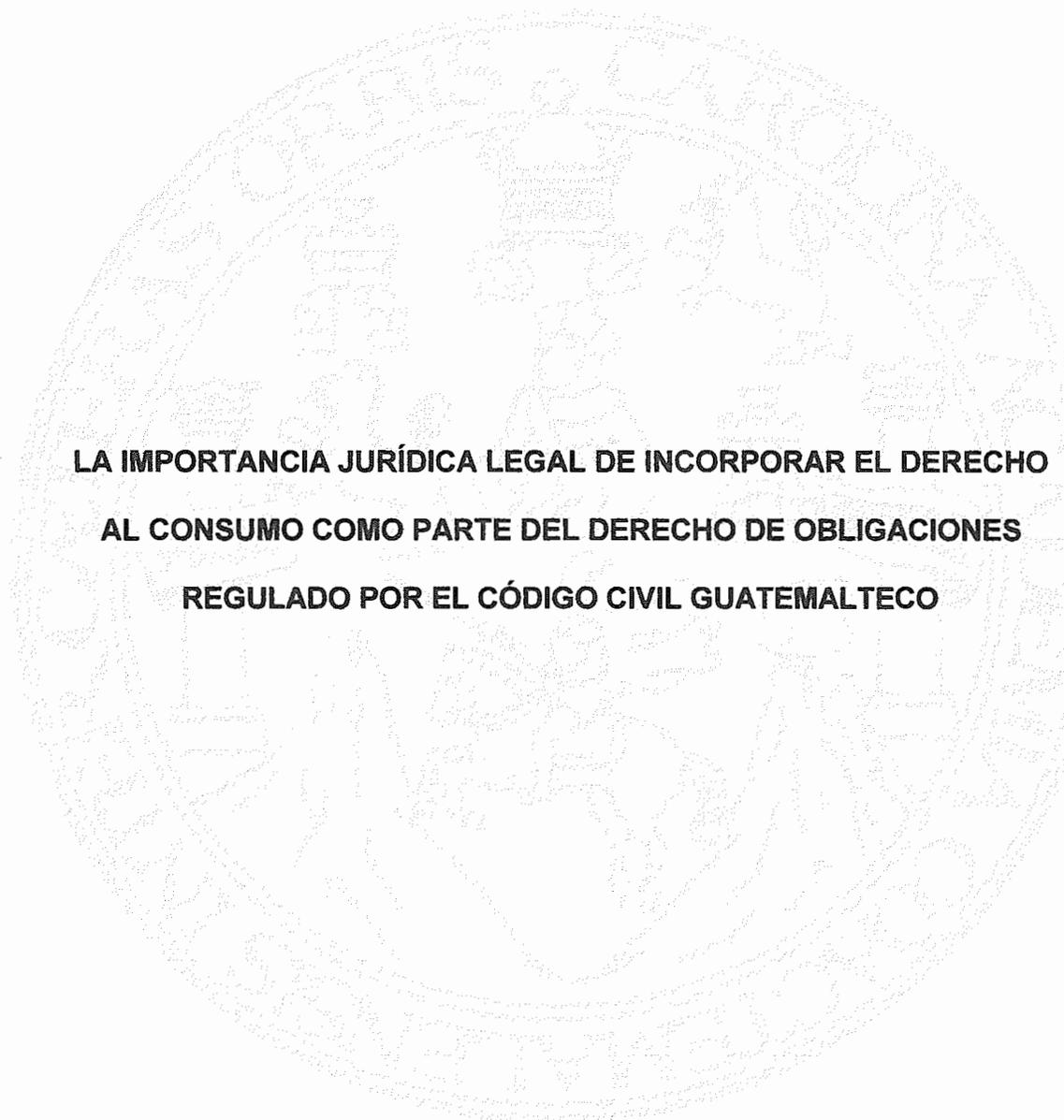


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES



**LA IMPORTANCIA JURÍDICA LEGAL DE INCORPORAR EL DERECHO
AL CONSUMO COMO PARTE DEL DERECHO DE OBLIGACIONES
REGULADO POR EL CÓDIGO CIVIL GUATEMALTECO**

PABLO CÉSAR ABREGO SANDOVAL

GUATEMALA, JULIO DE 2012

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

**LA IMPORTANCIA JURÍDICA LEGAL DE INCORPORAR EL DERECHO
AL CONSUMO COMO PARTE DEL DERECHO DE OBLIGACIONES
REGULADO POR EL CÓDIGO CIVIL GUATEMALTECO**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva
de la
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
de la
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

PABLO CÉSAR ABREGO SANDOVAL

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Y los títulos profesionales de

ABOGADO Y NOTARIO

Guatemala, julio de 2012

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO: Lic. Avidán Ortiz Orellana
VOCAL II: Lic. Mario Ismael Aguilar Elizardi
VOCAL III: Lic. Luis Fernando López Díaz
VOCAL IV: Br. Modesto José Eduardo Salazar Dieguez
VOCAL V: Br. Pablo José Calderón Gálvez
SECRETARIO: Lic. Rosario Gil Pérez

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN
TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

Presidente: Licda. Mirza Eugenia Irungaray López
Vocal: Lic. Rodolfo Giovanni Celis López
Secretario: Dr. Emilio Gutierrez Cambranes

Segunda fase:

Presidente: Licda. Rosalba Corzantes Zúñiga de Muñoz
Vocal: Licda. Crista Ruiz Castillo de Juárez
Secretaria: Licda. Miriam Lili Rivera Álvarez

RAZÓN: “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis”. (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público).”

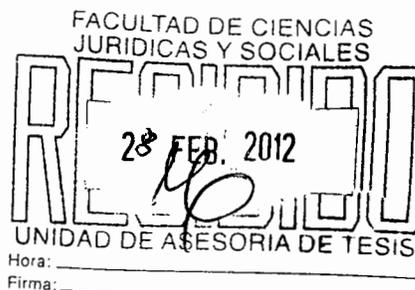


LIC. RIGOBERTO RODAS VASQUEZ
7ma. Avenida 1-20 zona 4
Edificio Torre Café, Of. 910
Teléfono: 5205-6304

Guatemala, 23 de febrero de 2012

Señor Jefe de la Unidad de Tesis de la
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Licenciado Carlos Manuel Castro
Su Despacho

De mi consideración:



Atendiendo al nombramiento recaído en mi persona, como asesor de la Tesis de trabajo del Bachiller Pablo César Abrego Sandoval, titulado "La Importancia jurídica legal de incorporar el derecho al consumo como parte del derecho de obligaciones regulado por el Código Civil guatemalteco", habiendo asesorado el trabajo encomendado, me permito emitir el siguiente:

DICTAMEN:

Al recibir el nombramiento, se establece comunicación con el Bachiller Pablo César Abrego Sandoval, con quien procedí a efectuar la revisión del plan de investigación y de tesis, los que se encontraban congruentes con el tema a investigar y en consenso con el ponente del tema se decidió sobre la manera de elaborarlo.

Durante el desarrollo del trabajo de elaboración de tesis, el Bachiller Pablo César Abrego Sandoval, tuvo la disciplina y atención cuidadosa en el desarrollo de cada uno de los temas que comprenden el trabajo de tesis, el cual tiene un amplio contenido científico, utilizando un lenguaje altamente técnico acorde al tema desarrollado, empleando bibliografía abundante y actualizada, asimismo, el ponente, hace uso en forma precisa del contenido científico sobre la metodología y técnicas de investigación utilizadas, lo que se refleja en las conclusiones y recomendaciones que se mencionan en el trabajo, las cuales son congruentes con el tema y con cada uno de los requisitos exigidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

El trabajo de tesis que presenta el ponente, constituye un buen aporte para la comprensión de la necesidad de regular en el Código Civil guatemalteco todo lo relativo del derecho al consumo como parte del derecho de obligaciones, y a su vez pretende coadyuvar a una eficaz aplicación del derecho que posee el consumidor ante el proveedor.



Entre los aspectos mencionados, también cabe mencionar que la redacción tiene un alto nivel profesional y en consecuencia emito **DICTAMEN FAVORABLE**, en virtud que el trabajo de tesis de mérito, cumple con los requisitos establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y de Examen General Público, para que pueda continuar con el trámite respectivo.

Atentamente,



Lic. Rigoberto Rodas Vasquez
Abogado y Notario

Lic. Rigoberto Rodas Vasquez
Colegiado 4083

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Edificio S-7, Ciudad Universitaria
Guatemala, Guatemala



UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, veintinueve de febrero de dos mil doce.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) : **EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA**, bajo de tesis del (de la) estudiante: **PABLO CESAR ABREGO SANDOVAL**, CARNÉ NO. 200218468, intitulado "LA IMPORTANCIA JURÍDICA LEGAL DE INCORPORAR EL DERECHO AL CONSUMO COMO PARTE DEL DERECHO DE OBLIGACIONES REGULADO POR EL CÓDIGO CIVIL GUATEMALTECO"

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual dice: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y las técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estime pertinentes".

LIC. LUIS EFRAÍN GUZMÁN MORALES
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS

cc.Unidad de Tesis
LEGM/jrvch





LIC. EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA

3ª Avenida 13-62 zona 1

Teléfono: 2232-7936

Guatemala, 12 de abril de 2012

LICENCIADO
LUIS EFRAÍN GUZMÁN MORALES
JEFE DE LA UNIDAD DE TESIS
FACTULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CIUDAD

Licenciado Guzmán Morales:



De manera atenta y respetuosa me permito comunicarle que atendiendo a la providencia emanada por la unidad a su cargo, he cumplido con la función de revisor de tesis del estudiante: **PABLO CÉSAR ABREGO SANDOVAL**, cuyo trabajo se titula **"LA IMPORTANCIA JURÍDICA LEGAL DE INCORPORAR EL DERECHO AL CONSUMO COMO PARTE DEL DERECHO DE OBLIGACIONES REGULADO POR EL CODIGO CIVIL GUATEMALTECO"**, para lo cual, me permito emitir el siguiente dictamen:

- I) He realizado la revisión de la investigación y en su oportunidad sugerí cambios de fondo y forma, algunas correcciones de tipo gramatical y de redacción, mismas que considere oportunas y habiéndose realizado las modificaciones sugeridas al ponente, considero que el contenido del presente trabajo de tesis, contiene conocimientos en gran manera científicos y técnicos, ajustándose a la normativa respectiva para los trabajos de investigación.
- II) Es procedente mencionar que durante la investigación, así como en el progreso del trabajo de tesis, el ponente puso en evidencia su capacidad de investigación, utilizando la entrevista, como técnica para recolectar información que le servirá como parte de su análisis en el tema propuesto, utilizando a la vez el método inductivo, deductivo y analítico para relacionar los temas y subtemas del trabajo planteado y llegar a conclusiones concordantes con el plan de investigación, con base al cual se desarrollo el presente trabajo de tesis. Además la técnica de investigación utilizada fue de carácter documental-bibliográfico, así como consultas de derecho comparado.



LIC. EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA

3ª Avenida 13-62 zona 1

Teléfono: 2232-7936

- III) Además, la redacción del presente trabajo de tesis me parece bastante clara adecuada, con un léxico jurídico correcto y práctico en vista que en su mayoría el ponente utiliza palabras de uso común para la fácil comprensión y entendimiento del lector.
- IV) Asimismo, el presente estudio jurídico y doctrinario servirá como fuente informativa y de referencia para profesionales, estudiantes de las ciencias jurídicas y sociales y público en general,
- V) Las conclusiones y recomendaciones a que arriba el estudiante, son congruentes con el contenido de la investigación de mérito, para lograr los objetivos que se ha planteado en su plan de trabajo, determinando la veracidad de la hipótesis formulada.
- VI) En relación a la bibliografía utilizada, considero que es un material bien seleccionado, en vista de que se ajusta muy bien a los temas investigados, en este trabajo de investigación.

Por lo cual, estimo conveniente que habiéndose cumplido con los requisitos señalados en el *Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales* y del Examen General Publico, resulta procedente aprobar el trabajo asesorado, razón por la cual doy mi **DICTAMEN EN SENTIDO FAVORABLE**, debiéndose en consecuencia emitir la orden de impresión correspondiente.

Sin otro particular me suscribo muy atentamente

Lic. Edgar Armindo Castillo Ayala

Abogado y Notario
Colegiado No. 6,220

Edgar Armindo Castillo Ayala
Abogado y Notario



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Edificio S-7, Ciudad Universitaria
Guatemala, Guatemala



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Guatemala, doce de junio de dos mil doce.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de el estudiante PABLO CÉSAR ABREGO SANDOVAL intitulado LA IMPORTANCIA JURÍDICA LEGAL DE INCORPORAR EL DERECHO AL CONSUMO COMO PARTE DEL DERECHO DE OBLIGACIONES REGULADO POR EL CÓDIGO CIVIL GUATEMALTECO. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

CEHR/iyc





DEDICATORIA

- A DIOS:** Todopoderoso, por permitirme vivir y alcanzar este sueño; a Él sea toda la gloria.
- A MIS PADRES:** Gilma Yolanda Sandoval Aguilar y Elfidio Noé Abrego Hernández por sus sabios consejos y el apoyo que me han brindado en toda mi vida y que este: triunfo sea para ellos una muestra de mi amor y respeto.
- A MI HERMANO:** Elfidio Noé Abrego Sandoval Por su apoyo, comprensión y colaboración en esos momentos que necesite silencio para estudiar; te quiero.
- A MIS ABUELITOS:** Juan Pablo Sandoval (Q.E.P.D.) y Antonia Rafaela Aguilar por cuidarme, corregirme, enseñarme a luchar y lo principal el temor a Dios.
- A MIS TIOS:** Shený, Nelson, Gustavo, Luis, Oscar, vilda y Sandra por su cariño, apoyo y consejos.
- A:** Rudy Minera (Q.E.P.D.) por su apoyo y ser un ejemplo a seguir que este triunfo sea una ofrenda a su memoria.
- A MIS PRIMOS:** Porque su cariño y aprecio.
- A:** Lucia Ramirez por tu amor, comprensión y apoyo en los momentos más difíciles de esta carrera te amo (fiitia).



A: Rosario, Herbert, Lesly, Victor, Mónica, Saulo, Oscar y Denisse compañeros inseparables de toda la carrera, a quienes debo gran parte de este, logro y sin ustedes no lo hubiese alcanzado.

A LOS LICENCIADOS: Rigoberto Rodas, Edgar Castillo, Fredy Orellana y Maco Castillo por sus enseñanzas, su confianza y apoyo en las diversas etapas de mi carrera.

A: Maco, Ernesto, Danny, Vivian, Aida, Manuel, Edilsa, Jorge, Leonel por su apoyo, colaboración y cariño en los últimos momentos de esta carrera: gracias.

A: La Gloriosa y Tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala porque ahora tengo el orgullo de ser uno de sus profesionales y por formarme con sus valores y consciente de mis compromisos sociales.



ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	i

CAPÍTULO I

1. El consumidor y usuario.....	1
1.1. Definición de consumidor y usuario.....	2
1.2. El acto de consumo como conceptualización del término consumidor.....	7
1.3. El consumidor material.....	9
1.4. Perfil económico del consumidor.....	11

CAPÍTULO II

2. Análisis normativo del derecho del consumidor.....	19
2.1. Normativa ordinaria de protección al consumidor y usuario.....	20
2.2. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	23
2.3. Protección al consumidor y usuario.....	24
2.4. El proveedor.....	30
2.5. Derecho al apoyo estatal.....	42

CAPÍTULO III

3. Derecho del consumidor como rama jurídica.....	49
3.1. Características del derecho del consumidor.....	51
3.2. Elementos jurídicos sobre el consumidor y del proveedor.....	60



CAPÍTULO IV

	Pág.
4. Elementos jurídicos y legales que determinan la importancia de integrar al derecho del consumo en el derecho de obligaciones.....	67
4.1. Derecho de obligaciones.....	70
4.2. La integración del derecho del consumo en el derecho de obligaciones.	81
CONCLUSIONES.....	87
RECOMENDACIONES.....	89
BIBLIOGRAFÍA.....	91



INTRODUCCIÓN

El tema de tesis fue elegido debido a que el derecho del consumidor y usuario adoptó una autonomía propia, con lo cual ha determinado la modificación de hecho del derecho civil, vinculado con el tema de los negocios jurídicos y los contratos. Ante esta realidad se planteó la duda acerca de la relación de inclusión dominante de esta rama jurídica en la determinación del derecho de obligaciones.

Los objetivos de la tesis fueron explicar las características del consumidor y usuario, establecer los elementos que determinan la autonomía relativa del derecho del consumidor ante las otras ramas del derecho privado, así como la influencia de la doctrina y los tratados internacionales acerca del consumo; mientras que la hipótesis se orientó a explicar que la relación existente entre las obligaciones en general y las obligaciones del proveedor de bienes o servicios es de subordinación doctrinaria y legal porque prevalece la Ley de Protección al Consumidor y Usuario frente a lo regulado en el Código Civil, lo cual fue debidamente comprobado.

Los términos más importantes utilizados en la presente tesis, fueron los de consumidor, el cual es la persona individual o jurídica de carácter público o privado nacional o extranjera, que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza y el de proveedor, quien es una persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera que en nombre propio o por cuenta ajena, con o sin ánimo de lucro, realice actividades de producción, fabricación, transformación, importación, construcción, distribución o



comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores o usuarios en el territorio nacional y por las que cobre precio o tarifa.

La tesis fue redactada en cuatro capítulos. El primero de ellos se elaboró a partir de establecer los elementos jurídicos fundamentales de la figura del consumidor y usuario; en el segundo se realiza una extensa explicación descriptiva de la forma en que se encuentra redactada la Ley de protección del Consumidor y Usuario en Guatemala; el tercero, se redactó tomando en cuenta los argumentos doctrinarios que fundamentan la autonomía relativa del derecho del consumo frente al derecho civil y al mercantil; por último, el cuarto capítulo sirve para fundamentar los criterios académicos que evidencia la integración del derecho al consumo como parte del derecho de obligaciones a partir de servir de marco limitador a la autonomía de la voluntad.

Para obtener la información necesaria y elaborar el informe final de tesis, se hizo uso de los métodos deductivo, inductivo, sintético y jurídico, necesarios; así como al uso de la información bibliográfica y documental; con lo cual se logró recensionar los libros del derecho al consumo, la figura del consumidor y usuario, la relación de estas instituciones con otras ramas del derecho, como el civil y el mercantil, así como su relación con la normativa legal establecida en la Ley del Consumidor y Usuario en Guatemala.

El contenido de la tesis permite establecer la importancia del derecho del consumidor y usuario, como derechos de la tercera generación, los cuales deben ser protegidos y garantizados por el Estado para su efectiva realización en la economía guatemalteca.



CAPÍTULO I

1. El consumidor y usuario

Siempre es difícil encontrar una definición adecuada para cualquier rama, tema, institución o fenómeno jurídico, máxime si se trata de una figura de relativa corta edad como es el caso del consumidor y usuario; sin embargo, se puede iniciar recordando que este sujeto tiene su origen en la libertad de comercio que protege el libre accionar de los comerciantes en su anhelo, por el ánimo de lucro, promoviendo además la libre y leal competencia entre éstos, lo cual se ha ampliado hacia la protección de los consumidores.

“Las normas de la competencia mercantil ya no están exclusivamente orientadas a proteger o tutelar a los empresarios, sino que tienden a defender los intereses de los consumidores, así como sus derechos económicos y sociales. La defensa de los consumidores, adquiere relevancia en cuanto poder compensador en una economía de mercado que debe equilibrarse con el principio de libertad de empresa”.¹

El principal sujeto de la relación jurídica de consumo es el consumidor, aunque también se habla conjuntamente de usuario, aunque en la mayoría de los casos, no se hace una diferencia sustancial entre consumidor y usuario, ya que se entiende que

¹ Lares Romero, Víctor Hugo, **El derecho a la protección de los consumidores en México**, pág. 41.



engloban el mismo concepto, aunque el primero es el que adquiere los bienes y el segundo es el destinatario de los servicios. Ahora bien, indistintamente de hacer referencia a consumidor o usuario, lo cierto es que se trata de un nuevo sujeto del proceso económico que merece especial tutela por ser la parte más débil de la relación jurídica de consumo.

1.1. Definición de consumidor y usuario

Se puede comenzar diciendo que los consumidores son aquellos a los que la producción es destinada y que están en situación de inferioridad ante las empresas, tanto en lo que concierne a la reparación de los daños causados, como en lo que se refiere a la prevención. El concepto de consumidor procede de la ciencia económica, aunque hoy en día forma parte también del lenguaje jurídico.

Para los economistas, consumidor es un conjunto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destinarlos a su propio uso o satisfacer sus propias necesidades, personales o familiares.

“Lo que pretende el consumidor es hacerse con el valor de uso de lo adquirido, no emplearlo en su trabajo para obtener otros bienes o servicios; en este sentido, el consumidor participa en la última fase del proceso económico. En cambio, el empresario, a diferencia de aquél, adquiere el bien por su valor de cambio, esto es, para incorporarlo transformado, a su proceso de producción o distribución, a fin de



recuperar lo invertido más tarde y multiplicarlo, es decir, para obtener nuevos valores de cambio”.²

Hasta épocas recientes los intereses de los consumidores se confundían con el interés general de los ciudadanos; sin embargo, las profundas transformaciones económicas y sociales que han tenido lugar en las últimas décadas han justificado numerosos intentos de preservar la posición del consumidor en el mercado, lo cual no significa que a lo largo de la historia haya estado desprovisto de toda protección al tenerse en cuenta la condición débil de ciertas personas.

“Sin embargo, el derecho clásico se ha mostrado insuficiente para abordar la problemática que ha originado la llamada sociedad de consumo en donde el consumidor aparece como la parte débil de la contratación. Precisamente, el fenómeno novedoso de las últimas décadas ha sido la consolidación de la política de protección a los consumidores. El objeto de esta política consiste en ayudar a los consumidores a encontrar el papel que la teoría económica tradicional les ha prestado sin duda, pero el medio socioeconómico real de la sociedad moderna les ha hecho perder. Dicha política buscará restablecer cierto equilibrio entre recursos y los poderes respectivos de los actores participantes del sistema; corrigiendo las lagunas o insuficiencias que afectan el buen funcionamiento del mercado. La tutela del

² García Amigo, Manuel, **La defensa de los consumidores desde el derecho privado**, pág. 395.



consumidor actual tiene precisamente la misión de erradicar algunas disfunciones de la economía del mercado. Según los tratadistas españoles Botana García y Ruiz Muñoz, el ámbito al que se puede extender la protección bien puede distinguirse en dos vertientes: La protección indirecta y la directa. La primera alcanza todo el que hacer de los poderes públicos y en especial a la ordenación del mercado interno, la libertad de competencia, regulación de los monopolios, la política de precios, el control de las importaciones y otros. Mientras que la protección directa se realiza mediante la atribución de derechos concretos a favor de la persona que consume, o sea, el consumidor”.³

Ahora bien, el término consumidor es más amplio que el de comprador puesto que alguien puede adquirir un bien o servicio para satisfacer sus necesidades por otros medios diversos al del contrato de compra, debiéndose entender por consumidor a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de un servicio.

La determinación del concepto consumidor está vinculada a la evolución experimentada por el movimiento de protección de los consumidores en las últimas décadas, por lo que cada vez ha ido ampliando más el círculo de personas que se consideran necesitadas de una especial protección en materia de consumo.

³ **Ibid**, pág. 396.



“Cabe distinguir básicamente dos nociones concretas, una noción amplia que se refiere al consumidor como cliente, y otra restrictiva que considera al llamado consumidor final. Por tal razón, el consumidor se ha convertido en un elemento de la economía más que una parte contratante de una operación jurídica clásica. Distinguiéndose dos tipos de consumidores, el intermediario y el final. Evidentemente la concepción de consumidor intermediario es más amplia por lo que en materia de defensa de los consumidores se adopta la restrictiva, conforme a la cual el consumo se aplica directamente a la satisfacción de las necesidades personales. Se entiende por consumidor final toda persona que utiliza los bienes adquiridos para satisfacer sus necesidades y aquellas de las personas bajo su cargo y no para revenderlas o transformarlas en el cuadro de su propia profesión. Pero el particular en su calidad de consumidor es también un cliente que utiliza servicios. En este caso el consumidor es usuario aunque no deja de ser consumidor”.⁴

Dentro de la idea de consumidor como cliente se incluye a cualquier persona que interviene en relaciones comerciales situado en la posición de demanda en un vínculo convencional con el titular de la oferta, comprendiendo en esta palabra a los clientes de una empresa, sin que sea relevante la finalidad perseguida por éstos al tomar parte en esa relación de compra-venta; quedando así englobados en este concepto todos aquellos que contratan con un empresario para adquirir bienes o servicios, no

⁴ Lares. **Ob**; pág. 46.



interesando el destino que le otorguen a éstos, protegiéndose en especial a aquellos que se encuentran en una posición de mayor debilidad frente a la entidad y que, en la gran mayoría de las ocasiones, coincidirán con las del consumidor final, el cual se entiende como todo usuario de un producto o de un servicio sin tener que considerar la naturaleza de la relación económica realizada en la transacción.

Asimismo, se puede entender como consumidor a la persona física o jurídica que se procura o que utiliza bienes o servicios para un uso, en donde la definición está referida al destino de los bienes y servicios a fines de usarse de manera inmediata, pero al mismo tiempo.

“El consumidor y usuario, definido en la ley, es la persona física o jurídica que actúa en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. Esto es, que interviene en las relaciones de consumo con fines privados, contratando bienes y servicios como destinatario final, sin incorporarlos, ni directa, ni indirectamente, en procesos de producción, comercialización o prestación a terceros. Por ejemplo, una pastelería en la que se compran materias primas para elaborar sus productos, como es el caso de la harina, en estas operaciones no se consideran destinatarios finales de sus compras, por tanto la normativa no reconoce a la pastelería como consumidor o usuario. Siguiendo con el mismo ejemplo, si el pastelero compra harina para hacer una tarta de cumpleaños a su hija, se considera consumidor o usuario, ya que es



destinatario final del producto”.⁵

En esta tesis se considera que todas las personas son consumidores, por lo que pueden reclamar la protección de que es objeto por el hecho de reunir los requisitos que establece su definición, en donde se trata de una relación entre la persona del consumidor y sobre las condiciones en las cuales ésta desempeña su papel dentro del ciclo económico.

1.2. El acto de consumo como conceptualización del término consumidor

El acto de consumidor se puede entender como aquel que permite obtener un bien o servicio con vistas a satisfacer una necesidad personal o familiar, siendo una acción de este tipo, aunque sea aislada, suficiente para calificar de consumidor al que la realiza.

Este acto jurídico permite al consumidor entrar en posesión de un bien o disfrutar de un servicio. Se caracteriza también por ser un acto material consistente en utilizar bienes o servicios como resultado de una compra-venta aunque no exista ningún contrato, porque sería demasiado restringido, reservar la cualidad de consumidor solamente a la persona que contrata.

⁵ Ob. Cit; pág. 49.



También puede entenderse que el solo hecho de consumir es suficiente para aplicar el concepto consumidor, incluyendo de esta manera en el campo de los consumidores a los profesionales, industriales, comerciantes o prestatarios de servicios que adquieren para las necesidades de su empresa bienes de equipo.

“Las definiciones basadas en un cierto subjetivo, se apoyan en una serie de conceptos difíciles de apreciar, tales como fines privados, fuera de la actividad empresarial, entre otros. En cambio, en la definición de acto de consumo se procede a una simplificación conceptual, ya que consumidor es todo aquel que realiza un acto de consumo, aunque este último también resulta difícil de apreciar. En esta concepción de consumidor, el acto de consumo tampoco esclarece conceptos, como el que los bienes o servicios sean destinados a la satisfacción de necesidades personales o familiares. Se traslada entonces, la misma problemática que analizamos en la concepción de consumidor a la definición de acto de consumo. El consumidor no es, como se ha dicho, un status subjetivo permanente, sino que dicha calificación le es atribuida a quien actúa de determinada manera y con relación exclusiva a esa actuación. Los criterios que llevan incorporados no son suficientes para resolver los problemas que se plantean en las diversas y variadas relaciones jurídicas en que participa el consumidor. De ahí que quizás, su solución estuviese en atemperar el concepto de consumidor al ámbito concreto donde se ha actuado y que se quiere proteger; dígase derecho privado o público, derecho civil o administrativo. Es decir; el término consumidor tendría significados distintos dependiendo de la finalidad



protectora de la legislación de que se trate. Pienso que esta actuación aportaría mayor seguridad jurídica aunque también daría como resultado una mayor complejidad del ordenamiento jurídico en este sentido”.⁶

Se entiende, entonces, que consumidor es toda persona, natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de sus necesidades, no importando que la persona sea destinatario final del bien o servicio, que el consumo sea una actividad profesional o empresarial, porque todos los sujetos que interactúan en el tráfico de bienes y servicios conforman la categoría consumidor, el cual debe ser sujeto de protección en las relaciones de intercambio.

1.3. El consumidor material

Siendo que el principal mecanismo de intercambio de bienes y servicios es el contrato, el mismo ha servido para el crecimiento económico y de las ofertas, a partir de asegurar la integridad del consentimiento e igualmente garantizar contra las ofertas abusivas, el mismo es hasta el presente, insuficiente para garantizar todos los aspectos relativos al consumidor, porque su protección puede tener un carácter preventivo o un carácter reparador.

⁶ **Ibid.** Pág. 365



A partir de estos aspectos, se considera consumidor material, al que sin haber contratado la cosa o el servicio puede utilizarlos; es decir, puede hacer uso, disfrutar o consumir los mismos sin tener parte necesariamente en un contrato, aunque pueden tener algún título que legitime su actuación, con lo cual se puede entender que existe un consumo físico y otro económico.

Esto permite comprender la importancia de una mejor protección del consumidor material a través de normativas especiales, a sujetos perjudicados por algún producto defectuoso, con independencia de que tenga o no la condición de consumidores en sentido estricto.

“El concepto de consumidor material puede coincidir o no con el jurídico. El consumidor del producto o del servicio puede ser quien lo haya adquirido o una persona distinta. En ambos casos se es consumidor si bien, la protección y el ejercicio de los derechos y garantías variarán según se trate de un consumidor material o jurídico. A decir de ello, Botana García señala; “que precisamente éste último es quién podrá ejercitar los derechos, garantías y acciones derivadas de la adquisición. No obstante esta profundización doctrinal, hay que tener presente que siempre que exista una indicación que aluda a la defensa de los consumidores, la misma estará dirigida únicamente a los consumidores materiales, en tanto la Ley sólo protege en atención a la condición de consumidor a las personas que adquieren bienes o servicios para satisfacer necesidades personales y no las profesionales, sin



transferírselas a terceros”.⁷

Lo anterior implica que el consumidor será destinatario final de los bienes y servicios cuando haga uso de ellos con carácter personal o familiar, aunque vuelva a desprender de ellos, como ocurre con los regalos que se realizan a personas ajenas al círculo familiar, implicando ello que la adquisición de bienes o servicios para uso privado se realice entre particulares o entre empresarios. De hecho la palabra misma de consumidor se ha creado a partir de un elemento de identificación entre personas, lo que les da condiciones personales para adquirir bienes o servicios.

Lo cierto es que, al no existir un criterio subjetivo de identificación previa del destinatario, el derecho al consumo se refiere a una relación específica y singular caracterizada porque una de las partes de esta relación actúa con la finalidad de satisfacer a través de la compra-venta sus necesidades personales o familiares, en donde es consumidor el sujeto que adquiere bienes o servicios con objeto de realizar su valor de uso y no su valor de cambio.

1.4 Perfil económico del consumidor

El consumidor es una persona o conjunto de personas que satisface sus necesidades mediante el uso de bienes y servicios generados en el proceso productivo, quien

⁷ Alterini Atilio. **Defensa de los consumidores de productos y servicios**, pág. 45.



piensa comprar o ha consumido un producto determinado, eligiéndole entre los de la competencia, porque la mercancía que se acerque mejor a las preferencias de un individuo determinado estará en una mejor posición a la hora de convertir individuo en un cliente.

“Dado que ninguna empresa puede permitirse el lujo de fabricar un producto distinto para cada consumidor, la mejor manera de adecuarse a las preferencias individuales es identificado grupos de clientes con preferencias similares utilizando la psicología del consumidor. Este proceso de identificación de grupos de consumidores con las mismas preferencias se conoce como segmentación de mercados. Las segmentaciones de mercado permiten llevar a cabo programas de marketing ventajosos, tal y como el diseño de productos específicos para distintos segmentos, la concentración en consumidores que usan grandes cantidades del producto, y el uso estratégico de los recursos de servicios al cliente”.⁶

Antes de llegar a la decisión de hacer la compra el consumidor pasa por una serie de etapas, entre las que se encuentran:

- “Reconocimiento de una necesidad: que es donde el consumidor es impulsado a la acción por una necesidad.

⁶ Parral, Jorge. **La psicología del consumidor**, pág. 71.

- Elección de un nivel de participación: es donde el consumidor decide cuanto tiempo invertir en el intento de satisfacer la necesidad.
- Identificación de alternativas: es donde el consumidor descubre productos y marcas alternas.
- Evaluación de alternativas: cuando clasifica las ventajas y desventajas de las opciones.
- Decisión: es cuando decide o no hacer la compra.
- Comportamiento después de la compra: el consumidor busca la seguridad de haber tomado la decisión correcta".⁹

Estas etapas pueden tener variaciones, como son que el consumidor puede desistir en cualquier etapa previa a la compra, a veces se omiten algunas etapas, las etapas no necesariamente tienen la misma duración y algunas etapas se realizan de manera consciente, mientras que en otras el individuo actúa de modo subconsciente.

Lo que un consumidor aprende al realizar el proceso de compra influye en cómo se conducirá la próxima vez que se le presente la misma oportunidad, porque después de recabar la información, evaluar las opciones y llegar a una decisión, habrá adquirido conocimientos adicionales sobre el producto y varias marcas. Más aún se, habrá formado nuevas opciones y creencias y habrá revisado las viejas.

⁹ Ibid. Pág. 71



“Las técnicas estadísticas de conglomerados proporcionan a la dirección de la empresa una ventana hacia los consumidores, haciendo posible la identificación de distintos grupos de consumidores con características comunes y por lo tanto el posicionamiento ventajoso de productos y servicios. Dado que múltiples atributos de los consumidores se consideran simultáneamente, se pueden identificar combinaciones de estos atributos, que permiten ofrecer productos, promociones y servicios que se complementan entre ellos y que son todos ellos bien recibidos por el segmento objetivo. Al usar datos provenientes de los consumidores, estos hablan por si mismos, evitando que se asuma por parte del analista que sus preferencias representan el mercado entero. Pero una buena segmentación de mercado requiere no solo conocimientos en estadísticas, sino también conocimientos en marketing, necesarios para dar distintas prioridades a los atributos relevantes y para guiar la búsqueda de estadísticas hacia similitudes entre consumidores que crean oportunidad de negocios”.¹⁰

Cuando el consumidor se enfrenta con la elección de nuevos productos, los cuales de mercado pueden cambiar significativamente, porque algunas veces la introducción de productos nuevos, cambia permanentemente el entorno del mercado para beneficiar a la empresa que introduce el nuevo producto; otras veces, la introducción por una empresa de productos nuevos puede dañar su propia posición en el mercado, al

¹⁰ **Ibid**, pág. 73.



pasar a un segundo plano sus productos originales e incrementar por tanto los costos de producción.

Comprender, el proceso mediante el cual el consumidor elige entre los distintos productos no solo ayuda a predecir la cuota de mercado, sino que también proporciona importante información en amplia gama de circunstancias. Mientras que los consumidores de tecnología, se van produciendo mejores productos e introduciendo nuevos productos, que responden a las ofertas competitivas.

“La mayoría de las empresas dedicadas a la investigación de mercados que construyen modelos sobre las preferencias de los consumidores utilizan técnicas estadísticas clásicas tales como análisis conjunto, o modelos de elección para medir el valor asignado por los consumidores a los distintos atributos del producto. Estos modelos pueden contribuir en gran medida a la comprensión del comportamiento del consumidor, pero solo cuentan una parte de la historia, ya que hallazgos recientes en psicología cognitiva ponen a la luz muchas situaciones en las cuales el proceso de decisión de compra es mucho menos complejo de lo que se asume en los modelos econométricos. Dependiendo el nivel e interés, la complejidad de la tarea y otros factores, los consumidores utilizan atajos mentales y reglas empíricas para reducir o eliminar, la necesidad de tener que evaluar los distintos atributos de cada producto”.¹¹

¹¹ Stanton, Etzel. **Fundamentos de marketing**, pág. 234.



Lo anterior significa que el consumidor se rige por medio de procesos mentales preestablecidos, a través de aspectos vinculados a los grupos de referencias primarios, secundarios, y terciarios, porque estos son los que moldean la personalidad del individuo.

“Los grupos de referencia primarios, son la familia, de la cual, el individuo aprende en primera instancia las pautas, patrones o roles de comportamiento hacia el primer grupo social que es su familia, cumpliendo con determinadas funciones y comportamientos que son guiados por los padres, hermanos, etc. En segunda instancia se encuentra los grupos de referencia secundarios; como son las amistades y la escuela, es decir, el contacto con grupos diferentes que amplían o limitan el desarrollo, el conocimiento, y las expectativas del individuo en un grupo social determinado, mediante factores socioeconómicos culturales, los cuales le limitarán su función social posterior. Dentro de los grupos de referencia terciarios se cuentan los medios masivos de comunicación que moldean el carácter, así como las pautas y expectativas sociales a seguir, dentro de un contexto cronológico o temporal”.¹²

Esto implica que el comportamiento del individuo se da en una época determinada dentro de un grupo social específico, con limitantes que estarán dadas por su nacimiento y grado de desarrollo en el nivel socioeconómico al cual pertenezca o bien

¹² **Ibid. Pág. 235**



por el grado de superación que motive sus actos, ya sea para crecer, permanecer o estancarse.

También existen los factores sociales y culturales, los cuales están determinados por el lugar a donde pertenece el individuo, su forma de pensar dentro de un grupo social específico, tradiciones, cultura y nivel socioeconómico; si se analiza el individuo desde esta perspectiva se sabrá cómo dirigirse a los diferentes grupos, sociales dentro de una comunidad, lo cual anticipará al empresario a conocer lo que el cliente necesita y espera, además de manejar su modo de ver la vida para lograr posesionarse en los diversos mercados.

Es indiscutible que los factores sociales y los grupos rigen en gran medida las formas en que el consumidor piensa, cree y obra, porque las decisiones individuales de compra se ven afectadas por las fuerzas que los rodean.

El status también es otro factor, uno de los más influyentes por cierto, dentro de la psicología del consumidor, ya que mediante los medios de comunicación se deja una imagen mental de lo que el individuo debe buscar como modelo de una vida a seguir, por tanto, provoca que los diferentes estratos socioeconómicos aspiren a esa forma de vida causando el consumo, por lo que este disparador es bien aplicado por el empresario, la clientela siempre buscará estar dentro del estándar de consumidores de ese o esos productos, por lo mismo, se debe buscar hacer notar la importancia de ese producto para mantenerse dentro de ese status.



La pertenencia a un grupo social determinado, es un factor psicológico que ataca el ego personal del consumidor potencial, haciéndole notar que para lograr una posición efectiva, un status o lograr la pertenencia de un grupo específico, debe obtener el producto o servicio ofertado para ser reconocido o aceptado, además éste implica el factor querer ser, lo cual orilla al consumidor al tomar la decisión de compra. En este producto para, aparentemente, lograr un cambio que le llevará, ya sea, al éxito personal, interpersonal, afectivo, de posición monetaria, de aceptación y de seguridad.

Lo anterior permite ver que la psicología del consumidor abarca numerosos factores que conlleva a éste a la elección de un producto determinado, siendo tan poderosa que la mayoría de las veces satisface los gustos individuales del consumidor, lo cual se complica en la medida que van surgiendo nuevas tecnologías, porque el mercadeo comercial va ganando terreno ya que existe hoy en día una gran influencia de los medios de comunicación, que llega más allá de la barrera de un idioma, cultura, raza, religión, como es el caso de los anuncios visuales y de Internet.



CAPÍTULO II

2. Análisis normativo del derecho del consumidor

El fundamento constitucional del derecho del consumidor, se encuentra en la libertad de comercio, la cual está consagrada en el Artículo 43 de la Constitución Política de la República, en el cual se indica que: “se reconoce la libertad de industria, comercio, y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes”.

Por aparte, el inciso 1), del Artículo 119 de la Constitución Política regula que: “La defensa de los consumidores y usuarios en cuanto la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos”.

Así mismo, se establece un límite a esa libertad mercantil cuando en el Artículo 130 de la misma Carta Magna, se prohíben los monopolios, al regular que: “Se prohíben los monopolios y privilegios. El estado limitará el funcionamiento de las empresas que absorban o tiendan a absorber, en perjuicio de la economía nacional, la producción en uno o más ramos industriales o de una misma actividad comercial o agropecuaria. Las leyes determinarán lo relativo a esta materia. El estado protegerá la economía de mercado e impedirá las asociaciones que tiendan a restringir la libertad del mercado o a perjudicar a los consumidores”.



Haciendo una interpretación de las normas citadas, se puede decir que la libertad empresarial protege el derecho de escoger y desarrollar la actividad económica que se desee, para la consecución de un lucro o beneficio económico, además se establece la prohibición del establecimiento de monopolios y se garantiza la protección del consumidor y usuario.

Lo anterior significa que aún cuando se establezca como fundamento económico del Estado de guatemalteco, promover la competencia prohibiendo los monopolios y atacar la competencia desleal, por otra parte se busca garantizar los derechos del consumidor, en donde se integra una política de libre competencia con la protección al usuario.

2.1 Normativa ordinaria de protección al consumidor y usuario

El Artículo 361 del Código de Comercio de Guatemala regula lo relativo a la prohibición de monopolios, estableciendo que todas las empresas tienen obligación de contratar con cualquiera que requiera sus servicios o productos observando igualdad de trato entre las diversas categorías de consumidores.

Asimismo, en el Artículo 1543 del Código Civil de Guatemala, se encuentra regulado lo relativo a que el enajenante está sujeto al saneamiento por evicción o por vicios ocultos en todo contrato oneroso en que se transfiere la propiedad, la posesión, el



uso, goce o disfrute de una cosa; mientras que el Artículo 1544 determina que los contratantes pueden ampliar o restringir por pacto expreso los efectos del saneamiento y aun convenir en que este no se preste.

Para que el adquirente haga efectivo el saneamiento por vicios ocultos, tiene a su disposición un juicio sumario mercantil en donde plantear la acción redhibitoria y la acción estimatoria, las cuales deben de ser entabladas dentro de los seis meses siguientes a la entrega de la cosa, tal y como lo establece el Artículo 1570 del Código Civil.

La acción redhibitoria es la que consiste en rescindir un contrato por los vicios o defectos ocultos, obteniendo el reintegro de lo pagado y gastos efectuados. La acción estimatoria, es aquella que consiste en solicitar la reducción del precio o la estimación por los vicios o defectos ocultados de la cosa recibida, así como si no existe la cantidad convenida o la extensión indicada.

El Artículo 1562, establece que si se probare que el enajenante conocía de los defectos de la cosa, está obligado a indemnizar daños y perjuicios, además de la restitución del precio, si lo ignoraba únicamente debe restituir el precio, y el pago, de los gastos del contrato si se hubieren causado.

En el Artículo 130 del Código de Salud, se establece que al Ministerio de Salud le corresponde la función de prevenir y controlar las etapas de procesamiento,



distribución, transporte y comercialización de alimentos procesados de toda clase, nacionales o importados, otorgando la licencia sanitaria para la apertura de establecimientos, la certificación sanitaria de referencia de los productos y la evaluación de la conformidad de los mismos, vigilando las buenas prácticas de manufactura.

La anterior permite establecer que previamente a comercialización un producto alimenticio con nombre comercial, se debe contar con la autorización del Ministerio de Salud, con el objeto de que el registro sanitario de referencia garantice la inocuidad y calidad del alimento y construir el patrón base para controlar el producto en el mercado.

Por su lado, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, tiene por objeto controlar y evitar el alza inmoderada de los precios de los productos y servicios esenciales para la población, es aplicada a toda persona individual o jurídica que comete actos de especulación, acaparamiento, variación de peso, medida o calidad en los productos y servicios esenciales.

Esta ley fue emitida en un ambiente económico de libre mercado, dentro de una economía moderna y en un ámbito de globalización económica internacional. El principal objetivo de la ley es promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, así como establecer las infracciones, sanciones y procedimientos aplicables en dicha materia, cuando no se cumpla la misma.



Debido a su carácter de ley, la misma será sometida a un análisis exhaustivo en el presente apartado.

2.2. La Ley de Protección al consumidor y usuario

El Congreso de la República de Guatemala, promulgó el Decreto Número seis 2003, el cual contiene la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, con lo cual cumplió el compromiso que el país había adquirido ante la Asamblea General de las Naciones Unidas, la cual mediante Resolución Número 39/248 del nueve de abril de mil novecientos ochenta y cinco, definió el quehacer de los gobiernos para la concreción de una efectiva protección y salvaguarda de los derechos e intereses legítimos de los consumidores.

Asimismo, tomó en cuenta que el régimen económico y social de la República de Guatemala se funda en principios de justicia social, y que es obligación del Estado promover el desarrollo económico de la Nación, velando por la elevación del nivel de vida de todos los habitantes del país y procurando el bienestar de la familia, y que hasta esa fecha la dispersación de legislación vigente que regula el sistema económico devenía ineficaz y en muchos casos inoperante, contraria a los intereses de los consumidores o usuarios y no respondía a las características de una economía moderna, abierta y dinámica, por lo que necesario disponer de un marco legal que desarrollara y promoviera en forma efectiva los derechos y obligaciones de los consumidores y usuarios de manera equitativa en relación a los proveedores.



2.3. Protección al consumidor y usuario

El Congreso de la República de Guatemala estableció que la Ley promulgada tiene por objeto promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia, por los que las normas de esa Ley son tutelares de los consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público, siendo el ámbito de aplicación de la Ley todos los actos jurídicos que se realicen entre proveedores y consumidores y/o usuarios dentro del territorio nacional, para lo cual se aplicará a todos los agentes económicos se trate de personas naturales o jurídicas.

En el Artículo 4 reguló que: “sin perjuicio de lo establecido en otras leyes, son derechos básicos de los consumidores y usuarios:

- a) La protección a su vida, salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios.
- b) La libertad de elección del bien o servicio.
- c) La libertad de contratación

- d) La formación veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios, indicando además son usados o reconstruidos, así como también sobre sus precios, características, calidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieran presentar.

- e) La reparación, indemnización, devolución de dinero o cambio del bien por incumplimiento de lo convenido en la transacción y las disposiciones de ésta y otras leyes o por vicios ocultos que sean responsabilidad del proveedor.

- f) La reposición del producto o, en su defecto, a optar la bonificación de su valor en la compra de otro o por la devolución del precio que se haya pagado en exceso, cuando la calidad o cantidad sea inferior a la indicada.

- g) La sostenibilidad de precios con el que se oferte, promocióne o publicite o marque el producto en el establecimiento comercial respectivo.

- h) La devolución al proveedor de aquellos bienes que éste le haya enviado sin su requerimiento previo. En este caso, el consumidor o usuario no está obligado a asumir responsabilidad ni a efectuar pago alguno, salvo si se comprueba que el consumidor o usuario ha aceptado expresamente el envío o entrega del bien o la ha utilizado o consumido.

- i) Recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones.
- j) Utilizar el libro de quejas o el medio legalmente autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para dejar registro de su inconformidad con respecto a un bien adquirido o un servicio contratado”.

Mientras que las obligaciones del consumidor o usuario, las regula el Artículo 5, siendo estas las siguientes:

“Pagar por los bienes o servicios en el tiempo, modo, y condiciones establecidas en el convenio o contrato.

Utilizar los bienes y servicios en observancia a su uso normal u de conformidad con las especificaciones proporcionadas por el proveedor y cumplir con las condiciones pactadas.

Prevenir la contaminación ambiental mediante el consumo racional de bienes y servicios”.

A partir de lo analizado, se encuentra que los derechos fundamentales y básicos del consumidor y usuario se orientan a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud, su seguridad y medio ambiente, de sus legítimos



intereses económicos y sociales; el acceso a información veraz y oportuna, sobre diferentes bienes y servicios, en cuanto a cantidad, característica y calidad.

Estos elementos se orientan hacia la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de bienes o servicios que aseguren la libertad de escogencia y la igualdad en la contratación, así como a la protección administrativa y judicial contra publicidad engañosa, prácticas y cláusulas abusivas, métodos comerciales desleales o que restrinjan la libre elección, también permite establecer que la ley se orienta a garantizar el derecho a la salud, la seguridad, a la información y al apoyo estatal.

Asimismo, la Ley Protección al Consumidor y Usuario, reconoce la existencia de organización de consumidores y usuarios a las cuales, de acuerdo al Artículo 6, son acciones civiles sin finalidades lucrativas, organizadas con la exclusiva finalidad de defender en forma colectiva los derechos de los consumidores y usuarios; por lo que las mismas se inscriben en el Registro Civil y en el registro que para el efecto llevará la Dirección de Atención al Consumidor.

Estas ocasiones, luego de estar debidamente inscritas, tendrán personalidad jurídica propia y distinta de la de sus asociados individualmente considerados para realizar sus fines y serán representadas por la persona u órgano que designe sus estatutos o reglamentos.



De acuerdo al Artículo 9 de dicha Ley, las finalidades de las organizaciones de consumidores y usuarios serán:

“Promover, proteger y defender los intereses de los consumidores y usuarios.

Difundir el contenido de las disposiciones de esta Ley y sus regulaciones complementarias.

Informar, orientar y educar a los consumidores y usuarios por cualquier medio de difusión que consideren conveniente, en el adecuado ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de sus obligaciones y brindarles asesoría cuando la requieran.

Estudiar y proponer medidas técnicas y legales encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y usuarios, y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo.

Representar a sus asociados ante las autoridades administrativas del país, en todos los asuntos de interés general y particular, salvo que los asociados decidieran ejercer personalmente las acciones que les corresponde.

Recopilar, recabar y difundir información pública que se considere conveniente para los consumidores y usuarios.



Velar por el fiel cumplimiento de las leyes, decretos y resoluciones que hayan sido dictadas para proteger al consumidor y usuario.

Recibir reclamos de consumidores o usuarios y presentar las denuncias correspondientes.

Organizar y realizar estudios de mercado, de control de calidad, estadísticas de precios y suministrar toda información de interés para los consumidores y usuarios. En los estudios sobre controles de calidad, se requerirá la certificación de los mismos por los organismos correspondientes”.

Se entiende que este tipo de organizaciones de consumidores y usuarios, en ningún caso tiene fines de lucro, no pueden percibir ayudas, donaciones y subvenciones de los proveedores, realizar publicidad o difundir comunicaciones que sobrepasen las finalidades establecidas en sus estatutos y en la Ley, ni ejercer finalidades distintas a las establecidas en el Artículo nueve de la Ley; asimismo, es importante señalar que para llevar a cabo sus funciones, las asociaciones de consumidores y usuarios podrán substanciar los reclamos de los consumidores de bienes y servicios ante la Dirección de Atención al Consumidor –DIACO-, que se deriven del incumplimiento de la Ley, pero en estas instancias, la función de las asociaciones de consumidores y usuarios será estrictamente denunciante extrajudicial, su función se limitará a facilitar el acercamiento entre las partes.



2.4 El proveedor

Frente a los derechos del consumidor, el Artículo 14 de la Ley le otorga al proveedor los siguientes derechos:

Percibir las ganancias o utilidades que por sus actividades económicas apegadas a la ley, la ética y la moral les correspondan.

Exigir al consumidor o usuario el cumplimiento de los contratos válidamente celebrados.

El libre acceso a los órganos administrativos y judiciales para la solución de conflictos que surgieren entre proveedores y consumidores o usuarios.

Los demás que establecen las leyes del país.

Mientras que en el Artículo 15 le establece las siguientes obligaciones:

Cumplir las disposiciones legales que le sean aplicables tanto nacionales como internacionales, derivadas de los convenios o tratados internacionales de los que Guatemala sea parte.



Respetar la vida, la salud y la seguridad del consumidor o usuario, al proveerle bienes o prestarles servicios.

Proporcionar la información básica sobre los bienes y servicios que provee.

Cumplir con las leyes tributarias del país.

Extender al consumidor y/o usuario la factura correspondiente de conformidad con la ley.

Utilizar el idioma español en las especificaciones de contenido, manejo, uso, fecha de producción, de vencimiento y demás indicaciones de los productos que se ofrecen al público.

Traducir al idioma español las especificaciones completas de los productos importados que las traigan impresas en idioma extranjero, así como identificar plenamente al importador.

Indicar con caracteres gráficos notorios cuando se ofrezcan al público productos deficientes, usados o reparados, así como la indicación de que son reconstruidos, lo cual deberá además constar en la factura.



Entregar los bienes y sus accesorios completos cuando formen parte integrante del bien objeto de la transacción, o sean indispensables para su funcionamiento óptimo, en el tiempo y lugar convenidos.

Responder por los vicios ocultos que tuvieren los productos motivo de la transacción o por daños a instalaciones, aparatos, u otros, imputables a personal de proveedor en la instalación de productos o servicios contratados.

Devolver el pago de lo indebido mediante procedimientos sencillos y ágiles, cuando alguna persona creyéndose deudora emita pago a su favor.

Entregar al consumidor o usuario los productos según las especificaciones que se le ofrece por medio de la publicidad.

Probarle al consumidor y/o usuario, antes de su entrega, los productos que por su naturaleza sean susceptibles de ello, tales como los mecanismos, eléctricos, electrónicos u otros.

Mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, medidas, registradoras, básculas y los demás instrumentos de peso, que se utilicen en el negocio.

Incorporar en listados, rótulos, letreros, etiquetas o envases, el precio de los bienes o servicios que se ofrecen al público, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado –IVA-.



Respetar las especificaciones de los productos, así como las ofertas, promociones y liquidaciones hechas sobre los mismos, cumpliendo exactamente con los términos contractuales.

Responsabilizar idoneidad y calidad de los productos y servicios, por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben los productos, por la veracidad de la propaganda comercial de los productos, por el contenido y la vida útil del producto, así como poner a disposición del público número telefónico para la atención de reclamos, atendido por persona idónea capacitada para ese servicio.

Cumplir sin mayores formalismos con las garantías a la que se hubiere obligado por medio del certificado o constancia que haya librado a favor del cliente.

Responsabilizarse por los productos cuyo uso resulte peligroso para la salud o integridad física de los consumidores, si éste no se comercializa bajo las prevenciones que correspondan tanto en su manejo como en su administración.

Responsabilizarse porque, al introducir un bien en el mercado del cual se tenga conocimiento de existencia de peligro o riesgo, se comunique e informe al público sobre la existencia de dichos peligros o riesgos en el uso o consumo del mismo, especialmente para la salud.



Resarcir al consumidor y/o usuario de acuerdo a las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasione debido al incumplimiento de lo convenido con él , de las disposiciones de la presente Ley o de otras vigentes del país que sean aplicables.

Respetar la dignidad de la persona humana no discriminando al consumidor o usuario, negándose injustificada o arbitrariamente a proveer un bien o prestar un servicio.

Atender los reclamos formulados por los consumidores o usuarios, sin condición alguna.

Proporcionar la información que le sea requerida por la autoridad competente.

Las demás contenidas en esta y otras leyes del país que sean aplicables”.

Mientras que las prohibiciones para el proveedor las regula el Artículo 16, de la Ley en mención, siendo estas las siguientes:

El cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicado. En todo caso, el consumidor tiene el derecho a pagar al proveedor el precio, tal y como se muestra en la información.



La fijación de precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituyen una unidad, cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio.

La adulteración de los productos, sea en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad.

La adulteración de peso, masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada en los productos que se ofrecen al público.

La venta al público de cualquier clase de productos con posterioridad a la fecha de su vencimiento o adulterando dicha fecha.

El acaparamiento, especulación, desabastecimiento o negativa a vender productos esenciales o básicos, con la finalidad de provocar el alza de sus precios. Dicho procedimiento será sancionado de conformidad con el Código Penal y demás leyes aplicables.

La producción, fabricación, importación, construcción, distribución y comercialización de alimentos, medicamentos u otros bienes prohibidos por otras leyes específicas.

Cobrar por un servicio que no se ha prestado, o que no se ha prestado en su totalidad, o no se ha demostrado que se ha prestado mediante la factura correspondiente, salvo que así lo convengan las partes y exista constancia de ello.



Cobrar por concepto de intereses por moras y cheques rechazados, recargos evidentemente desproporcionados

Cualquier acción u omisión que redunde en perjuicio de los derechos de los consumidores y usuarios contenidos en esta Ley”.

Estas obligaciones permiten establecer que, ante esta situación los consumidores a efecto de hacer viable su derecho de reclamo, pueden solicitar el libro de quejas o cualquier medio autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, porque el mismo es de acceso irrestricto al público, debiendo contener como mínimo los espacios en los que se indique el nombre del consumidor o usuario afectado. El tipo de reclamo y la fecha en que quedó solucionado el mismo, por lo que si el proveedor tiene agencias o sucursales debe contar con un libro de quejas en cada una de ellas.

Asimismo, para lograr el mejor beneficio para el consumidor, se considera básica la información relativa a las características de los bienes y productos, así como sus medidas, composición, peso, calidad, precio, instrucciones de uso y riesgos o peligros que represente su consumo o uso, condiciones de pago y garantía, fecha de fabricación y vencimiento, consignadas en etiquetas, envolturas, envases y empaques, la cual deberá ser veraz, exacta, clara, y visible, consignada en idioma español o a través de la simbología internacionalmente aceptada, en moneda nacional y con las unidades de medida que correspondan.



Como consecuencia de ello, el Artículo 20 de la Ley del Consumidor y Usuario prohíbe la publicidad engañosa que lo induzca a error mediante ardid o engaño, para defraudarlo en su patrimonio en perjuicio propio o de tercero.

En esta línea de ideas, es que cuando se ofrezcan al público bienes con alguna deficiencia o que sean usados o reconstruidos deberá indicarse esa circunstancia en forma precisa, notoria y previa a la venta y hacerse constar este extremo en los propios artículos, etiquetas, envolturas o empaques, así como en la factura o en el documento que acredite la transferencia de propiedad del bien, indicándose en dichos documentos las garantías de que goza el bien o producto de que se trate.

Eso explica la razón para que el Artículo 23 de dicha Ley regule que cuando el consumidor o usuario adquiera un bien nuevo de consumo duradero, el proveedor deberá extender un certificado de garantía de uso o funcionamiento con los requisitos señalados en el artículo anterior. Los fabricantes, importadores y vendedores deben asegurar un servicio técnico adecuado y el suministro de partes y repuestos, sin costo adicional para el consumidor o usuario, mientras dure la garantía; así como que en el Artículo 24, se establezca que en las ofertas, promociones o liquidaciones de temporadas de bienes y servicios, los proveedores deberán indicar en su publicidad, el plazo o en su caso el número de unidades o el volumen de mercaderías a promocionar así como las condiciones del negocio ofrecido. Si no se indicare el plazo de duración se entenderá que la oferta, promoción y liquidación de temporada, durará



hasta por lo menos un mes contado a partir de la difusión del último anuncio o que cuando se trate de promociones cuyo incentivo consista en la posibilidad de participar en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o montos, la forma del concurso o sorteo, el número de premios indicando en qué consisten y el plazo en que se podrán reclamar, a partir de lo cual el anunciante está obligado a difundir los resultados de los concursos o sorteos inmediatamente después de efectuados por medios idóneos y que, según el Artículo 25, si el proveedor que hubiere anunciado una oferta, promoción o liquidación no cumple con lo anunciado de conformidad con lo establecido en el artículo anterior, el consumidor o usuario podrá optar por una de las acciones siguientes:

- a) Exigir en forma directa al proveedor, el cumplimiento de la obligación.
- b) Aceptar otro bien de igual o mayor precio, sin desembolsar diferencia alguna, o la prestación de un servicio similar.
- c) La rescisión del contrato. Si hubiere pagado anticipadamente el precio en forma total o parcial, este deberá ser devuelto en forma inmediata”.

Todas estas obligaciones legales son la forma legal en que se garantiza el derecho a la información para el consumidor, el cual se fundamenta en la desigualdad de conocimientos que los contratantes presentan en la relación de consumo, por lo que



se concreta en la posibilidad para el consumidor de un conocimiento suficiente sobre las características básicas del producto o del servicio y de las condiciones de su adquisición, de forma que pueda realizar su elección razonable.

Para garantizar la seguridad de los productos y servicios, el derecho a la información resulta fundamental, lo cual se puede observar en el Artículo 39 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, el cual regula que: “Los productos cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la vida, la salud o integridad física de los consumidores o usuarios o de los animales, para la seguridad de sus bienes, el proveedor deberá incorporar en los mismos, o en instructivos anexos, las advertencias e indicaciones necesarias para que puedan ser utilizados con la mayor seguridad posible. En lo que se refiere a la prestación de servicios riesgosos, el proveedor deberá adoptar las medidas necesarias para que se realicen en adecuadas condiciones de seguridad, informando previamente al consumidor o usuario y a quienes puedan verse afectados por tales riesgos para que se tomen las medidas preventivas que correspondan”.

Lo citado implica que el proveedor que, posteriormente a la introducción de un bien en el mercado de consumo, tenga conocimiento de la existencia de peligros o riesgos para la salud en el caso del mismo, especialmente en el caso de medicamentos, deberá comunicarlos de inmediato al órgano estatal que corresponda y a la Dirección de atención y asistencia al consumidor e informar al público consumidor mediante



anuncios publicitarios por los medios de comunicación social adecuados al caso, sobre la existencia de tales riesgos o peligros y , de ser necesario, deberá proceder a retirar dichos productos del mercado, reembolsando sin mayores formalismos su importe a quienes los hubieren adquirido. En casos especiales en donde se hubiere causado un daño grave a los consumidores o usuarios, el proveedor responsable deberá indemnizar a los mismos en la forma legal que corresponda.

Asimismo, ese derecho a la información implica que todo productor, importador o distribuidor de productos alimenticios, bebidas, medicinas o productos que puedan incidir en la salud humana, deberá cumplir estrictamente con las normas contenidas en el Código de Salud, las regulaciones dictadas por las autoridades del Ministerio de Salud Públicas y Asistencia Social y del Ministerio de Agricultura, Ganadería y alimentación, respectivamente, así como todos aquellos reglamentos técnicos de aplicación obligatoria en todo el territorio nacional. La obligación de cumplir con dichas normas se aplica también a aquellos productos que han sido exportados, rechazados o internados nuevamente al país. Estos se tratarán como importaciones, para efecto de verificar su inocuidad.

Esta garantía se concreta como una norma legal en el Artículo 42 de la Ley, el cual regula lo relativo a la fecha de vencimiento al establecer que: “Deberá constar en el envase o empaque de las medicinas o alimentos, bebidas o de cualquier otro producto perecedero, las fechas de producción y de vencimiento de los mismos, así



como las reglas para su uso” y lo regulado en el Artículo 43, sobre que cuando se trate de productos farmacéuticos, tóxicos u otros nocivos para todo ser viviente, deberá incorporarse en los mismos o en instructivos anexos, advertencias en idioma Español para que su empleo se haga con la mayor seguridad posible para el consumidor o usuario.

Si algún proveedor incumple con lo regulado por la Ley sobre la información al consumidor, deberá indemnizar al efecto por los daños y perjuicios que por sus hechos u omisiones ocasione, de acuerdo a las leyes del país; si los hechos fueran constitutivos de delito, el consumidor o las asociaciones de consumidores y usuarios tienen derecho a presentar la denuncia correspondiente ante el Ministerio público para los efectos respectivos.

Para lograr esta relación entre información y responsabilidad civil, el contenido de la información debe ser cierto, objetivo, eficaz y suficiente y debe recaer sobre las cosas o servicios ofrecidos; asimismo, la información debe ser contemplada en idioma español, ya que muchos productos provenientes de países con otro idioma, lo que constituye un obstáculo para decidir la compra y el posterior disfrute del bien.



2.4 Derecho al apoyo estatal

El Estado es el primer llamado a garantizar los derechos básicos de los consumidores, para lo cual deberá ejercer una función fiscalizadora, educadora y de promoción de la ley, y de garantía de los mecanismos efectivos y ágiles de tutela administrativa y judicial para defender los derechos de aquellos. Para ello se creó la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor como una dependencia del Ministerio de Economía, que goza de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio nacional, siendo el órgano responsable de la aplicación de la presente Ley y reglamentos, sin perjuicio de las funciones que Competen a los tribunales de justicia. Teniendo la misma, según el Artículo 54 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario las siguientes atribuciones:

- a) Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.
- b) Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.
- c) Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor o usuario un mejor conocimiento de las características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.



- d) Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor y usuario.
- e) Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y usuario, así como prestar asesoría a consumidores, usuarios y proveedores.
- f) Promover y realizar investigaciones técnicas en las áreas de consumo de bienes y uso de servicios.
- g) Iniciar las actuaciones administrativas en caso de presunta infracción a las disposiciones de esta Ley, sus normas reglamentarias y resoluciones que en consecuencia se dicten, de oficio o por denuncia de quien invocare un interés particular o actuare en defensa del interés general de los consumidores y usuarios.
- h) Establecer procedimientos ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos de los que tenga conocimiento de conformidad con esta Ley.
- i) Celebrar convenios con proveedores, consumidores y/o usuarios y sus organizaciones para alcanzar los objetivos de esta Ley.
- j) Vigilar porque la oferta de productos y servicios se enmarque en los principios que rigen la economía de mercado.



- k) **Velar por la observancia, por parte de los proveedores, en coordinación con los entes administrativos especializados, de las disposiciones legales relacionadas con reglamentos técnicos o normas de calidad, pesas y medidas para la actividad comercial**

- l) **Aplicar las sanciones administrativas establecidas en esta Ley, cuando corresponda y publicar los resultados.**

- m) **Promover y apoyar la Constitución de organizaciones de consumidores o usuarios, proporcionándoles capacitación y asesoría.**

- n) **Llevar registro de las organizaciones de consumidores o usuarios y, cuando sea posible, de los proveedores de determinados productos o servicios.**

- ñ) **Llevar a cabo en forma directa o indirecta un programa general de verificación de las mediaciones de los servicios públicos, coordinación con los entes administrativos especializados.**

- o) **Representar los intereses de los consumidores o usuarios abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan.**



- p) Dictar medidas administrativas en los casos que se presume errores de cálculo de parte de los proveedores que afecten económicamente al consumidor o usuario.
- q) Establecer dependencias para diferentes áreas del país que la Dirección determine, atendiendo a su ubicación geográfica y de acuerdo a sus posibilidades presupuestarias.
- r) Registrar los contratos de adhesión cuando exista requerimiento de los proveedores y se llenen los requisitos legales.
- s) La Dirección deberá llevar memoria mensual sobre los procedimientos administrativos que se inicien ante ella, la cual deberá publicar mensualmente, con indicación de las partes involucradas.
- t) Registrar de oficio los contratos de adhesión.
- u) Las demás que le asigne esta Ley”.

Por supuesto que dentro de los derechos del consumidor se sobreentiende el derecho de accionar ante la vía administrativas o a la judicial según el caso, pero previo a acudir a la vía judicial los interesados en hacer cumplir con los preceptos de la Ley,



deben agotar la vía administrativa, sea ante la Dirección de Atención y Asistencia al Usuario, la cual, de acuerdo al Artículo 69 de la Ley podrá imponer las siguientes medidas progresivas:

- a) **Apercibimiento escrito, que formulará el funcionario o empleado debidamente autorizado por la Dirección, según lo establecido en esta Ley.**
- b) **Apercibimiento público, el cual se podrá publicar en los medios masivos de comunicación.**
- c) **Multas, las cuales serán calculados en Unidades de Multa Ajustables (UMAS).**

El valor de cada UMA será equivalente al salario mensual mínimo vigente para las actividades no agrícolas, siempre que no exceda del cien por ciento del valor del bien o servicio.

- d) **Publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor en el diario de mayor circulación en el país”.**

Aunque para determinar la sanción de multa a imponer, la Dirección de Atención al Consumidor y Usuario debe tomar en cuenta el tipo de infracción, el riesgo o daño causado, condición económica del infractor, perjuicio causado, intencionalidad, reincidencia, su trascendencia a la población y el valor de los bienes y servicios objeto de la infracción; asimismo, debe valorar los casos que se sometan a su



resolución tomando en cuenta el riesgo para la salud, la seguridad, el medio ambiente, la posición del infractor en el mercado, el beneficio por él obtenido, la gravedad del daño y reincidencia, porque no puede actuar al margen de los objetivos de la Ley.

Es de resaltar que un aspecto novedoso es que la sanción se hará pública en los casos de riesgo para la salud, seguridad de los consumidores, cuando afecte el medio ambiente o, en general, cuando el hecho revista gravedad, asimismo, resulta importante indicar que las organizaciones de consumidores tienen legitimación para intervenir como coadyuvantes en los procedimientos administrativos y judiciales en que tengan interés siempre que le mismo se encuentre dentro de lo que establece la Ley sobre sus atribuciones.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario no se aplica a las operaciones de producción, ahorro e inversión o sea, en el campo específico en que se colocó el dictamen, a la captación de recursos por las instituciones financieras, bajo cualquier forma; tampoco se aplica a las operaciones de préstamos y otras análogas realizadas por los bancos, pues el dinero y el crédito no constituyen productos adquiridos o usados por el destinatario final, siendo, al contrario, instrumentos o medios de pago que circulan en la sociedad y en relación con los cuales no hay destinatario final, porque todo esto se rige por una ley específica.

También es de señalar que la Ley en análisis, ejerce una influencia sobre todo el



sistema jurídico, fortaleciendo tendencias legales que aprecian con más severidad los contratos de adhesión, la represión a los abusos de derecho y a la aplicación más amplia de la propia teoría de la imprevisión, justificándose, así, un trabajo preventivo de eventual preexamen de la cláusulas contractuales y de algunos modelos operacionales.



CAPÍTULO III

3. Derecho del consumidor como rama jurídica

La justicia social impone la protección del contratante económicamente más débil y lleva a desconocer el principio de la fuerza obligatoria de los contratos, la seguridad y la estabilidad de las convenciones imponen, al contrario, su respeto, lo cual permite fundamentar el surgimiento y desarrollo, especialmente a partir de la iniciación del siglo XX, de un conjunto de reglas que constituyen en el presente el orden público económico, en donde se entiende necesario establecer una protección especial relativa a los casos concretos, en los cuales las normas jurídicas generales llevaban a cometer injusticias, especialmente en la denominada sociedad de consumo.

“La sociedad consumista surgió después de la Segunda Guerra Mundial, la cual fue caracterizada por los economistas como el imperio de productores, fabricantes y distribuidores, que utilizando la máquina agresiva de la propaganda y técnicas apropiadas de embalaje, publicidad y marketing, conseguían convencer a los consumidores para comprar, cada vez más, un mayor número de artículos. Cuando los economistas admitieron que las necesidades del consumidor no dependían más de sus elecciones racionales, y sí estaban condicionadas por los fabricantes, que inducían al público a comprar sus productos, mediante promesas de calidad, que no



siempre existían, los juristas, políticos y legisladores reconocieron que podían existir, en este caso, abusos de derecho, que debían ser evitados y corregidos, para que se restableciese la justicia y se respetase la real voluntad de las partes. El derecho del consumidor surge, así, en la medida en que se impone a los fabricantes e intermediarios, respectivamente, la responsabilidad por la calidad de su producto y la transparencia de sus efectos al público y el Estado interviene para evitar que las cláusulas contractuales sean impuestas unilateralmente por los productores y vendedores a los adquirentes de bienes de consumo para uso propio. Aunque la condena del abuso de derecho ya constante, en forma explícita o implícita, en los códigos civiles o en leyes especiales y la jurisprudencia y la doctrina hubiesen consagrado su importancia y aplicación en el derecho actual, se sintió la necesidad de crear una legislación especial para proteger al consumidor, del mismo modo que se concibió el derecho del trabajo, a partir del fin del siglo XIX”.¹³

La idea central de esta propuesta era que el Estado representará los intereses de los consumidores o usuarios, abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones orientados hacia su protección.

¹³ Bulgarelli, Waldirio. **El Derecho del consumidor**, pág. 255.



3.1. Características del derecho del consumidor

El derecho del consumidor se caracteriza como un derecho especial destinado a corregir los llamados efectos perversos de la sociedad de consumo, restableciendo una igualdad jurídica que debe compensar la desigualdad económica y manteniendo, así, el equilibrio entre las prestaciones de ambas partes, que debe existir en los contratos con base en los principios de buena fé y de la lealtad entre los contratantes.

“La especialidad del nuevo derecho, en relación con las normas de derecho comercial y civil, fluye del área específica de su actuación y de la división propia que tiene de los hechos. Se trata de una legislación que pretende proteger la parte económicamente más débil en determinadas operaciones específicas, definidas por el legislador como constituyendo la relación de consumo, del mismo modo que el derecho del trabajo destacó, para incidir en ella, una parte de área de la locación de servicios, que denominó contrato de trabajo. Cabe, así, definir el derecho del consumidor como el conjunto de leyes y reglamentos que protegen al consumidor, como destinatario final, garantizándole una información adecuada y asegurándole medios eficientes de defensa, que comprenden, inclusive, la acción de las asociaciones y la movilización del Ministerio Público”.¹⁴

¹⁴ **Ibid.** Pág. 255



Aún cuando se ha producido la especialidad del derecho del consumidor, el mismo no sustituye a las demás normas de derecho civil o comercial y mucho menos las del derecho bancario, del mismo modo que el derecho del trabajo no afectó la aplicación de la locación de servicios fuera del ámbito laboral y particularmente en las relaciones entre empresas o en la contratación de profesionales liberales sin vínculo de empleo. Se aplica, en todo caso, el principio jurídico básico según el cual la ley nueva que establezca disposiciones generales o especiales a la par de las ya existentes, no revoca ni modifica la ley anterior, salvo que la misma estipule explícitamente su revocatoria.

“La analogía entre el derecho del consumidor y el derecho del trabajo llegó a ser reconocida por la doctrina, que señaló la similitud de las condiciones en que ambos surgieron, resultante de movimientos populares y de convicciones de la opinión pública, cuyos líderes son la doctrina y los propios políticos. En realidad, las ideas de estabilidad y de seguridad están presentes, tanto en el derecho del trabajo como en el del consumidor, significando para el primero la continuidad en el empleo, y para el segundo, el mantenimiento de condiciones adecuadas del suministro, y aun la defensa de la integridad física, tanto del empleado como del consumidor, en un caso contra los accidentes de trabajo, y en otro, contra los accidentes derivados de la posesión o utilización del producto. Además no es por casualidad que la responsabilidad civil en general y la del productor en particular, hayan sufrido una ampliación y un desarrollo paralelos a la garantía otorgada por la ley y por los



tribunales, a los derechos del consumidor. Por otro lado, cabe destacar que el derecho del consumidor no es un derecho de clase, razón por la cual no comprende a todos los consumidores, y sí solamente a aquellos que necesitan de una protección especial. Así, el derecho del consumidor se destina, especialmente, a proteger a los consumidores más débiles”.¹⁵

Por otra parte, es necesario reconocer que actualmente muchas personas se presentan simultáneamente como consumidores y profesionales. De esta manera, el profesional, fuera del ejercicio de su profesión, es un consumidor, y el consumidor pierde esa calidad cuando actúa como profesional o como empresario.

“El derecho del consumidor, es, pues, un derecho aplicable no a personas específicas, pero sí a actos determinados, que podemos denominar como actos o relaciones de consumo. Si se examina lo que concierne a sus finalidades, podemos decir que el derecho del consumidor trae, a los mecanismos económicos, los correctivos sociales indispensables para la adecuada defensa del consumidor, colocándolo en situación de igualdad con el productor. Por otra parte, en el plano contractual su finalidad consiste en restablecer el equilibrio contractual que debe existir entre las partes en la relación de consumo, y que muchas veces se rompe por la superioridad ejecutiva del profesional, que en el plano técnico y económico tiene

¹⁵ Fernández Gimero, José Pascual. **Derecho de consumo**, pág. 47.



condiciones y conocimientos mucho más amplios de los que tiene el consumidor. Ahora, esa responsabilidad pasa a ser institucionalizada para restablecer un equilibrio jurídico que se presumía que existía, pero que se comprobó que había desaparecido en virtud de la desigualdad de hecho existente entre las partes (proveedor y consumidor)¹⁶.

La consagración del derecho del consumidor y la ampliación de la responsabilidad civil del fabricante y del profesional en general constituyen una verdadera innovación jurídica, porque mientras en el pasado la víctima debía comprobar el dolo o la culpa del responsable, la tendencia de la nueva legislación es en el sentido de hacer del productor una especie de garante de su producto. Esa alteración de la visión de los problemas jurídicos implica, necesariamente, la modificación de la conducta del profesional o del proveedor, que deberá procurar garantizarse, aunque sea por una aseguradora, contra eventuales indemnizaciones que tendrá que pagar, volviendo a pasar, generalmente, el costo de la operación al consumidor.

A partir que el derecho del consumidor es un derecho modernizador, todavía es necesario, compatibilizarlo con los conceptos y los institutos de derecho tradicional para que ambos se completen y se concilien, en lugar de crear un conjunto de normas incoherentes y conflictivas unas con otras, que no corresponde hoy a la

¹⁶ **Ibid.** Pág. 48



noción predominante del sistema jurídico característico del propio Estado de derecho, por la generalidad y abstracción de los conceptos que emanan de él.

El derecho del consumidor no abandona los patrones éticos y las finalidades del derecho privado, cuyos principios básicos adopta, desenvuelve y perfecciona, dándoles mayor flexibilidad en casos específicos, en que la rigidez de las normas actuales importaría un desvío del derecho, abuso o poder o, también verdadera injusticia.

“Tanto defensores como críticos del derecho del consumidor vislumbraban en él una quiebra del actual sistema jurídico, como un apartarse de la autonomía de la voluntad y una forma de declinación del contrato, sustituido por la decisión del legislador o del juez. En la realidad no es lo que sucede, pues el nuevo derecho se inspira en los principios, clásicos, que desenvuelve y perfecciona, aplicándolos a determinadas categorías de situaciones concretas que exigen tratamiento especial que la legislación anterior no ha previsto ni podía prever. Efectivamente, nuestras leyes civiles y comerciales inspiradas en las viejas ordenaciones lusitanas, del Código de Napoleón y del Código Civil alemán, reflejan y presuponen un mundo de estabilidad, de monedas cuyo poder adquisitivo parecía no variar, de contratos negociados, uno a uno, por las partes interesadas, de una economía que no llegaba a sentir todos los efectos de la primera Revolución Industrial del siglo pasado, y mucho menos de los de la segunda, que ocurrió después de la Segunda Guerra Mundial, con la informática, la utilización de la inteligencia artificial, el aprovechamiento de la energía



atómica, la producción en masa, la globalización de la economía, las empresas que adquirieron las dimensiones de verdaderos Estados y la media que se tornó un instrumento de formación subconsciente de opinión pública”.¹⁷

El derecho de consumo está hoy perfeccionado y especificando la vieja teoría de los contratos, para que la autonomía de la voluntad sea considerado de modo dinámico, y no apenas en forma estática. En éste sentido, se puede afirmar que las nuevas técnicas y las soluciones ahora introducidas por la legislación del consumidor, no significan una declinación del contrato y el advenimiento del dirigismo contractual, sino, al contrario, el restablecimiento de la autonomía de la voluntad y del principio de que los contratos deben cumplirse.

En realidad, el derecho del consumidor pretenden asegurar la autonomía de la voluntad en la formación del contrato y un equilibrio dinámico en su ejecución, desarrollando, con mayor densidad, las técnicas tradicionales del derecho privado, que aseguraban la libertad de la manifestación de la voluntad de los contratantes, evitando vicios como el error, el dolo, la violencia o el abuso del derecho y la conmutación de las prestaciones, especialmente ante hechos imprevisibles e inevitables.

¹⁷ **Ibid**, pág. 51.



Así, el derecho del consumidor trata de definir la voluntad real, consciente e informada del contratante, retirando de su manifestación algunos de los vicios que la distorsionan, a pesar de que no estuviese previsto y encuadrado en la reglamentación vigente del derecho privado. En el fondo, lo que el legislador y el juez pretenden es desintoxicar y purificar la manifestación de voluntad, retirando de ella los efectos perversos exógenos, para rectificarla y ratificarla en la forma que tendría si el consumidor consiguiera obtener la misma suma de informaciones que su proveedor, porque la finalidad de la legislación del consumidor consiste en restablecer la plena autonomía efectiva de la voluntad de las partes, sustituyéndola por las declaraciones que surgieron de una voluntad aparentemente libre, pero, en la realidad, subordinada a factores externos, aunque no conocidos por las partes.

“Si opusiéramos la autonomía de la voluntad como la libertad de contratar (firmar o no el contrato) y la libertad contractual (libertad de definir las cláusulas contractuales), la heteronomía, considerada como sujeción del consumidor a la voluntad de otro semejante, en virtud de la inducción a error, dolo o violencia, podremos, afirmar que en la sociedad actual son numerosos los casos de contratos en los cuales la autonomía de la voluntad está sustituida por la heteronomía. La psicología y la sociología de grupos que evidencian, en diversas ocasiones, el consumidor adquiere bienes o contrata servicios bajo presiones internas (hábitos costumbres) o externas (publicidad, información inadecuada) que deforman el contrato de consumo, de manera que éste no sea ya un acto voluntario, y si un acto condicionado, que



recuerda en ciertos aspectos los reflejos a los cuales aludía el fisiólogo ruso Pavlov. El eminente jurista francés Jean Carbonnier llegó a afirmar que en cuanto a la anterior generación vislumbra, en el contrato de consumo, un acto de voluntad, actualmente, con más realismo, cabe caracterizarlo como un acto de emoción, sensibilidad y pasión, que debe ser controlado a posteriori por la razón y por la lógica”.¹⁸

En cierto sentido, la moda y la publicidad, la forma agresiva con que se encaminan las ventas, son una forma de coacción, que el Código Civil no ha previsto ni podía prever, pero que equivalen, por su densidad y efectos, a vicios de la voluntad.

Del mismo modo, el contrato de adhesión, las llamadas condiciones generales de las cuales el consumidor, algunas veces, sólo toma conocimiento por mera remisión que consta en el reverso del contrato en letras ilegibles, sin conocer su texto, la desigualdad en los planos técnico, jurídico y financiero, entre el proveedor y el consumidor, sustituyen la normal negociación del contrato entre las partes, por la imposición de un texto, en el cual el error del consumidor ocurre con cierta frecuencia, inclusive por no ser especialista en la materia y, en consecuencia, no tener la formación y las informaciones de su contraparte.

¹⁸ **Ibid**, pág. 53.



Esas circunstancias peculiares, que envuelven tanto el acto de comprar un bien o solicitar un servicio, como la negociación del contrato y su ejecución, justifican dentro del propio espíritu del derecho privado y del consensualismo, una protección especial para el consumidor, que no es muy diferente de aquella tradicionalmente concedida a los absoluta y relativamente incapaces, ocasionando en el fondo una incapacidad relativa específica para determinados fines.

Se verifica, así, que lejos de crearse un derecho alternativo rompiendo con el sistema tradicional, la elaboración del derecho del consumidor es una especialización útil y necesaria, que mantiene los principios y normas del derecho privado y los desarrolla con mayor densidad en relación con actividades y situaciones específicas.

Este análisis se hace para demostrar que el derecho del consumidor mantiene, en su terminología, en sus conceptos y en su referencia a los institutos, las definiciones del derecho privado y que la diferencia de puntos de vista no debe proporcionar una visión de la nueva rama de la ciencia jurídica que esté en conflicto o en confrontación con los principios tradicionales, especialmente en las materias no reguladas o no innovadas por el Código del Consumidor.



3.2 Elementos jurídicos sobre el consumidor y del proveedor

En el derecho del consumidor, la relación de consumo y el destinatario final son dos conceptos básicos que deben ser profundizados. El consumo transcurre tanto desde la adquisición o utilización del producto, como de la prestación de servicio, siempre al destinatario final.

Si se contemplan, sistemáticamente, la interpretación de la norma de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario con las reglas del Código Civil, se verifica que todos los bienes destinados a la producción o a la enajenación por el adquirente no son bienes de consumo para el fin específico, porque la relación de consumo se refiere, pues, solamente, a los bienes de consumo o de uso, adquiridos por el destinatario final para uso propio y de su familia.

“El legislador brasileño no excluye la protección del consumidor en relación con todas las personas jurídicas, entendiendo, en su Artículo 2º, que de ellas gozan las que fueren destinatarias finales, en sus contrataciones, en los casos de ocurrencia de relación de consumo. Así, y partiendo del presupuesto de que el legislador no incluye en los textos legales palabras inútiles, podemos admitir dos hipótesis: o el legislador reflexionó acerca de ciertas personas jurídicas de derecho civil sin carácter empresarial, como las fundaciones y las asociaciones, o admite que las personas jurídicas de derecho comercial también pueden invocar la protección de la ley especial, pero tan sólo en los casos en los cuales la contratación de bienes o



servicios de consumo no tuviese vinculación alguna con su actividad productiva o empresarial, no trátandose de bienes o de servicios utilizados o utilizables, directa o indirectamente, en la producción o comercialización. La tesis dominante en la doctrina francesa es en el sentido de vincular la condición del consumidor a la situación de un no profesional que contrata para atender exclusivamente necesidades personales, entidades como tales las suyas y las de su familia. Se considera, así, acto de consumo en el acto jurídico que permite obtener un bien o un servicio para la satisfacción de necesidades personales o familiares”.¹⁹

Estos elementos citados, permite comprender que el derecho del consumidor incorpora como imperativo la tutela de los usuarios lo cual en el presente incluye la protección del medio ambiente, con el propósito de alcanzar el consumo sustentable, que sean satisfechas las necesidades humanas básicas actuales, pero sin minar la capacidad del medio ambiente para colmar las necesidades de las generaciones futuras.

Ademas de lo señalado, también se puede establecer una estrecha relación entre derecho del consumidor y derechos humanos, debido a que velar por los derechos del consumidor no es la preocupación feliz de la academia respecto a la necesidad de cubrir jurídicamente los padecimientos de los más débiles en la relación de consumo,

¹⁹ **Ibidem**, pág. 55.



porque sus derechos no se reducen a la simple óptica del comprador en comercios desde el punto de vista del ama de casa que vigila el correcto peso del fiambre y la fecha de vencimiento del yogurt. Estas cuestiones, no son ajenas a los derechos del consumidor, pero tienden a reducirlo a esquemas que son solo una parte de su objeto y a menospreciar como disciplina, ignorando su directa vinculación con los derechos humanos y su sustancia como herramienta jurídica general.

Esa visión reduce el tema del derecho del consumo solamente a la forma patrimonial de la protección, en la lucha valedera pero no suficiente por la integridad y la no profanación del bolsillo, relativa a consumos vinculados a una clase, a determinados hábitos de consumo diario, lo cual reduce la problemática a una lógica simplista, y que tiende a minimizarla como rama del derecho.

El derecho del consumidor es sin duda, un vehículo social de protección general, vinculado a derechos elementales de la persona humana, encuadrados dentro del marco de lo que llamamos derechos humanos. Estos, que también por ser tan atacados y menospreciados han sido definidos en muchos campos técnicos en forma diferente, tienen una formulación cierta y concreta, generada en sus años de evolución como noción jurídica, en donde consumir es algo tan normal, tan de todos los días, que parece haber existido siempre a la vez muchas veces es sólo merecedor de análisis compartimentados, en una deformación de la tendencia a la especialización propia de los tiempos que corren.



También, desde cierto pensamiento progresista se aprecia de un modo peyorativo la noción de consumidor, adjudicándole despectivamente el rol de rótulo de una categoría subsistente después del triunfo del capitalismo. Se lo desprecia como una denominación que nos incluye a todos, como “involucrados en el sistema” y ese es nuestro rol. Entendido así, al estudiar las relaciones de consumo se está trabajando con elementos intra-sistema, lo que significa la comprensión de la unicidad, y la definitiva consolidación de la categoría como rol social. Es, para ellos una noción conservadora, que acepta una situación social dada. En síntesis, se considera a la consagración de los derechos de consumidores y usuarios como una concesión del capitalismo ante las distorsiones creadas en su mismo seno. Y he aquí el error del enfoque porque aunque a veces no satisfaga apetitos ideológicos la velocidad del cambio, sería menester analizar si las concesiones son tales, o en realidad se trata de verdaderos, aunque parciales, triunfos frente a los abusos del sistema”.²⁰

Mediante el consumo las personas procuran satisfacer sus necesidades elementales y alcanzar una adecuada calidad de vida. Ello lleva a buscar en el ámbito llamado mercado, los bienes y servicios que se necesitan, porque como consumidores se es destinatario finales de todos los bienes y del producto de la actividad comercial.

²⁰ Reyes López, María José, **Derecho de consumo**, pág. 52.



En ese ineludible y constante acudimiento al mercado, con esos fines tan básicos, el consumidor está a merced de abusos de su situación y de la imposición de condiciones por parte de quienes venden lo que se necesita, se realiza como usuarios un acto de confianza máxima, al adquirir bienes o contratar servicios ignorando calidades, formas de producción composición de materiales, porque nada se sabe respecto de la aptitud del producto o servicio que se contrata.

“Esta situación caracteriza a la posición del consumidor frente a la relación de consumo como la parte débil de la misma. A tal desigualdad natural, se propicia corregirla mediante desigualdades jurídicas, que desembocan en el principio protectorio, de la misma manera que las inequidades del contrato de trabajo generaron la aparición del derecho laboral. Porque, aun cuando se equipara muchas veces a la noción de consumidor con lo que en su momento representó la concepción de ciudadano en el constitucionalismo clásico –individuo erguido frente al Estado absoluto- o de trabajador en el marco de la cuestión social –destinatario de la protección y del auxilio del Estado-. El peso específico de la cuestión, es hoy mayor y más complejo. No debe confundirse la noción de débil jurídico con la de un sujeto que necesita solo protección, ni la de ciudadano como la de mero centro de imputación de normas, titular de derechos abstractos que se concretan solo en contadas ocasiones. Hoy la concepción de consumidor es mucho más englobante que las del trabajador o de ciudadano. La propuesta – o lo que quizás sea los mismo, el desafío – es una noción de consumidor que no reniegue de sus arquetipos pasados, pero que se



proyecte hacia el futuro con una matriz superadora. Esta se construye en base a la brega por un consumidor protegido, pero además informado, activo, participante de los procesos e instituciones de decisión acerca de su problemática, dotado además de acceso irrestricto a la justicia”.²¹

En este panorama, los derechos para el consumidor implica la necesidad de regulación como un acto del Estado. Por ende, el análisis del derecho del consumo será propiciatorio de la existencia o creación de normas jurídicas que signifiquen participación activa del Estado en la relación de consumo, interviniendo allí donde es necesario corregir desigualdades, superando el complejo por el cual regulación significa tutelas o privilegios, generadores del paternalismo y subordinación.

“Hay también aspectos icnográficos y estéticos en el consumo, dado que la posesión de cosas enuncia hacia fuera un signo de estatus, una personalidad determinada, una repercusión social. Se construye un paradigma donde los pertenecientes comen, se divierten, estudian, se visten, habitan, viajan, de una manera determinada, que medios de comunicación sale al mercado forzosamente obligado a satisfacer sus necesidades, desde las más simples, hasta las más suntuarias. Por otro lado, la inducción cultural del consumo hace que se confundan necesidades con deseos y que en algunos casos estos se convierten en demandas y en actos socialmente

²¹ *Ibid.*, pág. 53.



inducidos, y culturalmente condicionados. En cualquier caso, el consumidor no es un ser aislado, sino que se encuentra inmerso y condicionado socialmente.²²

El acceso al consumo significa, entonces, que la posibilidad de consumir, debe extenderse a todos los sectores de la población. En esta idea, no se analiza la capacidad económica para hacerlo ni las posibilidades materiales de consumir son estudiadas por la economía, en primer término, y determinadas por la política, sino que en su faceta de derecho humano. Asimismo significa que se vincula indisolublemente con el principio de no discriminación y significa existencia de infraestructura, medios e información para colocar al consumo al alcance y a la comprensión de todos los sectores de la población, e introduce la problemática de los sectores con necesidades especiales o características diferentes, tales como ancianos, niños, discapacitados, personas de bajo nivel cultural y otras.

En materia de servicios públicos, la temática del acceso al consumo reviste especial importancia, dado el carácter de universalidad de estos servicios, y su relación directa con las condiciones de calidad de vida y dignidad humana, a las que contribuyen directamente la posibilidad de gozar de estos beneficios, en donde resulta importante el derecho de acceder a los servicios básicos por todos los sectores sociales y geográficos

²² **Ibid**, pág. 54.



CAPITULO IV

4. Elementos jurídicos y legales que determinan la importancia de integrar al derecho del consumo en el derecho de obligaciones

El ascenso de la legislación protectora de los consumidores ha sido uno de los fenómenos jurídicos más vistosos en los últimos diez años, debido principalmente al aporte de la doctrina sobre la insuficiencia de la regulación establecida en el derecho civil y mercantil para proteger a los consumidores y usuarios, lo cual conllevó a que se argumentara a favor de defender a los particulares que adquieren bienes y servicios en el mercado, quienes se encontraban indefensos ante la realidad económica del tráfico masivo de bienes y una legislación privada que no estaba creada para garantizarle sus derechos.

“El desarrollo de la sociedad de consumo ha incitado al legislador a proteger a los consumidores. La seducción que aquélla ejerce, especialmente mediante la publicidad, tiene como consecuencia que el consumidor se transforma en adquirente, casi sin darse cuenta de ello. Para escapar a un compromiso que no hubiera asumido actuando de manera consiente y reflexiva, el adquirente no puede invocar el dolo porque los engaños comerciales constituyen *dolus bonus* salvo determinadas maquinaciones características; para que hubiera violencia, tendría que



haber intervenido, por lo menos, amenazas, lo que no es el caso. Y, sobre todo, los condicionamientos para ejercitar una acción judicial son de tal naturaleza que disuaden a muchos consumidores de acudir a los Tribunales. Por todo ello, la protección de los consumidores se presenta cada vez más necesaria; aislados, no tienen capacidad suficiente para luchar contra poderosas empresas que les dictan sus condiciones, profanos, se ven colocados frecuentemente, en razón al progreso de la ciencia, ante opciones cada vez más complejas".²³

Los mecanismos de actuación han sido, o bien promulgar una ley, con alcance más o menos general de protección de los consumidores, o bien se protege, paso a paso, determinados sectores de la actividad económica (especialmente, en el campo de las condiciones generales de los contratos fase formativa del contrato, publicidad y derecho a la información, garantía por vicios y defectos, responsabilidad por los daños causados por los productos), o bien se conceden medios para un acceso más rápido a los tribunales a través de la legitimación de las asociaciones de consumidores o acciones de grupo o se facilitan alternativas de arbitraje.

A veces la protección se hace preventivamente a partir de la intervención administrativa en los contratos de adhesión, pero nunca se omiten las medidas

²³ Carrasco Perera, Ángel, **Estudio sobre el derecho de consumo en España**, pág. 238.



represivas, por lo que ninguno de estos modos de actuación es excluyente y lo normal resulta combinarlos en medida apropiada según la idiosincrasia de cada país, su grado de desarrollo económico – social y el funcionamiento de sus instituciones.

“La experiencia comparativa ofrece gran variedad de vertientes sobre las que se proyecta el derecho del consumo: penal para sancionar las más graves transgresiones; administrativa, pues los Estados dedican importantes medios personales y materiales para proteger eficazmente a los consumidores; y, por supuesto, civil y mercantil, por recaer fundamentalmente sobre contratos de una y otra clase. Estos avances en materia legislativa, también permitieron que se estableciera la definición legal de consumidor o usuario – probablemente necesaria pese a los tradicionales inconvenientes que se achacan a las definiciones legales – se ofrece en términos de una razonable amplitud que no excluye a profesionales y empresarios con tal que reúnan el requisito de ser destinatarios finales de la prestación contemplada en el contrato. También debe resaltarse que la figura del otro contratante se concibe con extraordinaria amplitud, sin excluirse a las empresas públicas que actúan en régimen de monopolio”.²⁴

²⁴ **Ibid.** Pág. 238

Es por eso que el derecho del consumo se sitúa entre aquellos normativos cuyo sentido y unidad es funcional, procedente de las finalidades a que tienden las normas que lo integran, las cuales buscan proporcionar a los consumidores y usuarios la protección que precisan.

Esta realidad es la que determina la importancia de argumentar a favor de incorporar el derecho de consumo dentro del derecho de obligaciones, para lo cual se realiza una breve descripción de éste último y luego se explica y luego se explica la manera en que se modificaría al incorporarle los principios del consumidor .

4.1 Derechos de obligaciones

Toda obligación consiste en dar, hacer o no hacer alguna cosa, en donde a una persona denominada deudor que contrae una obligación el ordenamiento jurídico, se le exige observar una determinada conducta que puede ser positiva dar o hacer o negativa de no hacer, porque la obligación jurídica supone siempre establecer una relación entre el deudor frente al acreedor, que ostenta el derecho de exigir en su propio interés la conducta o prestación que ha asumido el deudor, entendiendo que dicha relación obligatoria es aquella por la que dos o más personas se obligan a cumplir y adquieren el derecho a exigir determinadas prestaciones.



Entre sus características principales se encuentran:

“- Relatividad: la relación obligatoria vincula a una persona concreta (deudor) a realizar una prestación determinada a favor de otra (acreedor) para la satisfacción de un interés jurídicamente protegido. En donde la relatividad implica que el acreedor solo puede dirigir sus pretensiones frente al deudor, y el comportamiento de éste solo debe satisfacer el interés del acreedor (no afecta a terceras personas pero tampoco es obstáculo para que surta efectos contra terceros)

- Existencia de un vínculo jurídico: es el deber del deudor de realizar determinado comportamiento y el derecho del acreedor de exigirlo de acuerdo con el ordenamiento jurídico.
- Temporalidad: las relaciones obligatorias tienen una duración temporal limitada pueden ser instantáneas o duraderas.
- Patrimonialidad: uno de los sujetos de la relación es el acreedor y los derechos de crédito son considerados bienes muebles por tanto el derecho de crédito integra el patrimonio del acreedor y por ello es un derecho patrimonial”.²⁵

²⁵ San Martín, Juan Eduardo. **Derecho de obligaciones en el derecho civil argentino**, pág. 43.



Como consecuencia de la obligación contraída se encuentra que deuda y la responsabilidad son sus elementos integrantes, en donde la primera es un aspecto personal de la relación obligatoria, deber que pesa sobre el deudor de cumplir y el derecho de acreedor de exigir el cumplimiento; mientras que el segundo es la reponsabilidad, como aspecto objetivo de la relación obligatoria.

La responsabilidad patrimonial significa que los bienes del deudor están sometidos al acreedor quien mediante enajenación forzosa de los mismos puede satisfacer su interés en caso de incumplimiento del deudor, porque el que asume una obligación no se hace cargo de un deber jurídico moral, que corre el riesgo de perder su patrimonio por vía ejecutiva.

Las obligaciones en un principio eran deberes morales imputables a una persona, pero con el transcurso del tiempo se convirtieron en obligaciones morales y luego en obligaciones civiles, a partir de lo cual las mismas son de contenido patrimonial y se caracterizan por la irrepitibilidad o irrevocabilidad de los actos jurídicos voluntariamente ejecutados.

“El Código Civil regula algunos supuestos de cumplimiento por parte de una persona de una deuda que no le era jurídicamente exigible, estableciendo para tales supuestos la irrepitibilidad de pago, como por ejemplo, si aquel a quien se le pide la devolución puede probar que la entrega se hizo a título de liberalidad u otra causa



justa, puede retenerlo o bien que el propietario que ha pagado intereses sin estar estipulados, no puede reclamarlos ni imputarlos al capital (puede calificarse de obligación natural cuando el deudor por su voluntad paga los intereses). La ley no concede acción para reclamar lo que se gana en un juego de suerte, azar o en apuesta, el deudor que ha pagado no puede repertir lo pagado voluntariamente o bien que si el contrato es nulo, nulas son también las obligaciones que se originen en aquél. En consecuencia una obligación nula no genera deuda alguna, ni puede generar ningún tipo de responsabilidad".²⁶

Las obligaciones civiles nacen de la ley, la cual regula a los contratos, los cuasicontratos, así como los actos y omisiones ilícitas o en que intervenga cualquier género de culpa o negligencia.

Las obligaciones derivadas de la ley son las denominadas obligaciones legales, cumplen una función garantista, ya que trata de asegurar que la deuda que nazca de hechos que están previamente controlados por la norma jurídica, tengan la calificación de obligación, las mismas no se presumen, por lo que sólo son exigibles, las expresamente determinadas en el Código Civil o en leyes especiales, y se regirán por los preceptos que la ley les hubiese establecido, y en lo que está no hubiere previsto, por las disposiciones del derecho civil.

²⁶ **Ibid.** Pág.44



A partir de lo señalado, en la interpretación de las obligaciones legales se debe tomar en cuenta que el origen de la obligación es la ley, aunque sea complementada por la costumbre y los principios generales del derecho; que estas son siempre expresas, por lo que es preciso que se deriven de la norma jurídica debido a que no cabe presumirlas ni deducirlas; asimismo, se rigen por las reglas que establezca el Código Civil.

La principal forma en que se manifiesta la obligación legal es el contrato, el cual es un consentimiento dirigido a la producción de obligaciones, existiendo el mismo desde que uno o varias personas consienten en obligarse, respecto de otras a dar alguna cosa o prestar algún servicio.

“Las partes contratantes consienten, declaran su voluntad común dirigida a la producción del efecto jurídico que es la obligación. Es un acto voluntario bilateral, dimanado de la autonomía privada. Las obligaciones que nacen de los contratos tienen fuerza de la ley entre las partes contratantes y deben cumplirse al tenor de los mismos; siendo los cuasicontratos una categoría residual en la que se engloban supuestos de obligaciones voluntarias, lícitas no contractuales, siendo los mismos los que surgen de hechos lícitos y puramente voluntarios de los que resulta obligado su autor para con un tercero y a veces una obligación recíproca entre los interesados,



pero que no alcanza la consideración de contrato porque no existe acuerdo de voluntades o modo de actuar unilateral que se proyecta en la esfera patrimonial de otra u otras personas”.²⁷

De igual manera, la doctrina y la legislación reconocen la declaración de voluntad unilateral de una persona, de la cual pueden derivarse obligaciones, una vinculación para quien la hace y nace un derecho de crédito a favor de otras personas que no han intervenido.

La relación jurídica en una obligación contractual es siempre una relación personal, la cual se produce entre personas en situación de reciprocidad, éstas reciben el nombre de parte acreedora y parte deudora de la relación obligatoria. La obligación supone establecer una correlación entre la parte deudora que debe observar una determinada conducta y la parte acreedora que ostenta una situación de poder ya que puede exigir cierta conducta del deudor. Frente a ellos cualquier otra persona tiene la condición de tercero.

En la relación obligatoria de las partes y deudora pueden asumir al mismo tiempo la posición acreedora y deudora como en la compraventa, pero también puede existir una pluralidad de sujetos tanto en la parte deudora como acreedora, pues cualquier

²⁷ **Ibid**, pág. 52.



persona con capacidad jurídica puede ser sujeto acreedor o deudor de la relación obligatoria; asimismo, este tipo de realidad jurídica contiene también aspectos accesorios a los derechos de prestación y créditos y facultades que sirven para garantizar estos derechos.

Los sujetos que forman la parte acreedora y deudora han de ser determinados e identificados, lo normal es que se produzca desde el nacimiento de la obligación pero se admiten algunos supuestos en que inicialmente los sujetos sean indeterminados y posteriormente determinados.

El derecho de crédito es el que ostenta el acreedor de poder exigir en su propio interés la conducta de prestación que frente a él ha asumido el deudor. Es una legitimación para actuar sobre una cosa o para exigir de otra persona una conducta determinada en interés propio. El objeto del derecho de crédito es el comportamiento del deudor, los derechos de crédito integran el patrimonio de la persona, teniendo la misma la condición de bienes muebles.

Asimismo, la parte deudora es aquella que tiene la posición pasiva de la relación obligatoria, porque el sujeto pasivo o deudor asume el deber de cumplir una determinada prestación con el fin de satisfacer el interés del acreedor.



La situación de deuda confiere al sujeto pasivo la obligación de cumplir, si viola este deber ha de someterse a las consecuencias de la ley, tales como la indemnización por daños y perjuicios o la resolución del contrato, porque del cumplimiento de las obligaciones responde el deudor responde con todos sus bienes presentes y futuros, puesto que el mismo responde con su patrimonio no con su persona, debido a la prohibición expresa de cárcel por deuda.

El objeto de la relación obligatoria son los intereses y bienes que atribuyen al acreedor un derecho de crédito, es la conducta concreta que se obliga a realizar al deudor. Esta conducta puede ser la actividad que entrega de una cosa, debido a que el deudor está obligado a procurar que la prestación satisfaga el interés del acreedor, para lo cual puede también pagar y cumplir entregando o haciendo algo diferente a lo pactado.

Los requisitos de la obligación están vinculados con su existencia, ya que sin prestación no hay obligación, con la posibilidad de realizarse, a partir que no pueden ser objeto de contrato las cosas o servicios imposibles, de igual manera, la misma ha de ser posible al originarse y a lo largo de toda su existencia, mientras que la imposibilidad puede ser originaria o sobrevenida, que provoca su extinción, excepto si es por culpa del deudor porque entonces sería incumplimiento de la obligación, de igual manera, la imposibilidad también puede ser parcial, objetiva o subjetiva, absoluta o relativa.



“La prestación no comporta necesariamente la cualidad de ser patrimonial, ni tampoco el interés del acreedor tiene que serlo, pero cuando el deudor no cumple la obligación (ejecución forzosa) se reconduce a una valoración económica que se traduce en una obligación dineraria con la que se satisfará el crédito. Del cumplimiento de las obligaciones responde el deudor con todo su patrimonio (su obligación es siempre patrimonial) la ley admite que cuando la prestación de la obligación no sea ejecutable in natura (los mismo que se comprometió) se cumple en el equivalente pecuniario de la misma. La prestación es exigible sea cual sea su contenido (patrimonial o no), pero en su ejecución se puede llegar a reducir en una suma de dinero, esto es la patrimonialidad de la prestación”.²⁸

El libro V del Código Civil Guatemalteco regula todo lo relativo a las obligaciones, de hecho, comienza su primera parte regulando las obligaciones en general, mientras que su Título I establece lo relativo al negocio jurídico, estableciendo en el Artículo 1251 que el negocio jurídico requiere para su validez: capacidad legal del sujeto que declara su voluntad, consentimiento que no adolezca de vicio y objeto lícito. Mientras que el Artículo 1252, regula que la manifestación de voluntad puede ser expresa o tácita y resultar también de la presunción de la ley en los casos en que está lo disponga expresamente.

²⁸ **Ibid**, pág. 53.



En esa misma línea de regulación, el Artículo 1257 define que: “es anulable el negocio jurídico cuando la declaración de voluntad emane de error, de dolo, de simulación o de violencia. La voluntad no puede pedirla o demandarla la parte que hubiere causado el vicio” y el Artículo 1258 establece que le error es causa de nulidad cuando recae sobre la sustancia de la cosa que le sirve de objeto, o sobre cualquier circunstancia que fuere la causa principal de la declaración de voluntad.

Asimismo, el Capítulo III está dedicado a los negocios jurídicos condicionales, estableciendo que la adquisición de los derechos, así como la resolución o pérdida de los ya adquiridos, dependen del acontecimiento que constituye la condición, mientras que el Capítulo IV se refiere al plazo, el V a la simulación, el VI a la revocatoria y el VII a la nulidad.

El Título II de la Primera Parte del Libro V del Código Civil guatemalteco, se refiere a las modalidades y efectos de las obligaciones, estableciendo el Capítulo II de este Título las obligaciones alternativas, el III las facultativas, el IV las mancomunadas, el V las divisibles e indivisibles, el VI lo relativo al cumplimiento de las mismas y el VII todo lo relativo a su incumplimiento.

El Título III está dedicado a la transmisión de las obligaciones, que incluye la cesión de derechos, la subrogación y a la transmisión de las deudas, mientras que el Título



IV se refiere a la extinción de obligaciones, donde se regula la compensación, la novación, la remisión, la confusión, la prescripción extintiva.

El título V está a regular todo lo relativo a las obligaciones provenientes de contrato, entendiéndose que este existe según, el Artículo 1517, cuando dos o más personas convienen en crear, modificar o extinguir una obligación.

De acuerdo al Artículo 1574 "Toda persona puede contratar y obligarse>: 1º. Por escritura pública; 2º. Por documento privado o por acta levantada ante el alcalde del lugar; 3º. Por correspondencia; y 4º. Verbalmente y que los dos contratos que tengan que inscribirse o anotarse en los registros, cualquiera que sea su valor, deberán constar en escritura pública, según el Artículo 1576; sin embargo, los contratos serán válidos y las partes pueden compelerse recíprocamente al otorgamiento de escritura pública; si se establecieren sus requisitos esenciales por confesión judicial del obligado o por otro medio de prueba escrita, pero si son contratos calificados expresamente como solemnes, deberán constar en escritura pública sin cuyo requisito esencial no tendrán validez.

Luego de una amplia y profusa regulación sobre los negocios jurídicos y los contratos, el Título VI de la primera parte del libro V del Código Civil guatemalteco se orienta a regular las obligaciones provenientes de hechos lícitos sin convenio y el Título VII las que proceden de hechos y actos ilícitos.



Todas estas obligaciones estuvieron determinadas exclusivamente por el derecho civil desde finales del siglo XIX hasta los primeros años del siglo XXI, cuando surge en Guatemala la Ley de Protección al Consumidor y usuario, la cual fundamenta su existencia en la necesidad de renunciar a la creencia de la libertad de voluntades al contratar, porque en la práctica el usuario estaba en desventaja en los contratos tradicionales, a partir de lo cual se reduce la autonomía de los contratantes y se subordina a la tutela del usuario, con lo cual el derecho de obligaciones se encuentra determinado por el derecho del consumidor.

4.2. La integración del derecho del consumo en el derecho de obligaciones

A partir de la vigencia de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, el contenido del contrato se ve afectado bajo diversos aspectos. De modo general se establece que el contenido de la publicidad será exigible por los consumidores o usuarios aun cuando no figure expresamente en el contrato, por lo que por primera vez se establece una regulación de las condiciones generales de los contratos en que intervengan consumidores y usuarios la cual aunque adolece de no pocas imperfecciones técnicas, posee indudable vocación a servir de base para una eventual reforma de la doctrina general del contrato y en cualquier caso constituye derecho vigente.



Partiendo de la existencia de una legislación protectora del consumo, se entiende que la misma está llamada a tener una mayor incidencia en la regulación del tráfico económico en el país, más concretamente, en el ámbito del derecho civil de obligaciones, en particular porque ha supuesto la incorporación al derecho privado de cierto número de conceptos de naturaleza económica ha introducido elementos normativos que permiten someter a revisión el principio de autonomía de la voluntad en la contratación.

Si la concepción tradicional de la autonomía de la voluntad en los códigos del siglo XIX daba supuesto que los contratantes en condiciones de igualdad, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario parte de una hipótesis opuesta, a saber las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en que pueden encontrarse, individual o colectivamente el consumidor o usuario.

El derecho del consumidor, en cuanto conjunto de reglas jurídicas que tienen por objeto su protección, resulta de la regulación a partir de los poderes del Estado dentro de sus competencias, en donde la defensa de la competencia y protección de los consumidores, pueden diferenciarse desde una perspectiva general, partiendo del criterio consistente en considerar que el primero de ellos se refiere a la regulación de la situación recíproca de las empresas productoras o distribuidoras en el mercado, en



el plano horizontal, en cuanto que los sujetos a considerar, es decir, las empresas, compiten en una situación que se requiere de igualdad en el mercado, mientras que el segundo aspecto, la defensa de los consumidores hace referencia a una situación distinta, en tanto que el consumidor aparece como destinatario de unos productos ofrecidos por las empresas cuyas condiciones de oferta se pretende regular protegiendo; pero esta diferencia general no obsta a la posibilidad de que, en la regulación relativa a la ordenación del mercado, existan normas que se ocupen de cuestiones que pueden situarse en ambos campos.

La defensa de los consumidores hace referencia a una situación en la que aquellos aparecen como destinatarios de unos productos ofrecidos por las empresas, productos cuyas condiciones de oferta se pretende regular protegiendo la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los consumidores, siendo por lo tanto un principio rector de la política social y económica cuya garantía, la Constitución Política social y económica cuya garantía, la Constitución política impone a los poderes públicos.

Esta defensa del consumidor y del usuario nos sitúa a grandes rasgos y sin necesidad ahora de grandes precisiones, ante cuestiones propios de la legislación civil y mercantil, de la protección de la salud y seguridad, física, de los intereses



económicos y del derecho a la información y a la educación en relación con el consumo, de la actividad económica y en fin de otra serie respecto de los cuales pudiera corresponder al estado la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad en su ejercicio, es decir, ante estos elementos que la Constitución Política toma como punto de referencia para fijar las materias mínimas que, por corresponder al estado, quedan al margen del ámbito de disponibilidad de los contratos.

Ante esta realidad, los poderes públicos deben garantizar la eficacia en los procedimientos de protección de la seguridad y la salud de los consumidores y usuarios exigida por la Constitución Política, ya que dicha eficacia resultaría gravemente dañada si cada industria o establecimiento definiera los criterios que le permiten señalar que cumplen con la protección al consumidor.

Desde el punto de vista subjetivo, la figura del consumidor se ha vinculado con el damnificado el adquirente, el contratante débil o el usuario de servicios públicos; por lo que se promueve la plena realización del derecho a ser representado, resarcido, informado y escuchado; postulándose, a tales efectos, la readecuación de los mecanismos de tutela administrativa y jurisdiccional. En ese sentido, la tutela del consumidor constituye un límite interno a la actividad económica, la que debe



realizarse sin lesionar la seguridad y la salud, debiéndose orientar a la obtención de fines sociales.

En consecuencia, la denominada relación de consumo posee como caracteres relevantes el que constituye un vínculo jurídico, el cual es una relación ínter subjetiva entre dos o más sujetos determinados o determinables, activos y pasivos, que tiene como contenido una situación social, que por involucrar intereses económicos, éticos, o políticos, el ordenamiento jurídico hace relevante, determinado que la relación social se eleve a la categoría jurídica.

La relación jurídica puede establecerse entre sujetos, pura y simplemente o bien entre sujetos, pero con relación a un bien, las cuales, por tanto, se llaman personales y reales, tratándose por lo tanto de una relación de la cual derivan correlativamente situaciones jurídicas activas y pasivas.

Esta relación jurídica considerada es de consumo oneroso, porque la provisión de productos y la prestación de servicios efectuadas a título gratuito, se equiparan a las relaciones de consumo, siempre que se realicen en función de una eventual relación de consumo, que relacione al proveedor de productos o al prestador de servicios, con el adquirente o usuario final de los mismos.



Estos elementos jurídicos, doctrinarios y legales permiten evidenciar la manera en que el derecho de obligaciones ha cedido su espacio dominante al derecho del consumidor y usuario, al extremo que la autonomía de la voluntad, que ha sido el elemento determinante del negocio jurídico se subordina ahora a la tutela del consumidor y usuario a partir de ser considerada la parte más débil de la relación contractual.



CONCLUSIONES

1. Las relaciones contractuales permitieron el crecimiento y la expansión de las obligaciones civiles y mercantiles, al extremo que su dinámica generó la globalización y la creación de un mercado mundial, en el cual todos los países se han involucrado, porque con ello se amplió la cantidad de consumidores y usuarios a los que los comerciantes pueden acceder.
2. Antes de que se produjera una nueva interpretación acerca de la relación jurídica mercantil, al usuario se le veía como un objeto con capacidad de compra, lo que en muchos lugares de Guatemala todavía sigue interpretándose de esa manera; principalmente porque los consumidores todavía no tienen conciencia de los derechos que les otorga la ley ante el proveedor.
3. El principal aporte que tiene la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en Guatemala es que le permite crear asociaciones que los ayuden a protegerse en contra de los abusos de los proveedores; especialmente en relación a establecer formas conciliatorias para llegar a un adecuado arreglo de las diferencias, sin tener que hacer uso del arbitraje.



4. La Ley de Protección al Consumidor y Usuarios establece la creación y funcionamiento de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor; sin embargo, a más de ocho años de su vigencia, ésta carece de respaldo financiero y técnico para cumplir con las atribuciones que la ley le establece para que garantice los derechos del consumidor y usuario.

5. Aún cuando el derecho de obligaciones regulado en el Código Civil guatemalteco corresponde ceder ante el derecho del consumidor a partir de existir una norma específica, en el medio jurídico guatemalteco, los abogados y notarios no han comprendido la importancia de esta nueva realidad jurídico –legal, limitando la importancia y efectos de la norma que protege al consumidor.



RECOMENDACIONES

1. Es necesario que el Ministerio de Economía, ante el crecimiento y la expansión de las actividades mercantiles por la dinámica del mercado mundial, cree una unidad de formación de proveedores para que éstos puedan adecuar sus bienes y servicios ante la demanda de consumidores y usuarios de los países a donde exporta Guatemala sus productos.
2. Que la cámara de Comercio de Guatemala promueva cursos formativos para sus agremiados, con el objetivo de cambiar la mentalidad tradicional, en los cuales se visualiza al consumidor como una persona que necesita del proveedor, para crear una cultura de servicio en donde el usuario sea el centro de atención de las planificaciones y actividades empresariales.
3. El Colegio de Abogados y Notarios de Guatemala debe programar cursos libres para formar a sus colegiados en el derecho del consumidor, con el objetivo que cuando éstos asesoren a usuarios en particular, o a sus asociaciones, tengan los conocimientos jurídico-doctrinarios necesarios para orientar a sus clientes y protegerlos en contra los abusos de los proveedores.



4. Es importante que Ministerio de Economía fortalezca financiera y técnicamente a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para que esta dependencia logre cumplir con las atribuciones de garantizar los derechos del consumidor y usuario; así como para convertirla en Procuraduría de Defensa del Consumidor y así poder hacer efectiva la tutela estatal regulada por la ley.

5. El Colegio de Abogados y Notarios de Guatemala debe promover la capacitación de jueces y magistrados, así como a los abogados de las instituciones públicas vinculadas a la protección del consumidor y usuarios, para que éstos prioricen el derecho del consumidor a partir de existir una norma específica que lo regula.



BIBLIOGRAFÍA

ALTERINI, Atilio. **Defensa de los consumidores**. Madrid: ed. Ediciones Jurídicas, 1999.

BULGARELLI, Waldirio. **El derecho del consumidor**. En: Revista del Derecho Comercial y de las obligaciones. Año 25, mayo-agosto, 1999, 147/148, Colombia

CARRASCO PERERA, Angel. **Estudio sobre el derecho de consumo en España**. Madrid: McGraw-Hill, 1999.

FERNÁNDEZ GIMERO, José Pascual. **Derecho de consumo**. En revista de Estudios jurídicos sobre Protección de los Consumidores, Madrid: Ed. Tecnos. 1987.

GARCÍA AMIGO, Manuel. **La defensa de los consumidores desde el derecho privado**. La Habana: Ediciones Ciencias Políticas, 1999.

LARES ROMERO, Víctor Hugo. **El derecho a la protección de los consumidores en México**. México: Ed. Universidad Autónoma Metropolitana de México, 1991.



PARRAL, Jorge. La psicología del consumidor. España: Ed. Universidad de Castilla La Mancha, 2001

REYES LÓPEZ, María José. Derecho de consumo. Brasil: Ed. Ediciones UNIBAN, 1998.

SAN MARTÍN, Juan Eduardo. Derecho de obligaciones en el derecho civil argentino: Buenos Aires: Ed. La Rocca, 1994.

STATON, Etzel. Fundamentos de marketing. Buenos Aires: Ed. Juris, 1994.

Legislación:

Constitución Política de la República de Guatemala. Asamblea Nacional Constituyente, 1986.

Código Civil. Decreto Número 106 del Jefe de Estado Enrique Peralta Azurdía. Guatemala, 1963.

Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, 2003.