aplicar la ley. La Ley núm. 24-09, que complementa las obligaciones generales que impone el ordenamiento jurídico interno, no establece el principio de responsabilidad objetiva de productores y distribuidores, que sí está reconocido en otros países<sup>18</sup>.

## 3. Protección de la privacidad del consumidor

28. El derecho de los consumidores a la protección de su privacidad queda reforzado en la Constitución marroquí, revisada en 2011, en cuyo artículo 24 se dispone que “toda persona tiene derecho a la protección de su vida privada”. La Ley núm. 09-08 sobre la Protección de las Personas Físicas en relación con el Tratamiento de Datos Personales<sup>19</sup>, establece los siguientes requisitos y derechos:

- El requisito del consentimiento expreso como condición para la recopilación de datos.
- El derecho a la información en relación con la utilización de los datos.
- El derecho de acceso a los datos registrados, así como el derecho a la información sobre el origen de los datos y sus destinatarios.
- El derecho a la rectificación en caso de error en los datos, sin costo alguno y dentro del plazo establecido.

<sup>16</sup> Por ejemplo, en 2017, se emitió una licencia para operar a bancos participativos (islámicos), según lo previsto en la Ley núm. 103-12.

<sup>17</sup> UNCTAD, 2017, *Manual on Consumer Protection* (publicación de las Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra), cap. 9. El Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias se aplica a los productos alimenticios, pero no a los productos manufacturados ni a los servicios.

<sup>18</sup> Por ejemplo, la responsabilidad objetiva se introdujo en el derecho de la Unión Europea en virtud de la Directiva relativa a la seguridad de los productos, de 1985 (modificada en 1999), adoptada por el Consejo de las Comunidades Europeas el 25 de julio de 1985. Puede consultarse en <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:31985L0374&from=ES>.

<sup>19</sup> Marruecos, Ley núm. 09-08 que regula la utilización de los datos personales por las instituciones públicas y privadas, *Boletín Oficial* núm. 5714, de 5 de marzo de 2009.



- El derecho a recurrir ante la Comisión Nacional para el Control de la Protección de los Datos Personales.
- El derecho a expresar oposición a la recopilación de los datos personales.

29. Los usuarios de los datos que, en ese contexto, son las empresas, deben velar por que los datos sean recopilados con pleno respeto de la legalidad y de manera imparcial y transparente.

#### 4. Normalización

30. El establecimiento de una relación de independencia entre las instituciones normativas y el Estado es fundamental para la elaboración de normas a nivel mundial. En virtud de la Ley núm. 12-06, relativa a la normalización, se ha otorgado una mayor autonomía al Instituto de Normalización de Marruecos, que anteriormente dependía del MIICEN<sup>20</sup>. El Gobierno de Marruecos ha conservado determinadas facultades en materia de orientación, pero, a tenor de lo dispuesto en el artículo 22 de la mencionada Ley, se prevé que esas facultades se ejercerán atendiendo a las recomendaciones de los interlocutores económicos y sociales y de los comités técnicos del Instituto de Normalización.

31. En Marruecos existe un estrecho vínculo entre la normalización y la reglamentación. En virtud del artículo 33 de la Ley núm. 12-06, se contempla la posibilidad de que toda norma voluntaria pueda convertirse en norma obligatoria si “la autoridad gubernamental competente lo considera necesario”. Sin embargo, en la práctica, la gran mayoría de las normas siguen siendo de carácter voluntario: de las 14.400 normas adoptadas, solo 280 son obligatorias.

## IV. Marco institucional

### A. Instituciones públicas

#### 1. Gobierno

32. El MIICEN es el organismo encargado de formular y aplicar la política gubernamental en los sectores de la industria, el comercio y las nuevas tecnologías, excepto en los casos en que, en virtud de leyes o reglamentos en vigor, esa tarea se asigne a otros departamentos ministeriales<sup>21</sup>. Una de las responsabilidades del MIICEN es “garantizar la labor de control en los ámbitos de la metrología, la certificación, la calidad, la seguridad de las empresas, la vigilancia del mercado y la protección del consumidor”<sup>22</sup>.

33. La Dirección de la Calidad y la Vigilancia del Mercado, dependiente del MIICEN, alberga el Departamento de Protección del Consumidor, que es la autoridad nacional encargada de la protección de los consumidores. Dado el carácter horizontal de esta protección, otros muchos ministerios participan también en las actividades que se llevan a cabo en ese ámbito<sup>23</sup>. El Departamento de Protección del Consumidor despliega grandes esfuerzos para concertar acuerdos de cooperación bilateral con los ministerios competentes.

#### 2. Autoridades encargadas de la protección del consumidor

34. **Fortalecimiento del marco normativo de la Ley núm. 31-08 y de su aplicación.** El Departamento de Protección del Consumidor tiene la responsabilidad de reforzar el

<sup>20</sup> Ley núm. 12-06 sobre Normalización, Certificación y Acreditación, *Boletín Oficial* núm. 5822, de 18 de marzo de 2010.

<sup>21</sup> Marruecos, Ministerio de Industria, Inversión, Comercio y Economía Digital, véase <http://www.mcinet.gov.ma/en/content/missions> (consultado el 25 de abril de 2018).

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> Ministerio de Energía, Minas, Agua y Medio Ambiente; Ministerio del Interior; Ministerio de Economía y Hacienda; Ministerio de Vivienda, Urbanismo y Políticas Urbanas; Ministerio de Agricultura y Pesca Marítima; Ministerio de Equipamiento y Transporte; Ministerio de Turismo; Ministerio de Artesanía; Ministerio de Sanidad; Ministerio de Asuntos Generales y Gobernanza; y Ministerio de Justicia. Véase <http://www.khidmat-mostahlik.ma/portal/fr/acteurs/administration-etablissement-publique>.

marco jurídico, supervisar la aplicación de la legislación en materia de protección del consumidor en los mercados, comunicarse con los consumidores y sensibilizarlos sobre sus derechos en el ámbito del mercado, junto con las demás partes interesadas, en particular las asociaciones de protección de los consumidores<sup>24</sup> y las empresas, e impulsar el surgimiento y desarrollo de un movimiento de los consumidores. El Departamento está integrado solamente por unos 10 funcionarios. El MIICEN cuenta además con más de 70 inspectores cualificados y acreditados sobre el terreno. El Ministerio del Interior está impartiendo capacitación a 400 inspectores, con la asistencia del MIICEN, que comenzarán a prestar servicio en diferentes partes del territorio de Marruecos en mayo de 2018. Los inspectores adscritos al MIICEN que recibieron capacitación y prestaron juramento oficial iniciaron sus labores de inspección sobre el terreno en 2016.

35. Las actividades de control llevadas a cabo hasta el 31 de diciembre de 2017 abarcaron:

- 836 operaciones de control de establecimientos, principalmente tiendas de comestibles, tiendas especializadas y otros comercios de venta al por menor
- 11.636 operaciones de control de distinto tipo (etiquetado, indicación de precios, facturas, etc.)
- 2.429 casos en los que se detectaron incumplimiento de normas, principalmente en relación con la indicación de los precios, el etiquetado y las facturas
- 105 casos en los que se enviaron amonestaciones a los infractores por incumplimiento de las normas

36. Asimismo, el Departamento de Protección del Consumidor realizó 120 operaciones de vigilancia en la esfera del comercio electrónico, entre ellas el control de 20 sitios de Internet, que fueron inspeccionados en 2016 y recibieron amonestaciones. Como resultado de esas operaciones se enviaron más de 100 cartas de amonestación a las empresas concernidas con objeto de alentar el cumplimiento de la Ley núm. 31-08. En el pasado, las administraciones públicas tenían dificultades para ejercer las facultades y atribuciones que les confiere la Ley núm. 31-08 para inspeccionar los sitios de Internet. Desde enero de 2017, las operaciones de comercio electrónico están bajo la supervisión del Centro de Vigilancia del Comercio Electrónico, que es una nueva dependencia del MIICEN<sup>25</sup>.

37. **Apoyo al movimiento nacional de consumidores.** En 2017, el MIICEN firmó nuevos acuerdos de financiación con tres federaciones de asociaciones de protección del consumidor, a saber:

- La Federación Marroquí de Derechos de los Consumidores
- La Federación Nacional de Asociaciones de Consumidores
- La Federación del Sur de Asociaciones de Protección del Consumidor

38. Como parte de las medidas destinadas a profesionalizar a las personas que atienden al público en las oficinas o mostradores de información y asesoramiento gestionados por asociaciones de protección del consumidor, el Departamento de Protección del Consumidor ha elaborado un manual de procedimientos en la materia<sup>26</sup>.

39. **Información, sensibilización y capacitación.** El Departamento de Protección del Consumidor ha llevado a cabo diversas actividades de información, sensibilización y capacitación, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Portal de los consumidores. El portal [www.khidmat-almostahlik.ma](http://www.khidmat-almostahlik.ma) es una plataforma en línea en árabe y francés. Tiene por objeto sensibilizar a los ciudadanos acerca de sus derechos. Ofrece una amplia variedad de información, que abarca textos de reglamentos, folletos informativos y guías y datos de contacto de asociaciones de protección del consumidor. El portal proporciona información a los

<sup>24</sup> Independientemente de que se consideren o no de interés público (véase el párrafo 17 del presente documento).

<sup>25</sup> Marruecos, MIICEN, *Stratégie de protection du consommateur, 2017-2022* (de próxima publicación).

<sup>26</sup> Marruecos, MIICEN, 2017, *Manuel de fonctionnement des guichets consommateur*, Rabat.

consumidores acerca de sus derechos e incluye vínculos con diversas instituciones y organizaciones que se ocupan de la protección del consumidor. El portal recibió 41.770 visitas en 2017, lo que representa un aumento interanual del 14%. Asimismo, en 2017, registró 791 denuncias admisibles, lo que supone un incremento del 64% con respecto a 2016. Los sectores que más denuncias generaron fueron las telecomunicaciones (29%) y el comercio minorista (22%), seguidos por la agricultura, la pesca y los servicios financieros. En cuanto a los tipos de denuncias, cabe señalar que el 27% de ellas se referían al incumplimiento de las garantías legales y convencionales, productos defectuosos y servicios posventa, y otro 24% a la falta de información sobre los precios, el etiquetado y las demoras indebidas en la entrega de productos o la prestación de servicios.

- Jornadas nacionales del consumidor. El Departamento de Protección del Consumidor organizó varios encuentros anuales para reunir a todos los interesados pertinentes con el fin de promover una cultura de protección del consumidor en Marruecos. Esas reuniones se organizaron en estrecha colaboración con las partes interesadas, en particular las asociaciones de protección del consumidor y los departamentos ministeriales. En 2017 se celebraron 30 eventos locales en 28 ciudades. En 2018, las celebraciones del Día Nacional del Consumidor estuvieron presididas por el Secretario de Estado del MIICEN, quien destacó el compromiso continuo del Ministerio en relación con la protección del consumidor y afirmó lo siguiente: “Este es un proyecto prioritario que coloca al ciudadano en un lugar central y, con el fin de darle impulso, el Gobierno ha puesto en marcha una serie de medidas concretas”.

### 3. Oficina nacional encargada de velar por la inocuidad de los alimentos

40. La Oficina Nacional de Seguridad Sanitaria de los Productos Alimenticios es un organismo independiente del Gobierno, creada en 2010. La Oficina se encarga de la aplicación de una amplia gama de medidas en materia de inocuidad de los alimentos, entre otras las relativas a la inspección de los mataderos, y está facultada para incautar y destruir, en caso necesario, los productos que no se ajustan a la normativa, así como para imponer multas. Los inspectores que trabajan en las oficinas de los gobernadores regionales pueden ordenar la clausura de establecimientos. Los inspectores que trabajan para las oficinas provinciales son independientes y sus facultades se han transferido a la Oficina Nacional de Seguridad Sanitaria de los Productos Alimenticios. La Oficina organiza periódicamente campañas para informar a los consumidores sobre los riesgos, en particular durante las festividades nacionales, y cuenta con un sistema de alertas telefónicas de incidencias.

### 4. Protección de los datos personales

41. La Comisión Nacional para el Control de la Protección de los Datos Personales es un organismo autónomo encargado de velar por que el uso de datos personales no menoscabe la privacidad personal. La Comisión tiene autoridad para proteger la vida privada de los ciudadanos mediante la aplicación de la Ley núm. 09-08 que regula la utilización de los datos personales por las instituciones públicas y privadas. La Comisión puede emprender acciones judiciales y aplicar sanciones penales en caso de infracción de la Ley<sup>27</sup>.

42. Las funciones principales de la Comisión son:

- Tramitar denuncias individuales.
- Atender las solicitudes de autorización de los usuarios de datos (la Comisión está facultada para retirar permisos de recopilación y almacenamiento de datos, por lo que en la práctica actúa como entidad otorgante de licencias comerciales).
- Mantener el registro público de los usuarios de los datos.

<sup>27</sup> Marruecos, Comisión Nacional para el Control de la Protección de los Datos Personales, folleto. El texto del folleto puede consultarse en <http://www.cndp.ma/images/documents/CNDP-depliant-fr.pdf>.

- Responder a las solicitudes de asesoramiento que formulen el Gobierno y el Parlamento.

## 5. Normalización

43. El Instituto Marroquí de Normalización es un organismo público bajo los auspicios del MIICEN que asume las funciones de secretaría y actúa como Relator para el Consejo Superior de Normalización, Certificación y Acreditación, que preside el Primer Ministro. El Consejo Superior está integrado por representantes de los interlocutores económicos, como las cámaras sectoriales de comercio, los sindicatos, las asociaciones de protección del consumidor y los representantes de los organismos que realizan investigaciones sobre normalización. La experiencia del Consejo Superior puede servir de base para estudiar la posibilidad de establecer mecanismos de consulta sobre cuestiones relativas a la protección de los consumidores, que podrían estar dirigidos por el Departamento de Protección del Consumidor<sup>28</sup>.

## 6. Servicios financieros

44. El Banco Central ha procurado establecer vínculos con las instancias gubernamentales que se ocupan de la protección del consumidor, como el Departamento de Protección del Consumidor y el Consejo de la Competencia. Las asociaciones de consumidores han elaborado modelos de contratos con los bancos que incorporan las buenas prácticas internacionales, en particular las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor<sup>29</sup>. Los modelos de contrato se publican en el *Boletín Oficial*.

45. Se están arbitrando sistemas alternativos de solución de controversias en este sector. Existe un centro de mediación, organizado por el Banco Central y asociaciones bancarias, que recibe una media de 500 casos al año. El consumidor tiene derecho a dirigirse directamente al Banco Central en caso de controversia. Las decisiones del servicio de mediación son vinculantes para los bancos. Las recomendaciones formuladas por este servicio han contribuido al desarrollo de buenas prácticas.

## 7. La fiscalía y el poder judicial

46. La Oficina del Fiscal General se ocupa de causas penales y actúa bajo la supervisión del Ministerio de Justicia, es autónoma y cuenta con presupuesto propio. Los magistrados del poder judicial han dictado diversas sentencias en relación con la Ley núm. 31-08 que han contribuido a reforzar este texto legislativo como instrumento de protección del consumidor. Así ha sido, particularmente, en el ámbito de los créditos al consumo. Entre las principales interpretaciones de la Ley en favor de los consumidores cabe destacar las siguientes:

- Artículo 9: en caso de duda sobre el significado de una cláusula, prevalece la interpretación más favorable para el consumidor.
- Artículo 34: la carga de la prueba incumbe al proveedor.
- Artículo 202: la determinación del tribunal competente se establece en función del lugar de residencia del consumidor.
- Artículo 59: el abuso de la vulnerabilidad o la ignorancia del consumidor se considerará delito y dará lugar a la anulación del contrato.
- Primacía de la protección del consumidor sobre el derecho mercantil en materia de préstamos bancarios.

47. Todo esto pone de manifiesto la importancia que entraña la plena aplicación de la Ley núm. 31-08 en su versión actual, incluso sin haber sido objeto de modificaciones.

---

<sup>28</sup> Marruecos, Ley núm. 12-06 sobre la Normalización, la Certificación y la Acreditación, Decreto núm. 1-10-15, de 11 de febrero de 2010.

<sup>29</sup> A/RES/70/186, anexo, directriz 66; Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, 2011, Principios de alto nivel del G20 sobre la protección del consumidor de servicios financieros, que puede consultarse en <https://www.oecd.org/g20/topics/financial-sector-reform/48892010.pdf>.

## B. Otras partes interesadas

### 1. Cámaras de comercio

48. Hay 12 cámaras de comercio regionales, que están bajo la supervisión del MIICEN. Las cámaras de comercio participan en la Semana Nacional de la Calidad organizada por la Dirección de la Calidad y la Vigilancia del Mercado, así como en actos organizados en colaboración con asociaciones de protección del consumidor, en los que, entre otras cosas, presenta información sobre el contenido de la Ley núm. 31-08.

49. La Federación de Cámaras de Comercio espera poder participar en el futuro Consejo Consultivo Superior del Consumidor, cuya creación está prevista en el artículo 204 de la Ley núm. 31-08<sup>30</sup>. Una vez establecido, el Consejo puede convertirse en un foro para la elaboración de códigos de autorreglamentación.

### 2. Asociaciones de protección del consumidor

50. Actualmente existen entre 90 y 100 asociaciones de protección del consumidor a nivel local, de las cuales 38 cuentan con mostradores de información y atención a los consumidores. El Decreto núm. 2-12-462, por el que se establece el modelo de estatus de las asociaciones de protección del consumidor que pueden ser reconocidas de interés público, no menciona de manera explícita la función que las asociaciones podrían desempeñar en la formulación de políticas públicas. Sin embargo, esta queda reconocida de manera indirecta en la mención que se hace a la prevista inclusión de dichas asociaciones en el seno del Consejo Consultivo Superior del Consumidor, según lo dispuesto en la Ley núm. 31-08, de 2011.

51. Aunque el artículo 6 del Decreto núm. 2-12-462 reconoce el derecho de los consumidores a la representación, no aborda la cuestión de forma detallada<sup>31</sup>. El artículo 6 del Decreto (objetivos y misiones) incluye entre los objetivos principales el de “contribuir a la resolución extrajudicial de controversias en materia de consumo”. El artículo 24 dispone que las partes deberán tratar de alcanzar una solución amistosa, y, de no ser posible, podrán someter el asunto al tribunal competente. De hecho, la Federación Nacional de Asociaciones de Consumidores estima que el 72% de las controversias que debe dirimir se resuelven de manera amistosa. Sin embargo, las asociaciones de protección del consumidor consideran que quedan excluidas indebidamente de los procedimientos judiciales. Para dar respuesta a este problema es necesario adoptar una decisión que aborde la cuestión de la posición de las asociaciones de protección del consumidor en la resolución de controversias. La legislación no parece estar al día a este respecto.

52. Además, la Ley núm. 31-08 reconoce el derecho de las asociaciones de protección del consumidor para intervenir en las actuaciones judiciales en nombre de los consumidores. Sin embargo, ese derecho no ha sido ejercido por esas asociaciones como estaba previsto. Ello podría deberse, entre otras cosas, a las onerosas condiciones a que está sujeto el ejercicio del derecho (declaración de interés público o autorización especial). Otra de las razones podría ser la falta de capacidad técnica de las asociaciones para intervenir en procedimientos judiciales.

## V. Cooperación internacional

53. El MIICEN y el Departamento de Protección del Consumidor han contribuido activamente a reforzar la cooperación internacional con los países vecinos, por ejemplo, mediante un programa de hermanamiento con la Unión Europea en el marco de un acuerdo de cooperación europea. Este programa, que vincula al MIICEN con un consorcio

<sup>30</sup> Marruecos, MIICEN, *Stratégie de protection du consommateur, 2017-2022* (de próxima publicación).

<sup>31</sup> Decreto núm. 2-12-462, de 14 de noviembre de 2012, por el que se establece el modelo de estatus de las asociaciones de protección del consumidor que pueden ser reconocidas de interés público.

francobelga, comenzó su andadura en mayo de 2015 y se aplicó durante un período de 27 meses<sup>32</sup>.

54. Además, Marruecos es uno de los ocho beneficiarios (junto con Argelia, Egipto, Jordania, el Líbano, Túnez, el Yemen y el Estado de Palestina) del programa de cooperación técnica de la UNCTAD para el Oriente Medio y Norte de África (2015-2019), financiado por Suecia, que promueve la integración económica regional mediante la mejora de las políticas en materia de competencia y de protección del consumidor, con el objetivo de lograr un efecto positivo en la paridad de género, la buena gobernanza y la lucha contra la corrupción. Este programa privilegia una serie de instrumentos e iniciativas, en particular, el fortalecimiento de la capacidad de los organismos públicos y las partes interesadas pertinentes, con un enfoque regional que permite el intercambio de experiencias y una mayor cooperación. Uno de los productos del programa ha sido la publicación titulada *Guidelines on Consumer Protection: Agency Structure and Effectiveness* (“Directrices para la protección del consumidor: estructura y eficacia de los organismos”)<sup>33</sup>, centrada en la región del Oriente Medio y Norte de África, que fue elaborada en 2017 sobre la base de parámetros internacionales relativos a la protección del consumidor.

55. Al mismo tiempo, el Departamento de Protección del Consumidor puede prever otras formas de cooperación. Por ejemplo, Marruecos está tratando de participar en mayor medida en el sistema de notificación de la Unión Europea de productos alimenticios peligrosos y de intercambiar más información al respecto<sup>34</sup>. También en la esfera de la seguridad de los productos, y en fecha más reciente, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) ha establecido un portal mundial denominado GlobalRecalls<sup>35</sup>, que es una red mundial para la notificación de la retirada de productos de los mercados nacionales. El portal no está limitado a los Estados miembros de la OCDE. Se actualiza periódicamente e incluye información sobre las órdenes de retirada, obligatoria o voluntaria, de productos de consumo emitidas por organismos gubernamentales. Tanto los consumidores como las empresas tienen acceso al portal que, según lo previsto, tendrá una cobertura mundial.

56. La Red Internacional de Protección del Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN, por sus siglas en inglés)<sup>36</sup> está integrada por organizaciones de más de 50 países (Marruecos no es país miembro) y tiene por objeto compartir información sobre las actividades comerciales transfronterizas que pueden producir perjuicios a los consumidores. Los miembros de esta Red Internacional son en su mayoría, aunque no exclusivamente, países que pertenecen a la OCDE. Otra red importante para el intercambio de información es la denominada Diálogo Africano sobre la Protección del Consumidor, que cuenta con el apoyo de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América. Participar en estos foros con el fin de aumentar la capacidad y fortalecer la cooperación puede ser una actividad beneficiosa para Marruecos.

## VI. Conclusiones y recomendaciones

### A. Conclusiones

57. El marco jurídico e institucional de Marruecos para la protección del consumidor es sólido y está plenamente en vigor. Marruecos ha ido por delante de otras jurisdicciones en algunos ámbitos, como el de la promulgación de una legislación amplia de protección del consumidor, vigente desde 2011, que abarca las obligaciones y los derechos básicos de los

<sup>32</sup> Protección de los consumidores marroquíes, proyecto de hermanamiento núm. MA/34, en el marco del programa titulado “Réussir le Statut Avancé” (ENPI/2011/022-778), financiado por la Unión Europea.

<sup>33</sup> UNCTAD, 2017, *Guidelines on Consumer Protection: Agency Structure and Effectiveness* (publicación de las Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra).

<sup>34</sup> Sistema de alerta rápida de la Comisión Europea para los productos no alimenticios peligrosos; puede consultarse en [https://ec.europa.eu/consumers/consumers\\_safety/safety\\_products/rapex/alerts/](https://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/).

<sup>35</sup> <https://globalrecalls.oecd.org/>.

<sup>36</sup> <https://www.icpen.org/>.

consumidores y las empresas y proporciona un entorno propicio para las organizaciones de protección del consumidor.

58. El marco institucional marroquí para la protección de los consumidores es amplio y complejo. Debido al carácter horizontal de la protección del consumidor, las responsabilidades en ese ámbito se reparten entre diversas autoridades públicas, como ocurre en muchos otros países. Por tanto, es esencial la adopción de un enfoque interministerial, que se refuerce mediante actividades de capacitación e información dirigidas a todos los ministerios competentes. El enfoque pedagógico adoptado por el Departamento de Protección del Consumidor cuenta con un amplio apoyo de los demás ministerios y permite reducir el riesgo de duplicación de tareas.

59. Marruecos tiene una dinámica red de empresas y asociaciones de protección del consumidor. El Departamento de Protección del Consumidor ha desplegado esfuerzos considerables para fomentar la sensibilización y la capacidad de las empresas y las asociaciones de consumidores. Este Departamento ha desempeñado sus funciones con eficacia y se está perfilando cada vez más como el centro de coordinación de las cuestiones relativas a la protección del consumidor a nivel nacional, regional e internacional.

60. Las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, en su versión revisada recientemente, proporcionan una valiosa orientación sobre posibles mejoras futuras que podrían introducirse tanto en el plano jurídico como institucional. Asimismo, las directrices de la UNCTAD sobre protección del consumidor para la región del Oriente Medio y Norte de África (*Guidelines on Consumer Protection: Agency Structure and Effectiveness*) contienen también diversas recomendaciones para mejorar los marcos jurídicos e institucionales.

## B. Recomendaciones

### 1. Aspectos sustantivos de la Ley núm. 31-08

#### a) *Desarrollo normativo*

61. Para dar aplicación efectiva a la Ley núm. 31-08, Marruecos debe culminar la aprobación de los textos legislativos de aplicación. Aunque se han realizado esfuerzos notables en ese sentido (ya se han promulgado 2 decretos y 13 decisiones), es necesario proseguir la cooperación interministerial con el fin de velar por que no se produzcan restricciones normativas a la plena aplicabilidad de la Ley núm. 31-08 por los organismos de protección del consumidor y sus agentes.

#### b) *Principios para unas buenas prácticas comerciales*

62. La Ley núm. 31-08 aborda en detalle numerosos elementos de las prácticas comerciales descritas en el documento de la UNCTAD titulado *Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor: Marruecos*, que se publicará próximamente. También establece el principio de que, en caso de ambigüedad en las cláusulas de los contratos, estas se interpretarán de forma favorable al consumidor. El abuso de la vulnerabilidad o de la ignorancia del consumidor se considera punible, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 59 de dicha Ley, y puede dar lugar a la anulación de contratos, disposición esta que tal vez podría ser objeto de un mayor desarrollo normativo en la Ley núm. 31-08 o en los reglamentos correspondientes. Podría, por ejemplo, aplicarse también a las prácticas de comercialización agresivas; en esos casos, el concepto de abuso de la vulnerabilidad podría aplicarse a un conjunto relativamente amplio de la población.

63. El artículo 59 es un buen ejemplo de legislación basada en principios que hace extensivo a otros grupos un nivel general de protección. Se recomienda hacer un uso más amplio de la legislación basada en principios. De la experiencia de numerosas jurisdicciones se desprende que las disposiciones que establecen, con detalles pormenorizados, la prohibición de determinadas prácticas pueden provocar una reacción de las empresas, que en esos casos optan por elaborar procedimientos destinados a eludir las

limitaciones impuestas por la ley. La promulgación de legislación más flexible basada en principios puede sentar una sólida base para la adopción de disposiciones más detalladas en reglamentos y políticas ulteriores.

64. En particular, el artículo 18 de la Ley núm. 31-08 enumera los tipos de cláusulas contractuales que se consideran abusivas, mientras que el artículo 16 se refiere al contexto general de las transacciones. No es necesario que las listas de ejemplos sean exhaustivas ni que cada ejemplo sea descrito de forma minuciosa; dicho de otra forma, que también puedan quedar abarcadas otras prácticas comerciales que no figuren en la lista. Por lo tanto, se recomienda modificar la Ley núm. 31-08 para incluir ejemplos comunes de prácticas comerciales desleales aplicables a todos los sectores del comercio, dejando la casuística para los reglamentos, la jurisprudencia o las prácticas de aplicación.

c) *Acceso a la justicia*

65. Aunque la Ley núm. 31-08 otorga a las asociaciones de protección de los consumidores el derecho a intervenir en los procedimientos judiciales en nombre de los consumidores, ese derecho no ha sido ejercido por dichas asociaciones según lo previsto. Se recomienda revisar el Decreto núm. 2-12-462, de 14 de noviembre de 2012, que fija las condiciones para la participación de las asociaciones de protección del consumidor en los procedimientos judiciales, a fin de facilitar el ejercicio de ese derecho. Además, el Departamento de Protección del Consumidor podría impartir formación jurídica a las federaciones de protección del consumidor con objeto de reforzar su capacidad para litigar.

d) *Sistemas alternativos de solución de controversias*

66. En Marruecos, las cuestiones de la solución de controversias y de las compensaciones en materia de consumo son competencia del poder judicial. Sin embargo, se está introduciendo el sistema de mediación para la resolución de controversias en algunos sectores, como los de las telecomunicaciones y los servicios financieros. Este sistema podría ampliarse aún más con el fin de abarcar el mayor número posible de relaciones de consumo y, de ser posible, todos los sectores de la economía. En los párrafos 37 a 41 de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, relativos a la solución de controversias y la compensación, se proporcionan recomendaciones útiles a ese respecto.

67. El Departamento de Protección del Consumidor se encuentra en una posición privilegiada para fomentar la utilización del sistema de mediación en las controversias en materia de consumo, ya que puede coordinar y alentar la participación de los ministerios, las instituciones públicas y otros interesados pertinentes. El portal de Internet del Departamento podría servir de base para elaborar y aplicar un sistema de solución de controversias en línea.

e) *Comercio electrónico*

68. De conformidad con las directrices 5 j) (necesidades legítimas) y 63 (comercio electrónico) de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, Marruecos debe velar por que los consumidores de comercio electrónico gocen de un nivel de protección que no sea inferior al que se otorga en otras formas de comercio.

69. La Ley núm. 31-08 contiene disposiciones relativas al comercio electrónico, entre otras el reconocimiento del derecho a la retractación, que podría revisarse a la luz de las Directrices de las Naciones Unidas revisadas para abordar nuevos desafíos, como el que plantean las obligaciones de las plataformas de comercio electrónico. A ese respecto, se recomienda que Marruecos conserve una reglamentación basada en principios a fin de permitir la evolución futura del mercado.

f) *Servicios financieros*

70. La Ley núm. 31-08 contiene disposiciones muy detalladas sobre los créditos al consumo y los créditos inmobiliarios. Sin embargo, no se pronuncia acerca del sobreendeudamiento, la manera de prevenirlo y sus consecuencias, ni sobre la inclusión financiera, cuestiones que se empiezan a tener en cuenta en el contexto de las mejores



prácticas internacionales y que se mencionan en la versión revisada de las Directrices de las Naciones Unidas.

71. En particular, se recomienda que la Ley núm. 31-08 incluya disposiciones más generales sobre la promoción y la protección de los intereses financieros generales de los consumidores y comprenda reglamentos de aplicación para promover la inclusión financiera y la protección contra el sobreendeudamiento. La mejor manera de regular la relación entre los proveedores de servicios financieros y sus agentes autorizados es mediante la ley<sup>37</sup>.

72. Por ejemplo, la Ley núm. 31-08 podría establecer la obligación de verificar la solvencia de los prestatarios. Ello contribuiría a fomentar la concesión responsable de préstamos, un nuevo principio que se reafirma en la directriz 66 f) de las Directrices de las Naciones Unidas. Dicha Ley también podría prever el diseño de planes de reembolso de la deuda para los casos en que el endeudamiento no esté motivado por las infracciones cometidas por el consumidor o el prestamista sino por contingencias imprevistas.

g) *Facultades de aplicación*

73. La Ley núm. 31-08 prevé la aplicación por vía judicial de la protección de los consumidores. Podría modificarse esta Ley para que, como complemento de las medidas judiciales, se previera también la adopción de medidas administrativas. De esta manera se reforzaría la tarea de vigilancia del mercado que lleva a cabo del Departamento de Protección del Consumidor y se permitiría que este organismo, cuyas facultades coercitivas se limitan actualmente al envío de amonestaciones, pudiera también emitir requerimientos e imponer sanciones administrativas en caso de infracción de las leyes de protección del consumidor. Podrían otorgarse competencias de ejecución administrativa directa a los organismos de ejecución, en particular al Departamento de Protección del Consumidor, sin necesidad de recurrir a los tribunales.

h) *Codificación*

74. La amplia legislación de Marruecos en materia de protección de los consumidores, que comprende diversos textos legislativos, abarca la mayoría de las actividades económicas. Por ejemplo, la Ley núm. 31-08 regula la cuestión del crédito al consumo, mientras que otras leyes sectoriales, como es el caso de las leyes relativas a los servicios financieros y los servicios públicos, regulan los derechos de los consumidores.

75. A fin de garantizar una reglamentación completa y coherente de la protección de los consumidores y que las partes interesadas conozcan mejor las complejas cuestiones que afectan a los consumidores, algunos países, como el Brasil y Francia, han elaborado códigos del consumidor. Estos códigos recopilan y sistematizan los textos legislativos que versan sobre la protección del consumidor y racionalizan los marcos institucionales. Sería plenamente acorde con la tradición jurídica de codificación de Marruecos —las leyes civiles, comerciales y laborales ya están codificadas— que se procediera a elaborar un código sobre la protección del consumidor. Además, esa tarea ofrecería la oportunidad de revisar el conjunto de los textos legislativos de Marruecos en la materia, tomando como referencia las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor.

## 2. Marcos institucionales

a) *Aplicación, coordinación e imagen pública*

76. Podría reforzarse la Ley núm. 31-08 a fin de incluir medidas administrativas en la esfera de la protección del consumidor. Por el carácter de su misión, el Departamento de Protección del Consumidor está en perfectas condiciones para asumir las facultades conexas a la aplicación de medidas administrativas, incluida la realización de investigaciones, la emisión de requerimientos administrativos y la imposición de sanciones administrativas.

<sup>37</sup> Véase A/RES/70/186, anexo, Directrices 11 y 66 a 68.

77. El Departamento de Protección del Consumidor ha desplegado considerables esfuerzos para asegurar la coordinación con otros ministerios y departamentos, así como la celebración de consultas con representantes de las asociaciones de protección de los consumidores y las empresas. El establecimiento de mecanismos formalizados de consulta, como el consejo asesor de consumidores previsto en el artículo 205 de la Ley núm. 31-08, puede resultar eficaz a ese respecto. El Departamento también podría asumir un papel más activo y ofrecer opiniones consultivas en relación con los proyectos de reglamentos y de políticas gubernamentales, para velar por que se tengan en cuenta los intereses de los consumidores.

78. El Departamento de Protección del Consumidor debería reforzar aún más su función de centro de coordinación de las cuestiones relativas a la protección de los consumidores, promoviendo su imagen pública. Su portal en línea proporciona información de fácil acceso a los consumidores y ofrece la posibilidad de presentar reclamaciones por vía electrónica. Debería promoverse este sitio web y enriquecerse su contenido mediante la realización de campañas de educación e información, publicaciones, investigaciones y futuros estudios. El Departamento también podría aprovechar las plataformas de las redes sociales y las líneas telefónicas de asistencia para afianzar su imagen pública ante los consumidores y las empresas.

b) *Fomento de la capacidad*

79. El Departamento de Protección del Consumidor podría elaborar programas de capacitación normalizados para funcionarios públicos y jueces utilizando material especializado de la UNCTAD, como el manual sobre la protección del consumidor<sup>38</sup> y la publicación titulada *Guidelines on Consumer Protection: Agency Structure and Effectiveness* (“Directrices para la protección del consumidor: estructura y eficacia de los organismos”) centrada en la región del Oriente Medio y Norte de África. Asimismo, podría elaborar un programa general de capacitación para las asociaciones de protección de los consumidores y las empresas, para lo cual podría basarse en la publicación de la UNCTAD titulada *Guidelines on Consumer Protection: Business Engagement* (“Directrices para la protección del consumidor: participación de las empresas”)<sup>39</sup> centrada también en la región del Oriente Medio y Norte de África, y en directrices sobre asociaciones de protección del consumidor de dicha región, que se publicarán próximamente.

80. Con ese fin, el Departamento de Protección del Consumidor debería tratar de establecer alianzas estables con federaciones de asociaciones de consumidores, cámaras de comercio e instituciones académicas a través de actividades de formación de instructores, garantizando así un efecto multiplicador positivo. También podría considerar la posibilidad de organizar, en colaboración con asociaciones de protección de los consumidores, campañas de sensibilización<sup>40</sup>.

c) *Asociaciones de protección del consumidor*

81. La iniciativa de Marruecos de prestar apoyo financiero a las asociaciones de protección del consumidor es una experiencia pionera en la región del Oriente Medio y Norte de África que aborda el eterno problema de la sostenibilidad de esas asociaciones. A medida que el Fondo Nacional para las Asociaciones de Protección del Consumidor se vaya consolidando, será importante garantizar la rendición de cuentas en relación con las actividades de las asociaciones y evaluar aquellos resultados que tengan una gran repercusión, mediante procedimientos continuos de evaluación y auditoría. Para contribuir a la profesionalización de las asociaciones de protección del consumidor, el Departamento debería seguir impartiendo capacitación, sobre todo si en los nuevos reglamentos que se promulguen se prevé la atribución de funciones adicionales a esas asociaciones.

<sup>38</sup> UNCTAD, 2017, *Manual on Consumer Protection* (publicación de las Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra).

<sup>39</sup> UNCTAD, 2017 (publicación de las Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra).

<sup>40</sup> La Ley núm. 31-08 prevé el establecimiento de una única federación.

*d) Recursos*

82. De conformidad con lo dispuesto en la directriz 15 de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, relativa a la política nacional en la materia, Marruecos debería procurar que los organismos de protección de los consumidores dispongan de los recursos humanos y financieros necesarios para promover el cumplimiento efectivo y para obtener o facilitar compensaciones para los consumidores en los casos pertinentes. El Departamento de Protección del Consumidor está presente en todo el territorio nacional a través de sus 29 delegaciones regionales. Sin embargo, dados los escasos recursos humanos y financieros disponibles, las oficinas regionales no pueden cumplir plenamente las funciones encomendadas, especialmente en lo que respecta a la vigilancia y la sensibilización. Por tanto, se recomienda que se aumente la dotación de personal del Departamento y que se imparta la capacitación necesaria.

*e) Cooperación internacional*

83. El Departamento de Protección del Consumidor ha trabajado activamente para poder contar con la cooperación internacional y tener acceso a las mejores prácticas de la UNCTAD y la Unión Europea. La participación en la Red Internacional de Protección del Consumidor y Aplicación de la Ley y en la red del Diálogo Africano sobre la Protección del Consumidor puede resultar particularmente provechosa en caso de que el Departamento asuma facultades o atribuciones para hacer cumplir la legislación. El Departamento también podría estudiar la posibilidad de concertar acuerdos con autoridades homólogas a fin de aprovechar la experiencia internacional existente en materia de cooperación transfronteriza, de conformidad con la directriz 82 de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. El Departamento debería aprovechar las reuniones internacionales para familiarizarse con las mejores prácticas de otros países y, al mismo tiempo, integrarlas en su propia práctica.

---