

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



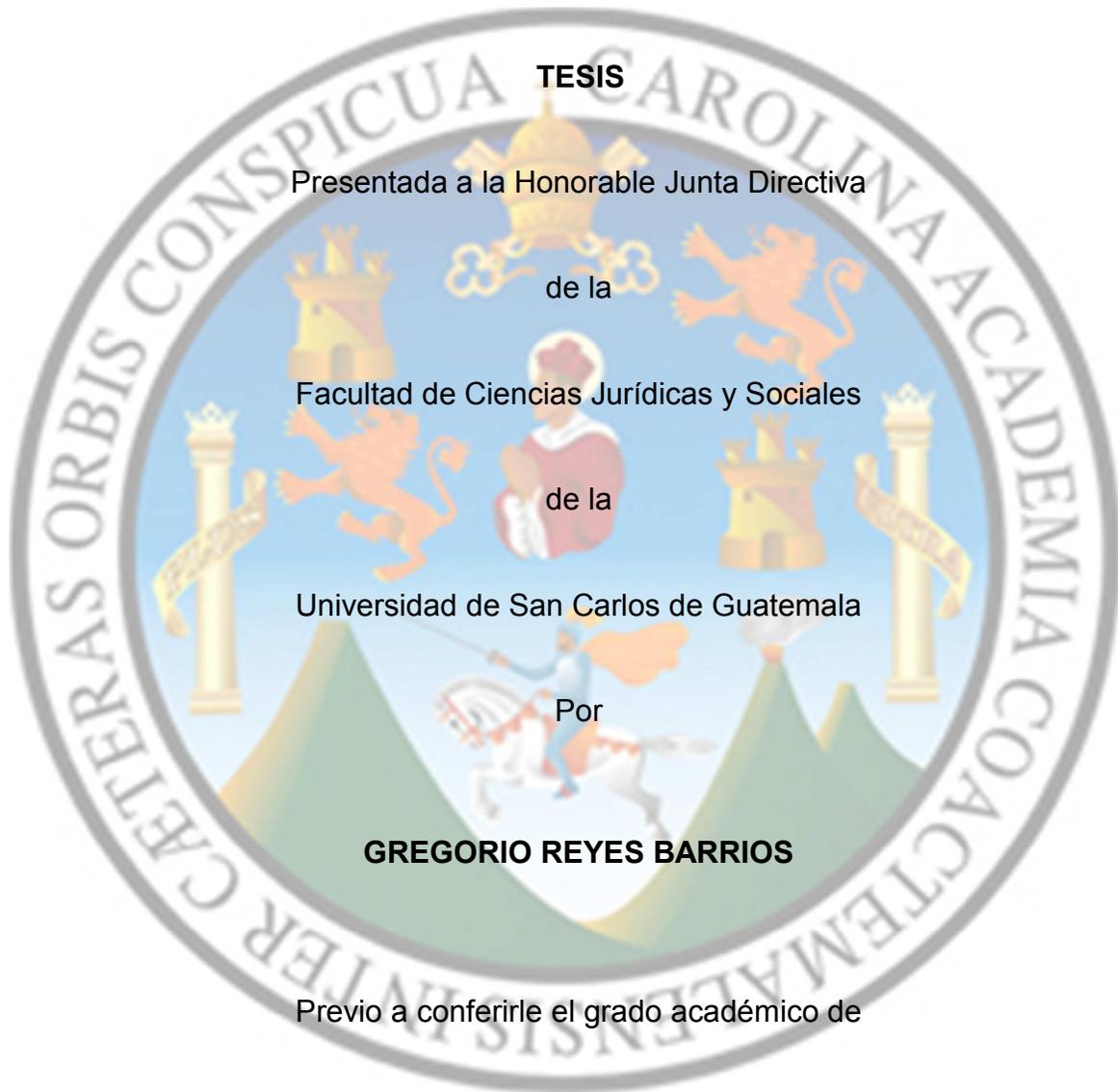
**LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS Y LA NECESIDAD DE CREAR LA LEY QUE
REGULE EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO
GUATEMALTECO**

GREGORIO REYES BARRIOS

GUATEMALA, ABRIL DE 2013

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

**LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS Y LA NECESIDAD DE CREAR LA LEY QUE
REGULE EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO
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

GREGORIO REYES BARRIOS

Previo a conferirle el grado académico de

LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Guatemala, abril de 2013

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

DECANO: Lic. Avidán Ortiz Orellna

VOCAL II: Lic. Mario Ismael Aguilar Elizardi

VOCAL III: Lic. Luis Fernando López Díaz

VOCAL IV: Br. Víctor Andrés Marroquín Mijangos

VOCAL V: Br. Rocael López González

SECRETARIO: Licda. Rosario Gil Pérez

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 el Examen General Público)



ARDON & SANTA CRUZ, ASOCIADOS.

14 calle "A" 10-37, Zona 1, Oficina 104,

Teléfonos: 22204903 40981213

Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Ciudad de Guatemala,

13 de septiembre del 2012.

SEÑOR JEFE:

DE LA UNIDAD DE ASESORÍA DE TESIS
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.
LICENCIADO BONERGE AMILCAR MEJIA ORELLANA.

SU DESPACHO

Estimado Licenciado Mejía:

En atención a la providencia de ASESOR de tesis, de fecha 27 de febrero del año 2012, en la que se me notifica mi nombramiento como ASESOR de Tesis del Bachiller GREGORIO REYES BARRIOS, y oportunamente a proceder a emitir el dictamen correspondiente. Habiendo cumplido con ASESORAR el trabajo confiado, me permito emitir el siguiente:

DICTAMEN:

- 1) El trabajo de tesis se intitula "LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS Y LA NECESIDAD DE CREAR LA LEY QUE REGULE EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO".
- 2) El tema que investiga el Bachiller GREGORIO REYES BARRIOS, es un tema de suma importancia e innovador, por el contenido técnico y científico que aporta en materia de la problemática del servicio al usuario y/o consumidor al referirse a que tanto en las instituciones del Gobierno como en las empresas privadas, se manifiesta la mala atención al cliente o usuario, y que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario a través de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor -DIACO-, es evidentemente INOPERANTE, puesto que esta Ley no regula la obligatoriedad de que la Instituciones o empresas instalen o implementen internamente la oficina de atención al cliente con el fin de que éste recurra a la misma, en el preciso momento de ser objeto del mal servicio en sus diversas manifestaciones, ya que cuando lo hacen ante la DIACO, no se tienen los resultados efectivos y adecuados por lo engorroso del trámite y las restricciones legales y administrativas que esta Dirección tiene para actuar idóneamente en favor del consumidor y usuario.





ARDON & SANTA CRUZ, ASOCIADOS.

14 calle "A" 10-37, Zona 1, Oficina 104,

Teléfonos: 22204903 40981213

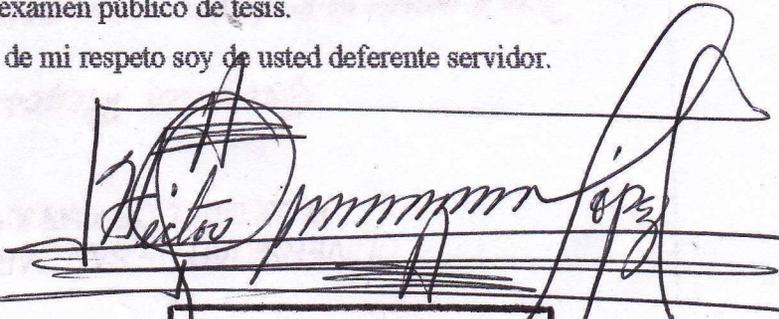
Ciudad de Guatemala, Guatemala.

- 3) La metodología utilizada fue el método inductivo y deductivo y las técnicas de investigación fueron las entrevistas como derivado del trabajo de campo realizado.
- 4) La bibliografía y leyes examinadas son las adecuadas para el profundo estudio jurídico y doctrinario del tema investigado, así mismo fue usada la investigación documental y científica, que redundan en darle un valor de obra de consulta.
- 5) La redacción utilizada es la más adecuada
- 6) El contenido del trabajo de tesis, se ajusta a requerimientos científicos y técnicos que se deben cumplir de conformidad a la normativa respectiva.
- 7) Tanto las conclusiones como las recomendaciones dadas, son congruentes con los temas desarrollados dentro de la investigación.
- 8) Durante el tiempo empleado en la asesoría de la presente investigación de manera conjunta, analizamos los diferentes aspectos y procedimientos a puntualizar, en la cual ambos estuvimos de acuerdo.
- 9) Por lo anteriormente relacionado concluyo informando a usted que procedí a **ASESORAR** el trabajo encomendado, por lo que me permito:

OPINAR

En definitiva el contenido del trabajo de tesis, se ajusta a requerimientos científicos y técnicos que deben cumplirse conforme la normativa respectiva, es por ello que al haberse cumplido con los requisitos establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, resulta procedente emitir el presente **DICTAMEN FAVORABLE**, aprobando el trabajo de tesis asesorado, para que continúe su trámite hasta culminar su aprobación en el examen público de tesis.

Con las muestras de mi respeto soy de usted deferente servidor.



Lic. HECTOR ARDON LOPEZ
ABOGADO Y NOTARIO
COLEGIADO NUMERO 8485



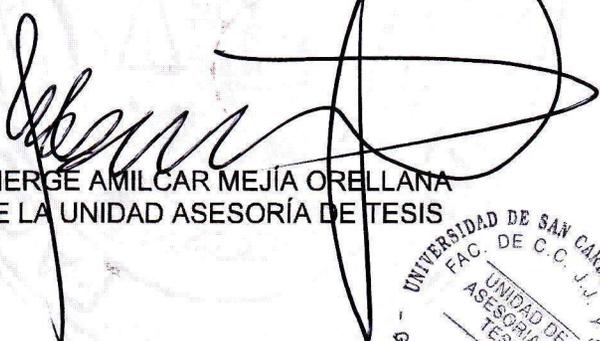
FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES
Ciudad Universitaria, zona 12
GUATEMALA, C.A.



UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.
Guatemala, 21 de septiembre de 2012.

Atentamente, pase al LICENCIADO CARLOS RODIMIRO LUCERO PAZ, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del estudiante GREGORIO REYES BARRIOS, intitulado: "LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS Y LA NECESIDAD DE CREAR LA LEY QUE REGULE EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO".

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título del trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente deberá cumplir con los requisitos establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual establece: "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 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 estimen pertinentes".


DR. BONERGE AMILCAR MEJÍA ORELLANA
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS

cc.Unidad de Tesis
BAMO/iyr.





BUFETE LUCERO PAZ Y ASOCIADOS.

Licenciado Carlos Rodimiro Lucero Paz
Abogado y Notario Colegiado 7018



Guatemala, 12 de octubre de 2012

SEÑOR JEFE:
DE LA UNIDAD DE ASESORÍA DE TESIS
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
DOCTOR BONERGE AMILCAR MEJIA ORELLANA

SU DESPACHO

Estimado Doctor Mejía Orellana:



En atención a la resolución de **Revisor** de tesis, de fecha 21 de septiembre de 2012, en la que se me notifica mi nombramiento como REVISOR de Tesis del Bachiller **GREGORIO REYES BARRIOS**, y oportunamente a proceder a emitir el dictamen correspondiente. Habiendo cumplido con la **Revisión** del trabajo confiado, me permito emitir el siguiente:

DICTAMEN:

- 1) El trabajo de tesis se intitula “LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS Y LA NECESIDAD DE CREAR LA LEY QUE REGULE EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO”.
- 2) El tema que investiga el Bachiller **GREGORIO REYES BARRIOS**, es un tema de suma importancia e innovador, por el contenido técnico y científico que aporta en materia de la problemática del servicio al usuario y/o consumidor al referirse a que tanto en las instituciones del Gobierno como en las empresas privadas, se manifiesta el mal servicio y atención al cliente o usuario, y que la ley de protección al consumidor y usuario a través de la Dirección de Atención y Asistencia al consumidor –DIACO-, es evidentemente INEFICIENTE, puesto que esta Ley no regula la obligatoriedad de que las Instituciones o empresas instalen o implementen internamente la oficina de atención al cliente, con el fin de que éste recurra a la misma, en el preciso momento de ser objeto del mal servicio en sus diversas manifestaciones, ya que cuando lo hacen ante la Diaco, no se tienen los resultados efectivos y adecuados por lo engorroso del trámite y las restricciones legales y administrativas que esta Dirección tiene para actuar idóneamente en favor del consumidor y usuario.
- 3) La metodología utilizada fue el método inductivo y deductivo y las técnicas de investigación fueron las entrevistas como derivado del trabajo de campo realizado.



BUFETE LUCERO PAZ Y ASOCIADOS.

Licenciado Carlos Rodimiro Lucero Paz
Abogado y Notario Colegiado 7018

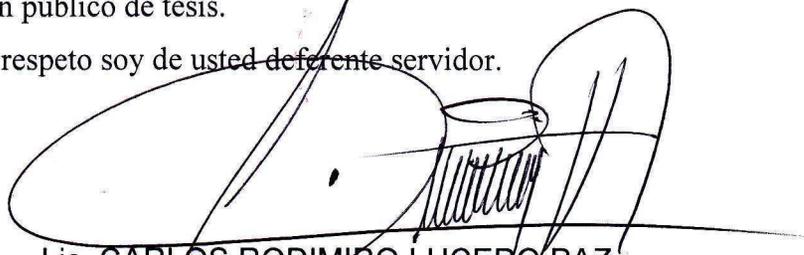


- 4) La bibliografía y leyes examinadas son las adecuadas para el profundo estudio jurídico y doctrinario del tema investigado, así mismo fue usada la investigación documental y científica, que redundan en darle un valor de obra de consulta.
- 5) La redacción utilizada es la más adecuada
- 6) El contenido del trabajo de tesis, se ajusta a requerimientos científicos y técnicos que se deben cumplir de conformidad a la normativa respectiva.
- 7) Tanto las conclusiones como las recomendaciones dadas, son congruentes con los temas desarrollados dentro de la investigación.
- 8) Durante el tiempo empleado en la REVISION de la presente investigación de manera conjunta, analizamos los diferentes aspectos y procedimientos a puntualizar, en la cual ambos estuvimos de acuerdo.
- 9) Por lo anteriormente relacionado concluyo informando a usted que procedí a REVISAR el trabajo encomendado, por lo que me permito:

OPINAR

En definitiva el contenido del trabajo de tesis, se ajusta a requerimientos científicos y técnicos que deben cumplirse conforme la normativa respectiva, es por ello que al haberse cumplido con los requisitos establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, resulta procedente emitir el presente **DICTAMEN FAVORABLE**, aprobando el trabajo de tesis revisado, para que continúe su trámite hasta culminar su aprobación en el examen público de tesis.

Con las muestras de mi respeto soy de usted deferente servidor.



Lic. CARLOS RODIMIRO LUCERO PAZ
Abogado y Notario
Colegiado No. 7018.



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, zona 12
GUATEMALA, C.A.

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 06 de febrero de 2013.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis del estudiante GREGORIO REYES BARRIOS, titulado LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS Y LA NECESIDAD DE CREAR LA LEY QUE REGULE EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

BAMO/iyr



Lic. Avidán Ortiz Orellana
DECANO



Rosario 

DEDICATORIA

A DIOS: Creador del Universo, Soberano y padre de las Ciencias,
que me dio el entendimiento, discernimiento y facultades
para alcanzar este triunfo académico.

A LA USAC: En especial a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Por darme la preparación y formación para servir a la
Sociedad guatemalteca.

A MIS PADRES: Miguel Reyes de León y Julia Barrios Mérida (Q.E.P.D.)
Por su amor, comprensión y principios.

A MIS HERMANOS (AS): Con mucho cariño, especialmente a Gilma y Rolando,
Por su apoyo y solidaridad.

A MIS CUÑADOS (AS): Con mucho aprecio, especialmente a Thomy Alvarado,
con afecto, cariño y agradecimiento por su incondicional
apoyo y comprensión.

A MIS SOBRINOS (AS): A todas y todos con cariño y aprecio.

A MIS AMIGOS EN

GENERAL: Con aprecio y afecto, especialmente a: licenciados:
Carlos Lucero, Héctor Ardón Branly y Héctor Martínez,
Octaviano Alvarado, Efraín Matías, Sebastián Vásquez y
a la Maestra Mariza Rivera.



ÍNDICE

Pág.

Introducción.....	i
-------------------	---

CAPÍTULO I

1. La protección de los usuarios y consumidores.....	1
1.1. Antecedentes del derecho del consumidor.....	4
1.1.1. Naturaleza jurídica del derecho del consumidor.....	6
1.1.2. Derecho del consumidor y el interés general.....	7
1.2. Antecedentes de los usuarios y consumidores	8
1.3. Sujetos de la relación de consumo.....	9
1.4. Constitución Política de la República de Guatemala.....	13
1.5. Derecho nacional.....	15
1.6. Derecho internacional.....	19
1.6.1. Derechos de los consumidores reconocidos por la comunidad Europea.....	20
1.6.2. Derechos de los consumidores reconocidos por la Organización de la Naciones Unidas.....	24

CAPÍTULO II

2. Funciones generales de la DIACO en relación a consumidores y usuarios....	27
2.1. Antecedentes históricos de la DIACO.....	27
2.2. Antecedentes de la protección al consumidor en la legislación guatemalteca.....	28
2.3. La función y atribuciones de la DIACO.....	29



Pág

2.3.1 Objetivos de la DIACO.....	30
2.4. Síntesis de la ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	31
2.4.1. Estructura formal de la ley de Protección al Consumidor y Usuario..	31
2.5. Denuncias por parte del los consumidores y usuarios.....	41
2.6. Estudio de derecho comparado.....	44

CAPÍTULO III

3. El servicio de atención al cliente con carácter obligatorio en el ámbito público y privado.....	67
3.1. Los factores de calidad total en el ámbito de los derechos del usuario y consumidor	68
3.1.1. Antecedentes de la calidad total.....	70
3.1.2. En que consiste la calidad total.....	71
3.2. Servicio y cliente.....	74
3.3. Definición de servicio al cliente y su importancia.....	79
3.4. Elementos de servicio al cliente.....	80
3.5. Características del servicio al cliente.....	82
3.6. Principios.....	83
3.7. Lo que sucede en la realidad.....	86
3.8. Ventajas y desventajas.....	88

CAPÍTULO IV

4. La protección de los usuarios y la necesidad de crear la ley que regule el servicio de atención al cliente en el ordenamiento jurídico guatemalteco	91
4.1. Problemática.....	91
4.2. Propuesta de solución.....	98
4.3. Bases normativas para la creación de la ley	102
4.4. Del procedimiento de creación de la ley en Guatemala.....	104



CONCLUSIONES.....	113
RECOMENDACIONES.....	115
BIBLIOGRAFÍA.....	117

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se justifica tomando en consideración que la mala atención que los usuarios reciben en los comercios y entidades gubernamentales, es lamentable y real; situación que permitió preliminarmente realizar un estudio de lo que sucede en otras legislaciones, y en éstas, se regula la obligación de las entidades gubernamentales y no gubernamentales de tener un servicio específico de atención al cliente, como una entidad que protege los derechos de los usuarios ante la institución tanto pública como privada, a la cual acude el usuario, para cumplir con el objetivo para el cual fue creado el Decreto Número 06-2003, Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, fue creada para velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores y usuarios, en sus relaciones con los proveedores, sin embargo la realidad permite determinar que se hace necesario enfocar una investigación o un estudio con mayor grado de profundidad respecto a cómo funcionan las empresas, instituciones gubernamentales y no gubernamentales en la mejora en su calidad de servicio y que beneficios podría tener el hecho de que los guatemaltecos, cuenten con un marco normativo que obligue a estas instituciones a crear una entidad de servicio al cliente, y que tengan la facultad de conocer y resolver los requerimientos, quejas, o cualquier otra situación en que los usuarios se consideren afectados.

La hipótesis planteada para este trabajo fue: establecer la inexistencia de un marco normativo que regule obligadamente el servicio de atención al cliente, tanto en el ámbito público como privado, lo que causa un perjuicio para los derechos de los usuarios y/o consumidores.



El objetivo de esta tesis es: determinar en qué consiste el servicio de atención al cliente y la importancia que se establezca, con carácter obligatorio tanto en el ámbito público como privado, como parte de los derechos de los usuarios y consumidores y el resguardo que el estado debe brindar en protección legal a éstos, proponiendo las bases normativas para dicho efecto.

En este estudio se exponen cuatro capítulos: el primero, se refiere a la protección de los usuarios y consumidores, antecedentes del derecho del consumidor, antecedentes de los usuarios y consumidores, sujetos de la relación de consumo, la Constitución Política de la República de Guatemala así como el derecho nacional e internacional; el segundo desarrolla las funciones generales de la DIACO en relación al consumidor y usuario, antecedentes históricos de la DIACO, antecedentes de la protección al consumidor en la legislación guatemalteca, la función y atribuciones de la DIACO, síntesis de la ley de protección al consumidor y usuario, denuncias por parte de los consumidores y usuarios y el estudio de derecho comparado; el tercero, se refiere al servicio de atención al cliente, con carácter obligatorio en el ámbito público y privado, los factores de calidad total en el ámbito de los derechos del usuario y consumidor, el servicio y cliente, definición del servicio al cliente y su importancia, elementos de servicio al cliente, características del servicio al cliente, principios, lo que sucede en la realidad y las ventajas y desventajas; en el último capítulo, se expone la protección de los usuarios y la necesidad de crear un marco normativo que regule el servicio de atención al cliente en el ordenamiento jurídico guatemalteco, problemática, propuesta de solución, bases normativas para la creación de una ley y del procedimiento de la creación de la ley en Guatemala.

Los métodos empleados dentro de este análisis fueron: el analítico, sintético, inductivo y deductivo. Las técnicas utilizadas fueron: la investigación documental, el fichaje y la recopilación; y se plantearon las conclusiones y recomendaciones correspondientes, con las cuales se comprobó la hipótesis planteada y los objetivos propuestos fueron alcanzados.

CAPÍTULO I

1. La protección de los usuarios y consumidores

Con el pasar de los años la protección del consumidor y usuario, ha adquirido tintes de importancia significativa, por las constantes transformaciones en las relaciones de consumo, ha provocado en las diversas legislaciones nacional e internacional legislar la forma en que habrá de protegerse a los consumidores, ya que siendo destinatarios de la cadena de producción de bienes y servicios, participan en el desarrollo económico de un país.

La protección del consumidor y el usuario, abarca el derecho a ser indemnizados por los daños y perjuicios demostrados por el consumo de bienes o la utilización de productos o servicios. Por lo cual las relaciones de consumo entre productor-consumidor están basados en un sistema económico, y el resultado de esa relación es el consumo de bienes y servicios por parte de la población y un incremento de capital de los productores, es decir se basa en la necesidad mutua para obtener mayores beneficios.

Es por ello que esta protección se basa en el derecho del consumidor, como rama especializada del ordenamiento jurídico, y como una ciencia con connotaciones sociales, económicas y legales, que a su vez evoluciona de manera paralela con el desarrollo del mercado y la economía, y por ende debe ser vista su protección de manera dinámica, que trata de prevenir los peligros y situaciones de desigualdad que se presenten contra el consumidor y usuario, como causa del constante movimiento del comercio y la normatividad al respecto.

Doctrinariamente se mencionan algunas clases de protección para los consumidores y usuarios, los cuales son: la protección constitucional, judicial, administrativa, protección industrial-comercial, y protección del consumidor, refiriéndose esta a las organizaciones de los consumidores.

En cuanto la protección constitucional, para el autor García Pelayo opina al respecto: “La Constitución que es la estructura jurídico-política de un Estado que a su vez se integra como la estructura total del Estado y de la sociedad, lo que entraña un sistema de conexión y relaciones recíprocas, condicionadoras y condicionantes, entre la Constitución y los demás componentes de dicha estructura social del Estado y de la sociedad en que esté inserta la Constitución”¹. La protección constitucional del consumidor es base, para desarrollar los lineamientos en leyes ordinarias, porque posee un carácter de ley fundamental, para asegurar, el reconocimiento de los derechos y obligaciones de los consumidores en una relación comercial.

La protección judicial, es aquella que nace con la urgencia del consumidor de tener una instancia jerárquicamente superior y legalmente constituida que posea la facultad de hacer valer sus derechos, ante el abuso o el engaño del cual sea víctima por parte del empresario, distribuidor o proveedor.

La protección administrativa, consiste en la primera línea de defensa del consumidor en la cual interviene de manera directa el Estado, ya que son las instituciones gubernamentales aquellas que estudian el caso en particular, imponiendo por medio de resoluciones de carácter administrativo multas, prohibiciones y cancelaciones, a diferencia del juez, quien dicta sentencia imponiendo penas y subsiguientes indemnizaciones de perjuicios.

¹García Pelayo, Manuel. **Derecho constitucional comparado**, pág.120.

La protección industrial y comercial, es aquella que inicialmente se empezó a tener en cuenta al empresario, no como la parte fuerte de la relación y contra el que debía ir encaminada toda normatividad que tuviera que ver con el consumo, sino que se le reconoció como parte integrante y colaboradora del vínculo comercial, otorgándosele ciertas facultades que le favorecieran y que enriquecieran la relación.

Por lo cual los consumidores, aprovechan para comparar entre los productos que se les ofrecen y eligen aquellas opciones que les son más favorables. Lo anterior, genera en las empresas un ánimo de competencia, forzándolas a elevar la calidad de los productos y a reducir precios, beneficiando a los consumidores quienes actuando a su conveniencia, surgen como los actores principales de la relación de consumo. Por lo expuesto, se establece a la protección industrial y comercial, como aquella que lucha para alcanzar una protección real y efectiva al consumidor, ya que muchas veces el producto llega a manos del consumidor o usuario, si se realizó un adecuado control de calidad, se le está reconociendo y protegiendo su condición, por lo que por medio de esta clase de protección se alcanza el fin primario del derecho del consumidor.

Y por último la protección del consumidor, entendida esta que con el paso del tiempo los consumidores conscientes de su posición de inferioridad sintieron la necesidad de crear grupos u organizaciones de autoprotección, frente a los posibles daños o perjuicios en los bienes o servicios que adquirirían y contra los cuales, en muchas ocasiones, no existían mecanismos de protección e indemnización efectivos y eficaces.

Esta protección viene siendo como una línea de defensa, ejercida de forma grupal. En la actualidad podemos apreciar un sin fin de asociaciones de consumidores en cada país que trabajan porque la exigencia de la calidad de los productos y servicios ofertados sea real, y en caso de engaños o defectos, exista la posibilidad de ejercer

acciones efectivas que busquen el mejoramiento de los productos o servicios y en algunos casos, la reparación de los perjuicios generados al consumidor o usuario.

1.1. Antecedentes del derecho del consumidor

El derecho del consumo nace con la necesidad del consumidor y del usuario, de ser protegido de manera eficaz de posibles abusos y engaños a los que pudiera ser sometido por parte de los productores, distribuidores o proveedores. Lo anterior basado en que el derecho del consumo ha sido durante su historia implícito en el sentido legal, ya que nunca fue codificado. Es así como en la era antigua los consumidores no tenían protección frente a la calidad de los bienes o servicios que consumían, situación generada por la informalidad de los mercados primitivos, esto también por la inexistencia de seguridad jurídica de los pueblos, que se evidenciaba la ausencia absoluta de normativas que regularan las relaciones de comercio informal y su actividad era regida por la costumbre y por leyes divinas, como las aceptadas por las distintas religiones.

Con la influencia de Roma en el mundo occidental, originó un sistema jurídico institucionalizado y estable, en el que se cubrió la ausencia de parámetros a los que debía someterse la totalidad de la población considerada como ciudadanía. Por primera vez en la historia se sienta un precedente legal apoyado en la normativa vigente de esa época, en el cual se protege al consumidor o usuario por medio de la teoría del saneamiento de los vicios que el bien adoleciera, por ejemplo en la venta de cosa ajena.

En la Edad Media comenzó la responsabilidad de los productores, distribuidores o proveedores que crearon factores de control, para que el producto o servicio llegasen al consumidor con cierta calidad y que de alguna manera equilibrara un poco la relación

con el consumidor. La ética hace su aparición como elemento de las relaciones comerciales, ya que si bien no generaba un derecho de protección al consumidor, si creaba ciertos lineamientos de idoneidad del producto y consiguiente seguridad para el usuario. Con la revolución francesa y la declaración de los derechos universales del hombre, se asienta el pensamiento liberal económico individualista, basado en el principio de la autonomía de la voluntad, en la que cada individuo asumía la responsabilidad de todo lo que adquiriera quedando de esta manera el usuario desprotegido en el mercado.

Con base en lo anterior se puede apreciar que no hubo un avance significativo respecto a lo planteado en la edad media, ya que no se pasó de la regulación de los productores a una regulación institucional, deteniéndose de esta manera la evolución de la protección al consumidor y una vez más se perdió la oportunidad de codificar el derecho del consumo.

En cuanto al Estado francés no regulaba las relaciones entre productor y usuario, considerando que no estaba en sus facultades la intervención económica, y que por ende el consumidor estaba en la posición de defenderse él mismo, del abuso o engaño del que fuere víctima en todas las etapas de la relación comercial. Como consecuencia de la falta de protección jurídica estatal hacia el consumidor, se presentaron muchos engaños y abusos de parte de los empresarios y distribuidores en la calidad de los productos y total desconocimiento público y privado de las reclamaciones efectuadas por los usuarios.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, surgen ideologías en las que se pretenden reconocer los esfuerzos realizados a lo largo de los tiempos, por la institucionalización jurídico y legal, dando lugar a una protección más efectiva y con igualdad respecto de los productos y servicios que adquiere el consumidor o usuario, esto fue una presión

para las naciones que las llevó a otorgarle un lugar preponderante al derecho del consumidor, dándole cabida en el ordenamiento jurídico interno, a través de estatutos en los que hubo participación de los sujetos de una relación de consumo.

1.1.1. Naturaleza jurídica del derecho del consumidor

Se plantea la discusión, si el derecho del consumidor pertenece a una rama del derecho, o simplemente como un sector del conocimiento jurídico, y según como lo establece el tratadista Juan Rivero: “puede afirmarse que surge una rama en el momento en que del conjunto de las comunicaciones jurídicas se desprende, un discurso jurídico especializado en la tematización de determinados problemas y que comienza a procesar y ganar información de su entorno con base en el establecimiento de diferencias que le son propias. Estas características, como ya se dijo se aprecian en el moderno derecho, por lo que nada se opone a que, desde esta óptica, se le considere como una rama del ordenamiento”.²

Con base en lo anterior, se puede afirmar que el derecho del consumidor puede pertenecer una rama del derecho en el sentido, que si bien se complementa de las otras ramas ampliamente reconocidas, como lo son el derecho laboral, el derecho mercantil, administrativo, penal, constitucional e internacional, posee una especialidad que lo hace acreedor a considerar a este derecho como una rama importante y que le otorga una especial regulación propia en el ordenamiento jurídico.

Por otra parte se tiene la corriente que sostiene que el derecho del consumidor es un sector del conocimiento jurídico, es decir: “El derecho del consumidor procesa y gana información por medio del establecimiento de diferencias que le son propias, por ejemplo, la diferencia empresario (o comerciante, o proveedor)/consumidor. Y esta

² Rivero Sánchez, Juan Marcos. **¿Quo vadis derecho del consumidor?**, pág.19.

información se condensa, sin lugar a dudas, en un nuevo sector del conocimiento”³. Frente a la naturaleza jurídica del derecho del consumidor, existen muchas concepciones respecto al derecho del consumo, de diferentes autores y puntos de vista y que por ello no signifique que se confronten, sino que por el contrario llegan a complementarse, convirtiéndose de esta manera en una rama del derecho y al tiempo mereciendo el reconocimiento como ciencia del conocimiento jurídico.

1.1.2. Derecho del consumidor y el interés general

En el derecho del consumidor, existe la idea de que todos los ciudadanos por el simple hecho de hallarse en una sociedad de consumo, se convierten en consumidores, generando de esta manera el concepto en que el derecho del consumidor es equiparable a un derecho del ciudadano, y por lo tanto el interés general hace su aparición para otorgarle un nivel especial, un nivel social a la protección que debe serle reconocida.

Teniendo en cuenta el gran impacto e importancia que ejerce el derecho del consumo en la sociedad, y que se evidencia en el hecho que sea tenido como una rama de derecho, y afecta todos los niveles de la vida en las sociedades modernas, es decir, está presente en las relaciones no solamente jurídicas, sino también en las relaciones comerciales, culturales, políticas y sociales, y es así como su control y normativa debe ser construido por todos los sectores partícipes en las relaciones económicas de un Estado.

³ **Ibid**, pág. 35.

1.2. Antecedentes de los usuarios y consumidores

“Inicialmente durante la época primitiva se puede afirmar que no existían consumidores, ya que los frutos no eran adquiridos por un tercero, el hombre recolectaba sus propios alimentos, vivía de la naturaleza sin transformarla: cazando animales, pescado, etc., para satisfacer sus necesidades, el conseguir frutos era lo que le permitía hacer sentir su presencia en el mundo.”⁴

A través de la historia, el hombre a pesar de encontrar la dificultad de convivir con los demás, se ha caracterizado por tener una esencia social, económica, política, cultural y jurídica que le ha permitido interrelacionarse con sus semejantes, por su misma necesidad ha ido produciendo e incentivando medios para satisfacer sus necesidades básicas, lo cual da lugar a generar vínculos comerciales, entendiéndose estos como la obligación de los pueblos y de sus integrantes, de producir e intercambiar bienes y servicios para satisfacer de esta manera sus necesidades vitales, a través de lo que se conoce como trueque y es así como surge la evolución del comercio y consumo, la cual se expande por todo el mundo, hasta nuestro días.

Teniendo en cuenta la relación anteriormente enunciada, surgen dos figuras en dicho trato, como son el productor, distribuidor o proveedor de bienes y el sujeto que tiene la necesidad de aprovechar tal bien, creándose de esta manera la figura del consumidor, quien es el destinatario de toda relación comercial y jurídica, y que es el último en la escala jerárquica del objeto industrial y comercial. Por lo cual surge la preocupación por la protección del usuario y consumidor, porque éste es el que adquiere el producto o usa el servicio.

⁴ Investigaciones Educativas de la Editorial Santillana. **Estudios sociales**, pág. 75

1.3. Sujetos de la relación de consumo

Para comprender quien es usuario, consumidor y proveedor es necesario que se estudie su concepto tanto doctrinario como legal y su participación en el consumo.

a. usuario

Acerca del usuario existen varias definiciones. Se dice que usuario es: “El que usa con frecuencia una cosa o es cliente de un servicio”⁵. “Dícese del que tiene derecho de usar hasta cierto punto de la cosa ajena. El que usa habitualmente una cosa”⁶. “Que usa algo ordinariamente. Derecho titular del derecho real de uso”.⁷

El diccionario de la Real Academia Española define el concepto de usuario con simpleza y precisión: “un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín usuarios, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público”⁸.

El concepto legal de usuario esta regulado en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario Decreto Número 06-2003, del Congreso de la República de Guatemala en el Artículo 3 inciso k) establece: “Toda persona individual o jurídica que adquiere a título oneroso o por derecho establecido legalmente, servicios prestados o suministrados por proveedores de carácter público o privado”.

⁵ Ossorio, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales**, pág. 770.

⁶ García Pelayo, Ramón y Gross. **Pequeño larousse ilustrado**, pág. 921.

⁷ **Diccionario enciclopédico rezza color**, pág. 1032.

⁸ Real Academia Española. **Diccionario de la lengua española**, pág. 56.

De lo anterior se define que usuario es toda aquella persona individual o jurídica, pública o privada, que utiliza los servicios que otra persona llamada proveedor, le presta para satisfacer sus necesidades, ya sea pagando un precio o no por ellos.

b. Consumidor

En cuanto al concepto de consumidor, el tratadista Berkemeyer dice: “que en la época antigua se consideraba consumidor a quien adquiriría cualquier clase de producto. Posteriormente, se amplió ese concepto con la incorporación del usuario al sistema de protección de normas que originariamente se refería sólo al consumidor.”⁹

Según el Diccionario de términos de economía consumidor es: “individuo que hace uso final de los bienes y servicios que produce la economía de un país para la satisfacción de sus necesidades”.¹⁰

En este sentido, Cristian Piris define al consumidor, básicamente como: “toda persona física o jurídica que adquiere bienes (cosas o servicios) como destinatario final de los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado. En otras palabras es el último eslabón en la cadena de producción, distribución y comercialización”.¹¹

Mientras que el Diccionario jurídico Espasa dice que: “puede entenderse por consumidor, el destinatario de bienes y servicios. En este sentido, evidentemente, consumidores son la totalidad de la población de un país”.¹²

⁹ Berkemeyer, Hugo. **Protección jurídica del consumidor**, pág. 20

¹⁰ Espinoza, Joaquín, **Diccionario de términos de economía**, pág. 54.

¹¹ Piris, Cristian Ricardo. **Evolución de los derechos del consumidor**, pág. 2

¹² **Diccionario Jurídico Espasa**, pág. 401.

La definición de consumidor, puede enmarcarse como sinónimo de destinatario final según el autor Gabriel Stiglitz como: “la persona individual o jurídica ubicada al agotarse el circuito económico y que, a través del consumo o del uso pone fin a la vida económica del bien o servicio”¹³. Entendiéndose como la persona que ocupa el último lugar en la cadena de producción y distribución, y es el que realiza el consumo.

En el aspecto legal existe una definición del consumidor en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en el Artículo 3 literal c y lo define así: “Persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza”.

El término consumidor es muy usado en la ciencia económica, aunque hoy en día forma parte también del lenguaje jurídico. Es por eso que la ley lo define para efectos jurídicos. Para los economistas, consumidor es un sujeto de mercado que adquiere bienes o servicios para destinarlos a su propio uso personal o colectivo, para satisfacer necesidades de tipo personal o familiar.

De las definiciones expuestas anteriormente, se entiende que el consumidor es aquella persona individual o jurídica, pública o privada, que se aprovecha de los productos, mercancías y servicios que alcancen a satisfacer sus necesidades o que necesita equilibrar la relación comercial entre quien vende y el que adquiere, a cambio de pagar un precio justo por los mismos y que los recibe de otra persona llamada proveedor. También se puede decir que consumidor es aquella persona que piensa comprar o ha consumido un producto determinado, eligiéndolo entre los de la competencia. Esto implica que el

¹³ Stiglitz, Gabriel. **Defensa de los consumidores de productos y servicios**, pág. 39.

producto que se acerque mejor a las preferencias de un individuo determinado estará en una mejor posición a la hora de convertir a este individuo en un cliente.

c. Proveedor

Es la contraparte del comercio, también posee derechos que son regulados sin perjuicio de las garantías que constitucionalmente le son reconocidas como la libertad de industria y comercio, la obtención de ganancias, entre otros. Una de las tantas obligaciones para con el consumidor y para con el Estado, se encuentra en el libro de quejas, que constituye el medio físico a través del cual el consumidor o usuario puede hacer del conocimiento del proveedor, un acto que cause perjuicio, y de esta manera buscar una solución al mismo.

El proveedor puede ser una persona física o jurídica que de manera habitual o periódica, materializa la prestación de productos y servicios. Por consiguiente, el proveedor es aquella persona natural o jurídica que realiza de forma habitual, actividades de producción, fabricación, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, cobrando un precio por ellos, por lo tanto la obligación del proveedor es dar información completa y exacta sobre los productos y servicios que presta, garantizando el suministro de éstos.

El diccionario de la Lengua Española, define al proveedor como: “aquella persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etc.”¹⁴

¹⁴ Real Academia Española. **Diccionario de la lengua española**, pág. 1,683.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003, en su Artículo 3 inciso g), define al proveedor como: “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”. Por lo cual los proveedores de una empresa o entidad son todos aquellos que le proporcionan a éstas los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación de comercio diario.

1.4. Constitución Política de la República de Guatemala

Hace algunos años, se pensaba que el problema de la protección al consumidor, no concernía sino a países desarrollados, a sociedades de consumo donde la existencia de múltiples y poderosos comerciantes privados, y la intensa actividad comercial en que participan los ciudadanos requiere de la intervención del Estado para la protección de éstos últimos ante los primeros.

El Estado Guatemala, ha estado orientado a este fin y la actual Constitución Política de la República de Guatemala, aprobada el treinta y uno de mayo de mil novecientos ochenta y cinco, entre las disposiciones que se refieren a la protección de los consumidores y usuarios, hace referencia a que el Estado de Guatemala se fundamenta en los principios de justicia social, y 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.

Por lo cual la Constitución Política de la República como ley fundamental, dispone de un marco legal que desarrolla y promueve los derechos de los consumidores y usuarios

de manera equitativa en relación a los proveedores. El ilustre Licenciado Ramiro de León Carpio indicaba que la Constitución es: “La ley más importante a cuyo alrededor giran las demás leyes de la República. Es la ley fundamental que sirve para establecer los principios y los derechos de los guatemaltecos y para establecer la organización jurídica y política del Estado de Guatemala”¹⁵. La Constitución entonces, es una ley suprema del ordenamiento jurídico guatemalteco, es la ley principal de la República, porque todas las normas contenidas en ella se desarrollan por otras leyes, sin que la disminuyan, contraríen o tergiversen.

El Artículo 1 de la Constitución Política de la República de Guatemala regula: “El Estado de Guatemala se organiza para proteger a la persona y a la familia; su fin supremo es la realización del bien común”. La finalidad principal es el bien común, porque debe perseguir objetivos generales y permanentes, nunca fines particulares.

El Artículo 2 establece: “Es deber del Estado garantizarle a los habitantes de la República la vida, la libertad, la justicia, la seguridad, la paz y el desarrollo integral de la persona”. Al referirse a los deberes del Estado respecto a los habitantes de la República, le impone la obligación de garantizar no solo la libertad, sino también otros valores, como son los de la justicia y el desarrollo integral de la persona. Y en este caso la seguridad jurídica que se debe tener para los derechos y protección de los consumidores, es la confianza que tienen estos, hacia el ordenamiento jurídico, es decir, hacia el conjunto de leyes que garantizan su seguridad.

El Artículo 43 regula la libertad de industria, comercio y trabajo: “Se reconoce la libertad de industria, de comercio y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes”. El comercio es entendido en esta norma, como una actividad lucrativa que ejerce cualquier persona física o jurídica,

¹⁵ De León Carpio, Ramiro. **Catecismo constitucional**, pág.35.

publica o privada, intermediando directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objetivo de facilitar y promover la circulación de las riquezas. Con las excepciones a las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes. Como puede apreciarse así establece la norma, lo cual solo mediante leyes, dictadas por el Congreso de la República, puede restringirse la actividad de comercio.

Y el marco legal que regula la relación de consumo y los derechos de los actores involucrados en esta relación, se estructura a partir del precepto contenido en la literal i) del Artículo 119 que regula las obligaciones fundamentales del Estado y establece: “La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos...”. En este artículo se protege la salud y la seguridad de los consumidores y usuarios. En base a lo anterior la Constitución Política de la República de Guatemala garantiza el derecho de los consumidores, y estos derechos son de rango constitucional. Por lo cual esta norma constitucional, constituye un verdadero estatuto de derecho y obligaciones que se complementa con las demás leyes, que resultan aplicables a las relaciones de consumo y en particular con la Ley al Consumidor y Usuario.

1.5. Derecho nacional

Anteriormente se mencionó lo referente a la protección de los usuarios y consumidores a nivel constitucional. En cuanto a las normas ordinarias vigentes que regulan todo lo relativo a los derechos de los consumidores y usuarios, y protección a la economía nacional, se encuentran los siguientes cuerpos legales:

a. Ley de Protección al Consumidor y Usuario Decreto Número 06-2003

Esta normativa es la más importante que existe actualmente en materia de protección de los derechos de los consumidores y usuarios. En el Artículo 1 de esta Ley, regula el objeto el cual es: “Esta ley 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. Las normas de esta Ley son tutela de los consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden publico”.

b. El Código Civil Decreto Ley 106

En esta ley regula todo lo relativo a las personas tanto físicas como individuales, se relaciona con los derechos de los consumidores, en los siguientes artículos: Artículo 1520 relativo a los contratos de adhesión, que regula los servicios que se ofrecen al público. En el Artículo 1629 que establece la oferta al público: “La persona que ofrezca al público objetos en determinado precio, queda obligada a sostener su ofrecimiento.”

En el Artículo 1790 del mismo cuerpo legal se encuentra regulado el contrato de compraventa, esto se relaciona porque tanto el vendedor como el comprador, convienen en el objeto y precio como elementos materiales con fines de lucro. Y en el Artículo 1809 que contiene las disposiciones acerca de las obligaciones del vendedor, y en dónde se le garantiza al comprador la pacífica y útil posesión de la cosa. Para ser efectivo los derechos del comprador el Artículo 1543 de este ordenamiento jurídico establece: “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”.

c. Código de Comercio Decreto Número 2-70

Esta ley regula todo lo relacionado al comercio nacional y todas las relaciones que se dan dentro del mismo, protege el derecho del consumidor en los siguientes artículos: El Artículo 361 en relación a la prohibición de monopolios, establece 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.

El Artículo 362 regula la competencia desleal que establece: “Todo acto o hecho contrario a la buena fe comercial o al normal y honrado desenvolvimiento de las actividades mercantiles, se considerará de competencia desleal y, por lo tanto, injusto y prohibido.” Esto se complementa con el Artículo 363, que se refiere a las disposiciones de los actos sobre competencia desleal.

d. Ley de Propiedad Industrial Decreto Número 57-2000

Esta ley puede clasificarse dentro de las leyes de protección al consumidor, debido a que parte de su objeto es la protección, estímulo y fomento a la creatividad intelectual que tiene la aplicación en la industria y el comercio. En el campo de comercio es necesario que las marcas, signos distintivos y señales de propaganda, estén protegidos contra los comerciantes sin escrúpulos que atribuyen a determinados productos las características que ampara una marca registrada y de la cual no tienen licencia para utilizar, perjudicando con ello al consumidor que adquiere productos que no reúnen las características de los productos originales que ampara la marca registrada

e. El Código de Salud Decreto Número 90-97

Contiene normas relacionadas con los derechos del consumidor, por lo cual se menciona los siguientes artículos: El Artículo 43 regula la seguridad alimentaria y nutricional; Artículo 49 establece lo relativo a la publicidad y consumo perjudicial; Artículo 50 regula la prohibición de venta y consumo de algunos medicamentos a los

menores de 18 años de edad; Artículo 128 establece el derecho a la población de consumir alimentos inocuos y de calidad aceptables; Artículo 129 establece la formulación de políticas y programas en donde se establece que el Ministerio de Salud, crea el Programa Nacional de Control de Alimentos.

El Artículo 130 del Código de Salud, 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 o registro sanitario de referencia de los productos y la evaluación de la conformidad de los mismos, vigilando las buenas prácticas de manufactura.

Y el Artículo 131 regula el registro sanitario. Lamentablemente estas normas no se hacen efectivas por la falta de conocimiento de los mismos consumidores y falta de divulgación por las autoridades encargadas de velar para que se cumpla con la normativa.

f. Código Penal Decreto Número 17-73

Este cuerpo legal regula las violaciones de algunos derechos de los consumidores, una de estas infracciones puede constituir un delito y por lo tanto el derecho de los consumidores se relaciona con esa normativa en los artículos contenidos en el Título X que regula los delitos contra la economía nacional, el comercio, la industria y el régimen tributario, capítulo I de los delitos contra la economía nacional y el ambiente, entre ellos los más importantes: El Artículo 340 establece el delito de monopolio; Artículo 341 contiene disposiciones de otras formas de monopolio; y el Artículo 342 que regula el delito de especulación.

1.6. Derecho internacional

Los derechos de los consumidores a nivel internacional, empezaron como un movimiento de consumidores que nace en los Estados Unidos en el año 1928 con la fundación de una organización denominada Unión de Consumidores. Posteriormente en el año 1942 se creó el consejo danés del consumidor en Dinamarca, extendiéndose a partir del año 1960 por distintos países del continente europeo, conformándose en Francia el Instituto Nacional del Consumo.

Sin embargo, la idea de identificar al consumidor como un grupo social definido al que debía brindarse una protección especial ocurrió a nivel mundial en la década de los años 60 y tuvo como corolario la primera ley de defensa del consumidor propiciada por el presidente John F. Kennedy, quien fue la primera persona que se refirió por primera vez al concepto de los derechos de los consumidores. Y quien decisivamente reconoció a los consumidores como un grupo económico determinado, al enunciar los siguientes principios básicos como: El derecho a la protección y seguridad, el derecho a ser informado, el derecho a la libre elección, y el derecho de ser escuchado. Y fue en esta década, específicamente a partir del año de 1963, que empezó una cultura del consumidor, con la influencia de un discurso del ex presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy, en el que declaró los derechos de los consumidores. Luego, este discurso se transformó en una realidad con la buena disposición de las Naciones Unidas, el 15 de marzo de 1985 fue declarado el día internacional del consumidor. De esta fecha en adelante, todos los países de la tierra celebran este día tan especial en conmemoración a los diez derechos de los consumidores.

Es a partir de ésta declaración que se observa un reconocimiento verdadero por los derechos y obligaciones de los consumidores, los cuales posteriormente fueron reconocidos y respaldados por las directrices para la protección del consumidor emitidas por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas el 9 de

abril de 1985, las que proporcionan a todos los países, en especial a los países en vías de desarrollo, guías para el fortalecimiento de la legislación para la protección del consumidor.

1.6.1. Derechos de los consumidores reconocidos por la Comunidad Europea

En cuanto a la legislación europea regula principios relativos a la protección de los consumidores, los cuales son de rigurosa aplicación en todos y cada uno de los Estados miembros de la Unión Europea. El Consejo de la Comunidad Económica Europea establece cinco categorías de derechos fundamentales del consumidor.

El Doctor Jorge Morais en su Libro Protección de los consumidores en la Unión Europea menciona estos derechos: “Los primeros documentos comunitarios que se refieren directamente a los consumidores surgen apenas a mediados de los años 70, como consecuencia de algunos movimientos internacionales. En 1972 la asamblea consultiva del Consejo de Europa formuló la carta europea de protección al consumidor luego plasmada en acciones concretas en el programa preliminar para una política de protección e información de los consumidores. El primer Programa de acción relativo a la protección de los consumidores fue presentado por la Comisión Europea en 1975, expresando cinco derechos fundamentales: derecho a la protección de la salud y la seguridad; derecho a la protección de los intereses económicos; derecho a la indemnización de los daños; derecho a la información y a la educación; y derecho a la representación. Desde entonces, varios documentos de índole programática han sido aprobados, el último de los cuales es la estrategia en materia de política de los consumidores, estando en preparación el Programa de Salud y Protección de los Consumidores”¹⁶

¹⁶ Moráis Carvalho, Jorge. **La protección de los consumidores en la Unión Europea**, pág. 34.

De lo anterior la Carta Europea fue el primer documento que reconoció los derechos de los consumidores; fue el modelo que sirvió de guía a los ordenamientos de los países miembros de la comunidad económica europea. El 14 de abril de 1975, el Consejo de las comunidades europeas aprobó el programa preliminar de la comunidad económica europea para una política de protección e información a los consumidores, que reordene en forma sistemática todas las iniciativas para la tutela del consumidor. En el programa se reconocieron cinco derechos fundamentales del consumidor, estos derechos fundamentales fueron confirmados por un segundo programa de una política de protección e información de los consumidores, adoptado por el Consejo de las comunidades europeas el 19 de mayo de 1981.

Los derechos fundamentales de los consumidores y usuarios que reconoce la Comunidad Europea son:

- Derecho a elegir: Esto trata de que el consumidor tenga derecho a la libre elección del bien que va a adquirir o del servicio que va a contratar.

- Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar la salud y la seguridad: Este derecho es considerado fundamental porque el consumidor debe ser protegido desde el primer momento de los riesgos que los productos o servicios adquiridos puedan causar daño en su vida, salud y seguridad. El consumidor debe ser informado sobre los riesgos en que pudiera incurrir si consume productos o servicios considerados nocivos o peligrosos contra su persona.

- Derecho a la información y educación: El consumidor tiene derecho a la adecuada educación y divulgación sobre las características de los productos y servicios ofertados en el mercado, así el consumidor puede comparar para luego tener la libertad de

decidir. El consumidor tiene el derecho de recibir todos los datos y características relevantes de los productos y servicios ofertados para poder realizar una elección informada. También el consumidor tiene derecho a la adecuada protección contra toda la publicidad engañosa y métodos comerciales desleales, lo cual se refiere a que productos y servicios se basen en una información cierta y no engañen al consumidor, el proveedor está obligado a proporcionar al consumidor información veraz que no se preste a engaño o confusión.

- Derecho a la protección de sus intereses económicos y sociales: Este derecho debe ser garantizado no solo respecto a normas que lo protegen como tal sino que se consideran de aplicación además las leyes civiles mercantiles y penales, que regulan el comercio y el régimen de autorización de cada producto o servicio. Los intereses económicos y sociales del consumidor deben ser respetados en todo momento desde la oferta de los productos o servicios, hasta su posterior promoción y publicidad.

- Derecho a la indemnización o reparación de los daños y perjuicios: Debido a que algunos derechos básicos de los consumidores no son respetados, este derecho cobra una mayor importancia que los demás. El consumidor tiene derecho a la efectiva prevención de los daños patrimoniales y morales. En el caso de que una relación de consumo cause daño al consumidor, el derecho a ser indemnizado lo ejerce éste por las vía administrativa y/o judicial. La indemnización persigue que el consumidor quede librado económicamente, tras haber sufrido un daño causado por la inobservancia de los derechos que tiene reconocidos como tal, siempre que la persona que haya causado daño sea responsable.

- Derecho de asociación: El consumidor tiene derecho a constituir asociaciones de consumidores con el objeto de la defensa y representación de los mismos. La libertad de asociación es un derecho reconocido universalmente.

- Derecho de audiencia, participación y representación: Todos los consumidores a través de las asociaciones deben ser oídos y consultados cuando se estén redactando reglamentos, leyes etc., sobre materias que afecten sus intereses.

-Derecho a recibir servicios públicos eficientes: El consumidor tiene derecho a la adecuada y eficaz prestación de los servicios públicos por sus proveedores, sean estos públicos o privados.

- Derecho al cumplimiento de lo ofertado: El consumidor tiene derecho a recibir el producto o servicio en el tiempo, cantidad y precio prometidos. El consumidor puede exigir al proveedor el cumplimiento cabal del producto o servicio ofertado en cuanto a las características y términos de lo prometido.

- Derecho a la protección en casos de subordinación o indefensión: éste es un derecho fundamental que consiste en que el consumidor se encuentra en inferioridad de condiciones con respecto al proveedor, fabricante, comerciante o importador, en lo que a información se refiere como a contratación.

1.6.2. Derechos de los consumidores reconocidos por la Organización de las Naciones Unidas

Históricamente, las directrices del consumidor nacieron a finales de los años 70, cuando el Consejo Económico y Social de la ONU admitió y reconoció que la protección del consumidor ejercía influencia sobre el desarrollo social y económico de un país. En los años 1977, 1979 y 1981, el Consejo pidió al Secretario General que elaborará un estudio sobre las instituciones y legislación vigente que regulan la protección del consumidor, incluyendo en su segundo y tercer estudio, propuestas de medidas sobre

la protección del consumidor y orientaciones generales que tomaran en cuenta especialmente las necesidades de los países en vías de desarrollo.

En 1983, el secretario general celebró reuniones con los representantes de gobiernos y entidades internacionales, presentando finalmente en dicho año ante el Consejo Económico y Social de la Organización de las Naciones Unidas, el primer proyecto de directrices para la protección del consumidor.

El 9 de abril de 1985 las Naciones Unidas mediante resolución número 39/248, aprobó por consenso las directrices para la protección al consumidor. Posteriormente, surgió una tendencia a incluir la cuestión del consumo sostenible en la temática de la protección del consumidor lo que motivó en 1998 que el Consejo Económico y Social formulara una propuesta para ampliar las directrices en la dirección de contemplar el desarrollo sustentable. La preocupación se centra en la racionalización de los hábitos de consumo. En esta nueva etapa se introducen deberes a cargo de los consumidores, ya que el objetivo no es sólo protegerlo de abusos sino preservar el medioambiente a los efectos de asegurar las posibilidades de acceso al consumo para las futuras generaciones de consumidores.

Estas directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, son ampliadas en el año de 1999. Básicamente estas directrices son: “Para la protección del consumidor son un conjunto internacionalmente reconocido de objetivos básicos, preparados especialmente para que los gobiernos de los países en desarrollo y los países de reciente independencia las utilizaran para la estructuración y fortalecimiento de políticas y leyes de protección del consumidor.”¹⁷

¹⁷ ONU. **Informe del secretario general de la ONU**, pág.2.

Estas directrices para la protección a los derechos del consumidor, son recomendaciones para que los gobiernos de los países en vías de desarrollo, cuenten con una orientación o una guía que les marque el rumbo hacia donde dirigir sus esfuerzos para formular, o mantener una política de protección a los derechos del consumidor y así proteger efectivamente a sus habitantes, garantizándoles la vida, salud y sus legítimos intereses económicos en la adquisición de bienes o servicios que satisfagan sus necesidades, ya que existe un desequilibrio entre el consumidor y el proveedor, en cuanto a la capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación que afrontan en las relaciones de consumo.

Estas directrices de la Organización de las Naciones Unidas sobre protección de los consumidores tienen los siguientes derechos:

- Derecho a ser abastecido: Cuando se realiza la práctica abusiva de la limitación de la producción, de los mercados o el desarrollo tecnológico, en perjuicio de los consumidores, en relación con mercaderías o servicios destinados a necesidades primarias, autoriza al Poder Ejecutivo a obligar a continuar con la producción, industrialización, comercialización, distribución o prestación de servicios, como también a fabricar determinados productos, dentro de los niveles o cuotas mínimas a fin de asegurar el abastecimiento.

- Derecho a ser escuchado y representado: Los grupos organizados de consumidores han asumido su representación, ya vigilando la producción y comercialización y sus calidades, peticionando ante las autoridades, inclusive las judiciales. En la realidad actual del mundo constituyen un grupo de presión de significativa importancia.

- Derecho a acceder a la jurisdicción: Consiste en la facultad que tiene el consumidor de acudir a los órganos jurisdiccionales o a los órganos administrativos según sea el caso.

- Derecho a ser protegido en la salud y en la seguridad: Consiste en un deber de seguridad que el fabricante asume frente al adquirente por los daños que el producto le pueda causar.

- Derecho a ser protegido en los intereses económicos: Se refiere a que el consumidor ha de contratar en condiciones equitativas a los bienes y servicios.

CAPÍTULO II

2. Funciones generales de la DIACO en relación a consumidores y usuarios

En este capítulo se desarrolla todo lo referente a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, como una única entidad en la actualidad, encargada de proteger los derechos de los consumidores. Así también las denuncias que se presentan ante dicha entidad, como medio que tienen las personas para hacer valer sus derechos.

2.1. Antecedentes históricos de la DIACO

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), fue creada como dependencia del Ministerio de Economía según el Acuerdo Gubernativo Número 425-95 con fecha 4 de septiembre del año 1995. Actualmente la DIACO tiene la responsabilidad de defender los derechos de los consumidores y usuarios. El Congreso de la República de Guatemala aprobó el Decreto Número 06-2003 Ley de Protección al Consumidor y Usuario, habiendo sido publicado en el Diario de Centro América el día 11 de marzo del año 2003, y entró en vigencia el 26 de Marzo del 2003. El objeto de esta Ley es promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios y las obligaciones de los proveedores.

El 10 de diciembre del 2003 se publicó el Acuerdo Gubernativo Numero 777-2003 que contiene el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, entrando en vigencia el 22 de diciembre del año 2003. Su objetivo es desarrollar las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, a efecto de regular la estructura administrativa y el funcionamiento de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, así también preceptúa que la DIACO procurará que las relaciones entre

proveedores, consumidores y usuarios se lleven a cabo con apego a la leyes en materia de protección al consumidor.

2.2. Antecedentes de la protección al consumidor en la legislación guatemalteca

El tema de protección al consumidor adquirió importancia en el año 1985, cuando se emitió la primera Ley (Decreto Ley 1-85 del Jefe de Estado General Oscar Humberto Mejía Víctores, de fecha 14 de enero de 1985), Ley de Protección al Consumidor cuyo objetivo era el de desarrollar, por parte del Estado, la defensa de los derechos e intereses de los consumidores, en un marco de política económica regulada por el Estado. Por ende, su objetivo era el de controlar y evitar el alza inmoderada en los precios de los productos y servicios esenciales para la población del país y establecer los delitos económicos y las sanciones correspondientes, en el caso del incumplimiento por parte de los proveedores, de los preceptos y la normativa que dicha Ley contemplaba. El objeto de esta ley era controlar y evitar el alza inmoderada en los precios de los productos y servicios esenciales para la población del país; así como establecer los delitos económicos y las sanciones correspondientes.

La legislación de 1985 consideraba que era urgente dictar las medidas apropiadas para controlar y evitar el alza inmoderada que se ha producido en los precios de los productos y servicios esenciales. Dicha legislación era de aplicación para toda persona individual o jurídica que cometa actos de especulación, acaparamiento, alza inmoderada de precios, variación de peso, medida o calidad en los productos y servicios esenciales, no anunciados, los cuales eran tipificados como delitos económicos.

Luego de establecer un gobierno constitucional en el poder y creyendo necesario reestructurar las instituciones, se dispuso a través del Decreto 93 del Congreso de la

República de Guatemala, Ley del Organismo Ejecutivo, de fecha 27 de abril de 1945, crear el Ministerio de Economía y Trabajo, que en su Artículo 16 le asignaba las atribuciones a desarrollar en dicho ministerio para coadyuvar al desempeño adecuado del Ministerio de Economía.

2.3. La función y atribuciones de la DIACO

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), tiene como principal función la defensa de los derechos de los consumidores y usuario y educarlos acerca de sus derechos y obligaciones.

Sus atribuciones se encuentran contenidas en el Artículo 54 del Decreto Número 06-2003. Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Y entre sus principales atribuciones se mencionan las siguientes:

a. Velar por el cumplimiento de los derechos de los consumidores y usuarios y de las obligaciones de los proveedores. Esto quiere decir que la DIACO debe desempeñar un papel imparcial y eficiente dentro de los conflictos o problemas que surjan entre los sujetos de la relación de consumo.

b. Promover programas educativos que permitan la capacitación para orientar al consumidor y usuario; así mismo, brindarles asesoría de forma gratuita. Esta atribución se refiere a que la DIACO, tiene la obligación de difundir ante la población consumidora por cualquier medio todos los derechos que tienen como tales y educarlos en cuanto a la forma en que pueden hacerlos valer y ante qué órganos pueden acudir.

c. Aplicar las sanciones administrativas establecidas en la Ley y publicar los resultados. Esta atribución es un poco difícil de llevar a cabo porque no se especifica el medio a través del cual se hará dicha publicación.

d. Llevar el registro de las organizaciones de consumidores y cuando sea posible de los proveedores de determinados productos o servicios. En cuanto a ésta atribución la DIACO, no ha podido cumplirla debido a que existen algunas organizaciones que no se encuentra inscritas en esta entidad.

e. La DIACO deberá establecer dependencias para cubrir las diferentes áreas del país y esto de acuerdo a sus posibilidades presupuestarias. El problema con el cual se enfrenta la dirección para cumplir con esta atribución es que no existe suficiente presupuesto para poder llevarlo a cabo.

2.3.1. Objetivos de la DIACO

Entre los objetivos generales se encuentran, que la DIACO deberá asistir los derechos e intereses del consumidor y usuarios en sus relaciones comerciales con los proveedores y prestadores de servicios.

Y entre los objetivos específicos se mencionan los siguientes: La DIACO procurará que las relaciones entre proveedores, consumidores y usuarios se lleven a cabo con apego a las Leyes en materia de Protección al Consumidor.

También la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, deberá atender al consumidor y usuario, orientándolo en todo lo relacionado a calidad, peso y demás características de los productos y servicios existentes en el mercado.

2.4. Síntesis de la ley de protección al consumidor y usuario

Una síntesis es un escrito donde se denotan las ideas principales de un texto. Por ello es necesario hacer un análisis del Decreto Número 06-2003, del Congreso de la República, de Guatemala, Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Ya que los intereses de los usuarios han sido regulados a través de varios cuerpos normativos, entre los que sobresalen los de relevancia de índole internacional, a través de la Organización de las Naciones Unidas y la Organización Mundial del comercio entre otros.

2.4.1. Estructura formal de la ley de protección al consumidor y usuario

A continuación se detalla el contenido de la ley, en su sentido formal, es decir como ley emanada por el Congreso de la República de Guatemala, en sus atribuciones constitucionalmente determinadas.

2.4.1.1. Parte considerativa

La ley de Protección al Consumidor y Usuario se divide en 4 considerandos que regulan y justifican el porqué se creó dicha ley, dos de los considerandos proyectan las disposiciones legales en las cuales el Estado se compromete a la protección del consumidor y usuarios, el cual lo preceptúa al establecer el Artículo 119 en su literal i), de la Constitución Política de la República de Guatemala, así como asumir un papel de

protector del consumidor, aprobado por la Asamblea General de Las Naciones Unidas, mediante resolución número 39/248 del 9 de abril de 1985.

Los últimos dos considerandos hacen alusión a la finalidad del régimen económico y social de los guatemaltecos, que consiste en la elevación del nivel de vida de todos los habitantes del país y procurar el bienestar de la familia, y la eficacia del ordenamiento jurídico guatemalteco.

- **Capítulos**

Esta ley está dividida en 9 capítulos los cuales desarrollan los sujetos y objetos del derecho del consumidor y usuario, los primeros artículos desarrollan el objeto, ámbito de aplicación y definición de cada uno de los conceptos a utilizar dentro de la ley.

- **Sujetos**

En cuanto a los sujetos como elementos personales de la relación de comercio y consumo, la Ley regula lo siguiente:

- a. El consumidor y usuario

Se establecen en general los derechos que estos poseen en cuanto a la obtención de bienes y servicios, bajo reglas claras y equitativas en los precios y la calidad del producto, regula las obligaciones del consumidor hacia el proveedor, como el pago de los bienes o servicios obtenidos. Así mismo señala la forma de organización de los consumidores, y usuarios y proveedores a efecto de proteger los intereses de cada uno.

b. Proveedores

Estos también poseen derechos y la ley señala los mismos, regulados sin perjuicio de las garantías que constitucionalmente se les reconocen, entre las cuales se pueden mencionar la libertad de industria, y comercio, la obtención de ganancias. Regulando las obligaciones que estos adquieren con el consumidor y usuario de productos, así como los derechos que nacen para con el estado.

La ley señala que los proveedores deben de llevar un libro de quejas el cual sirve para hacer del conocimiento tanto del proveedor, como de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, el acto que causa perjuicio, y de esta manera solucionar el problema.

Es oportuno mencionar la falta de cultura en la protección de los consumidores, por lo que dentro de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor regularmente, se presentan varias situaciones en cuanto a la prestación del servicio público, siendo estas las siguientes:

- Quejas por el servicio público prestado tanto de la iniciativa privada, como de la iniciativa pública por servicios mal prestados.
- Desconocimiento de la normativa en materia de protección al consumidor y usuario.
- Denuncias en cuanto a prestaciones de servicios en contra de proveedores, las cuales son muchas y de las cuales pocas encuentran solución.

- **Objeto**

El Artículo 1 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario señala el objeto de la ley y preceptúa lo siguiente: “Esta Ley 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. Las normas de esta 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”. Dicho artículo señala y engloba las funciones que la ley protege y del cual los consumidores adquieren derechos por ser la parte más débil dentro de la relación comercial, gozando de garantías mínimas que lo protegen y tutelan.

En virtud que la finalidad de la ley ,es la protección al consumidor y usuario en relación con el proveedor, el objeto de dicha relación es la obtención de bienes y servicios, por lo que el capítulo III, de dicho cuerpo normativo establece treinta y cuatro artículos en cuanto al manejo de dichos bienes y servicios.

Con respecto a estos bienes, el Artículo 3 en su literal b) de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece que los bienes: “Son las cosas que por sus características pueden ser apropiables y enajenables”. Es decir aquellas cosas que son o pueden ser objeto de apropiación y que las mismas se clasifican en muebles e inmuebles, al igual que lo que establece el Artículo 44 del Código Civil guatemalteco.

Y en cuanto a los servicios, se definen en el Artículo 3 literal i) de la Ley de protección al consumidor y Usuario que establece: “prestación destinada a satisfacer necesidades e intereses del consumidor o usuario y que se pone a disposición por el proveedor”. Por lo que la normativa busca regular desde los precios, la forma de medir el servicio, hasta la indemnización debida por el incumplimiento del mismo.

Además la normativa protege al consumidor reglando las normas básicas a observar en la elaboración de los contratos de adhesión, ya que las condiciones son establecidas unilateralmente por una de las partes (el proveedor), sin que la otra pueda discutir o contraer en el momento de contratar.

El principal problema que plantea los contratos de adhesión es el relativo a la validez del consentimiento. Las empresas que venden el bien o prestan los servicios ofrecen el mismo a través de un contrato innegociable, y el consumidor debe de elegir entre aceptar el bien con todas sus cláusulas o no hacerlo, esto provoca dudas en cuanto al consentimiento por parte del consumidor.

En los servicios públicos por ejemplo el servicio de agua, combustible etc. El consumidor no tiene ninguna opción de negarse a firmar las condiciones de suministro, dado que no tiene otra opción para conseguir el servicio. (Existiendo un monopolio).

Muchas veces el consumidor compra un producto pero realmente es muy poco frecuente que las cláusulas del contrato lo beneficien o no, o se encuentran redactadas de forma oscura y ambigua, esto ha acarreado muchos problemas jurídicos. Se dan algunas soluciones legales entre las que se mencionan:

- Se admite que el contrato de adhesión es válido. Cualquier otra acción provocaría la paralización del mercado, y se entiende que este es una necesidad, sin embargo se denota la debilidad del consumidor en cuanto a derechos.

- Las vías a través de las cuales se protege al consumidor son mediante la prohibición de

cláusulas abusivas, las que son nulas de pleno derecho.

- Algunos casos la comercialización de productos esenciales se regulan directamente por el estado mediante normas imperativas.

- Los procedimientos legales de solución de conflictos entre proveedores, consumidores y usuarios, se dirimen a través del árbitro.

▪ **Órgano controlador**

Es el Estado que al comprometerse a dar este tipo de protección al consumidor y usuario, creó un órgano administrativo encargado de velar por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el cuerpo normativo, creando La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, establecido en el Artículo 53 de la presente ley. El cual establece: “Se crea la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor como una dependencia del Ministerio de Economía, que gozará 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”.

Esta entidad tiene como función principal la de vigilar para que la oferta de los productos y servicios, se enmarque bajo los principios de la economía del mercado, es decir, que para tomar una decisión como una economía social de mercado es importante tener en mente que ningún bien mueble, inmueble, de uso, de consumo o la prestación de un servicio que se recibe, debe ser gratis, por todos los bienes y servicios que se reciben, se deben de pagar.

Sin embargo que bajo los pocos principios económicos, se afirma que el Estado de Guatemala en general posee poco desarrollo normativo en cuanto a controlar los precios de la economía de mercado y mucho menos posee los mecanismos de control que verifiquen la no competencia dañina entre los mismos proveedores o la planificación fiscal y financiera que perjudica directamente el capital del Estado.

- **Régimen sancionatorio**

El Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República, Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece y regula la diversidad de acciones u omisiones que en esta materia se consideran una infracción. Doctrinariamente una infracción es: “Transgresión, violación o quebrantamiento de alguna ley, pacto o tratado. Toda persona es responsable de las infracciones que comete, y por tanto en las penas respectivamente señaladas o en la obligación de resarcir los daños y perjuicios así ocasionados.”¹⁸

El Artículo 68, de la Ley de Protección al consumidor y Usuario establece lo relativo a la infracción que es: “Toda acción u omisión por parte de proveedores y consumidores y/o usuarios u organizaciones de consumidores y usuarios que implique violación de normas jurídicas sustantivas en esta materia o el abuso del ejercicio de los derechos y obligaciones que establece la presente Ley, constituye infracción sancionable por la Dirección, en la medida y con los alcances que en ella se establecen. Los funcionarios y empleados de la Dirección que en ejercicio de sus funciones tengan conocimiento de la comisión de un hecho que pueda ser constitutivo de delito, deben denunciarlo inmediatamente a la autoridad competente, bajo pena de incurrir en responsabilidad”. Este artículo establece la infracción así como los lineamientos que se deben de seguir

¹⁸ Ossorio, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales**, pág. 515.

si se irrumpe la misma, así como las sanciones relacionadas que van desde el apercibimiento hasta la imposición de multas establecidas en la ley.

- **Procedimiento administrativo**

El procedimiento administrativo, está sujeto a un conjunto de lineamientos de las normas básicas, que la administración y sus funcionarios están obligados a cumplir. La Dirección actuará de oficio o por denuncia de consumidores o usuarios agraviados, o de parte interesada, para asegurarse de que las infracciones a la Ley sean debidamente sancionadas.

Para la resolución de los conflictos y controversias que surjan entre proveedores y consumidores o usuarios, que puedan constituir infracción a la presente Ley, se establecen los siguientes procedimientos:

- a) Arreglo directo conciliatorio entre las partes
- b) Arbitraje de consumo
- c) Procedimiento administrativo

Todas las actuaciones del procedimiento administrativo se asentarán en actas. En relación a la aplicación de sanciones se formula una serie de presupuestos legales, entre los cuales deben encuadrarse la aplicación de la normativa sancionatoria. Las cuales son:

- Prohibición de doble sanción.

- Promoción de la educación del consumidor, como razón de ser de los fondos obtenidos.
- Extinción de la responsabilidad por infracciones y sanciones, la cual se extingue por cumplimiento, prescripción o conciliación.

- Prescripción de responsabilidad por tres años.

▪ **Disposiciones transitorias y finales y el reglamento**

La parte final de la ley consigna en el Artículo 107 que literalmente dice: “En el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la presente Ley, el Congreso de la República deberá emitir la disposición legal pertinente para que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se convierta en Procuraduría de la Defensa del Consumidor y del Usuario”. Con esta norma la ley busca la creación de una institución especializada que promueva y proteja los derechos de los consumidores y usuarios, fomentando el consumo inteligente y así procurando la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Así mismo dicha normativa establece en el Artículo 110, la creación del reglamento, por parte del Ministerio de Economía.

La estructura jurídica del Acuerdo Gubernativo Número 777-2003, Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Se compone de 55 artículos y de 15 capítulos que establecen cada aspecto de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario; define los conceptos, los requisitos indispensables para la inscripción y registro de las organizaciones de consumidores y usuarios. Dentro del tercer capítulo desarrolla varias cuestiones que les competen a los proveedores como lo son:

- a. Devolución o reclamo por pagos indebidos.
- b. La creación del Departamento de Vigilancia y Verificación.
- c. La no discriminación a consumidores.
- d. Pruebas de funcionamiento para aquellos productos que sean susceptibles a ello.
- e. Cumplimiento de las normas de la Organización Internacional de la Mitología Legal y la Comisión Electrotécnica Internacional.
- f. Autorización, requisitos supervisión y custodia del libro de quejas.

Con el objeto de la ley, el reglamento lo complementa estableciendo la relación entre el proveedor y consumidor. Así podemos ver que la prestación de servicios se ve normada reglamentariamente, en el derecho del proveedor y consumidor.

De lo anterior se hace una síntesis de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, en cuanto a las funciones de la DIACO, así como de la figura del consumidor, usuario y proveedor, sin dejar a un lado que de lo expuesto podemos analizar que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) no cumple a cabalidad con lo que el Decreto Número 06-2003 fue creado ya que, la dispersión de legislación vigente que regula el sistema económico guatemalteco es ineficaz y en muchos casos inoperante, contrario a los intereses de los consumidores o usuarios y no responde a las características de una economía moderna, abierta y dinámica. Por lo que es necesario disponer de un marco legal que desarrolle y promueva en forma efectiva los derechos y obligaciones de los consumidores y usuarios, de manera equitativa en relación a los proveedores, con el fin primordial de protegerlos y de allí devenir la necesidad de crear

la ley que regule el servicio de atención al cliente en el ordenamiento jurídico guatemalteco.

2.5. Denuncias por parte de los consumidores y usuarios

Para hacer acopio al presente capítulo, sobre las denuncias presentadas ante la DIACO, es necesario diferenciar los términos queja, reclamo y denuncia.

El diccionario de la Real Academia de la lengua Española define queja y prescribe que es: “Acusación ante juez o tribunal competente, ejecutando en forma solemne y como parte en el proceso la acción penal contra los responsables de un delito”.¹⁹

El Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, en el Artículo 2, literal f), define queja como: “Acusación por escrito ante la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), quien llevará a cabo un proceso administrativo contra los responsables de la violación de los derechos de los consumidores y usuarios”.

Por lo anterior se entiende que queja, es presentar las inconformidades a la autoridad administrativa que corresponda, por los daños, perjuicios o violaciones que causen los prestadores, distribuidores o proveedores de productos o servicios, a los consumidores y usuarios.

En cuanto la palabra reclamo, según el diccionario de Manuel Ossorio lo define como: “El hecho de acudir ante una autoridad para que reconozca a favor del reclamante o de terceros la existencia de un derecho”.²⁰

¹⁹ Real Academia Española, **Ob. Cit**; pág. 1874.

²⁰ Ossorio, **Ob. Cit**; pág. 838.

El reclamo se puede conceptualizar como aquella, reclamación que presenta el consumidor y usuario, afectado por algún acto o hecho, por parte de los prestadores, distribuidores o proveedores del producto o servicio, y que estos actos o hechos, sean contrarios a las normas establecidas para su protección.

El diccionario de la Real Academia de la lengua Española, define denuncia como: “Dar a la autoridad judicial o administrativa parte o noticia de una actuación ilícita o de un suceso irregular”²¹.

En cuanto a la definición legal de denuncia, el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, en el Artículo 2, literal e), establece que: “Es la acción, de palabra o por escrito ante un funcionario, que se sustancia a la autoridad competente por haberse cometido algún delito o falta, con la obligación de perseguirlo. La palabra denuncia que aparece en los artículos 9 literal h), 54 literal g) y 77 de La Ley de Protección al Consumidor y Usuario se entiende como sinónimo de queja”.

La denuncia es entonces, la declaración de forma escrita o verbal, que efectúan los consumidores o usuarios, para poner en conocimiento del Juez, Ministerio Público o la Policía, hechos que se consideran pueden constituir delito o falta.

Al haber definido dichos términos es necesario hacer mención, que los usuarios a diario presentan un sin número de denuncias, de las cuales no se hacen efectivas generalmente por muchas causas. El periódico Prensa libre publicó una nota de fecha veinticuatro de febrero del año dos mil doce, en la cual hacen ver que los usuarios presentan 384 quejas de mal servicio en distintas ramas de la actividad económica del

²¹ Real Academia Española, **Ob. Cit**; pág. 748.

país, estas fueron presentadas por usuarios en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), durante enero último del presente año.

En dicha ocasión Mónica Gramajo, directora actual de la DIACO, indicó que el 53 por ciento de las quejas corresponde a denuncias de consumidores contra comercios, 16 por ciento está relacionado al servicio de energía eléctrica y 8 por ciento se refiere a la industria de la telefonía celular.

La Directora Mónica Gramajo, agregó que las otras actividades que presentan más denuncias son el servicio de agua potable, los colegios, las tarjetas de crédito y la proveeduría de Internet.

Según la DIACO, de las 384 quejas se documentaron 248 casos; de estos se han resuelto 191, ya sea por mediación, conciliación o procedimientos administrativos.

Porcentaje de quejas de enero a mayo del año dos mil doce:

- Comercio con un total de 98 quejas
- Colegios con un total de 68 quejas
- Servicios telefónicos con un total de 77 quejas
- Telefonía celular con un total 214 quejas
- Energía eléctrica con un total de 237 quejas
- Servicio de agua con 98 quejas
- Construcciones con un total de 25 quejas
- Servicio de Internet con un total de 81 quejas
- Tarjetas de crédito con un total 58 quejas
- Servicio de cable con un total de 23 quejas

- Distribuidor de gas con un total de 7 quejas
- Combustibles con un total de 26 quejas
- Tiempos compartidos con un total de 81 quejas
- Otros con un total de 108 quejas.

Datos verídicos de la propia Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, el cual refleja la cantidad de denuncias que presentan los consumidores, y de las cuales pocas tienen solución, o son resueltas de manera ineficiente.

En cuanto a las resoluciones emitidas por quejas entre los meses de enero a mayo del presente año están:

- Conciliación con un total de 587
- Mediaciones con un total de 166

De lo expuesto podemos analizar que la DIACO, realmente no cumple con la función que le fue encomendada al crearla, por ello la necesidad de crear un marco normativo, que regule el servicio de atención al cliente con carácter obligatorio en el ámbito tanto de instituciones públicas, como de instituciones privadas en el ordenamiento jurídico guatemalteco.

2. 6. Estudio de derecho comparado

El derecho comparado latinoamericano comprende ciertas medidas cautelares no previstas en la legislación, al menos de un modo general. Estas medidas son la anotación de la litis, la inhibición general de bienes y la prohibición de innovar. A través

del análisis de estas leyes son muchos los países que cuentan con normativas que establecen medidas preventivas que garantizan la protección necesaria a los consumidores y usuarios como se verá más adelante en el presente estudio.

Se tomará en cuenta solo lo relativo a los artículos que se refieren a las medidas de seguridad de los países siguientes:

a. Venezuela

Este país cuenta en materia de derecho de consumo con una legislación bastante avanzada, es así como la siguiente normativa, es la que rige para lo relativo a las medidas de prevención.

La Ley de Protección del Consumidor de Venezuela en el Artículo 17 preceptúa "Adopción de medidas. Para la protección y satisfacción del derecho establecido en el artículo anterior, las autoridades competentes adoptarán las medidas apropiadas, dirigidas a garantizar:

-La exposición pública y visible a los consumidores de los precios y tarifas junto a los productos ofertados y asociados a las modalidades de servicio que se ofrecen.

-La elección, por parte del usuario o consumidor, de la forma de pago que más le convenga dentro de las posibilidades ofrecidas por el vendedor o prestador del servicio.

-La entrega de recibo o documentación acreditada de las operaciones realizadas debidamente desglosadas según el caso.

-La exactitud en el peso y medida de los bienes y la correcta prestación de los servicios, tomando en cuenta las tolerancias que establece la normativa legal sobre metrología. Que los consumidores y usuarios no se vean limitados, en la cantidad de bienes que puedan adquirir en un establecimiento, a excepción de lo previsto en la presente ley.”

En la misma Ley consultada expresa en el Artículo 79. Adopción de medidas. Sin perjuicio del derecho de recurrir directamente a la vía judicial ordinaria, los consumidores y usuarios y sus organizaciones tienen derecho a obtener protección sobre sus derechos e intereses, a cuyo efecto, los entes y órganos públicos deberán adoptar las medidas adecuadas para equilibrar las situaciones de desprotección o indefensión en que aquellos individual o colectivamente puedan encontrarse.

Asimismo en el Artículo 80. Acciones individuales o colectivas. Establece: “La defensa de los derechos establecidos en esa ley podrá ser ejercida tanto a título individual como colectivo cuando se encuentren involucrados intereses o derechos colectivos o difusos”.

Lo que esta ley pretende es básicamente la protección de todas las personas independientemente que actúen como proveedoras o consumidores de bienes o servicios. Lo que se debe tomar en cuenta en esta norma es que le da la opción al usuario de acudir directamente a solicitar la protección de un órgano jurisdiccional de manera individual o colectivamente dependiendo del interés que se tenga a la hora de solicitarlas y es por ello que servirá como modelo para hacer valer el derecho de los consumidores y usuarios de bienes y servicios en un país como Guatemala carente de medidas adecuadas en aras de la protección de sus ciudadanos en su actuación como consumidores.

b. El Salvador

Este país también cuenta con una legislación bastante completa, en materia de protección del consumidor y usuario, es así que regula medidas de prevención o cautelares, al respecto, la siguiente normativa señala:

Potestad para dictar medidas cautelares en el Artículo 99 de Ley de Protección al Consumidor de la República de El Salvador se establece: “Potestad para dictar medidas cautelares. Cuando exista un riesgo inminente a los derechos a la vida, salud, seguridad y medio ambiente en el consumo o uso de bienes o servicios, el presidente de la defensoría podrá decretar medidas cautelares de oficio; debiendo promover el procedimiento para sancionar, dentro de los cinco días siguientes.

Iniciado un procedimiento y previa audiencia especial convocada al efecto, el tribunal sancionador deberá pronunciarse sobre las medidas cautelares decretadas por el Presidente de la defensoría.”

Asimismo, podrá ordenar cualesquiera de las garantías cautelares enumeradas en el Artículo. 100, de la ley consultada tendientes a salvaguardar los derechos del consumidor comprendidos en esta ley. (Ley Salvadoreña de Protección al Consumidor).

Las medidas cautelares podrán decretarse siempre que:

a. Existan elementos suficientes para considerar que lo reclamado podría causar un daño inminente o irreparable para el consumidor; pudieran producirse daños a terceros o daños a intereses públicos o colectivos

b. El daño que causare lo reclamado fuese acrecentándose, impidiendo que en algún momento se volviese al estado anterior al daño causado.

Los tipos de medidas a adaptarse en la Ley de Protección al Consumidor de la República de El Salvador se encuentran estipuladas en el Artículo. 100. Entre las que pueden adaptarse se encuentran.

-El retiro o suspensión provisional de la producción o comercialización de bienes o prestación de servicios;

-El decomiso provisional de bienes peligrosos, adulterados, deteriorados o falsificados; ordenar el cese de actividades en la ley u ordenar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la misma; y

-La rendición de fianza suficiente para garantizar los resultados de los procedimientos.

A efecto de documentar y dar fe de actos que se realicen durante el procedimiento, se asentarán actas que contendrán: fecha, nombre y apellido de las personas que asistan y calidad en que actúan; constancia de inasistencia de quienes estaban obligados a intervenir e indicación de las diligencias realizadas y su resultado. Concluida la diligencia, será leída el acta, firmarán todos los que en ella intervinieron y, cuando alguno no supiere o no pudiese firmar, lo hará alguien a ruego; si alguno no quisiere firmar, se hará mención de ello.

A pesar que El Salvador es un país relativamente pequeño a nivel centroamericano en su normativa tiene muchas garantías de defensa para los consumidores garantizado de esa manera la seguridad de las personas en sus derechos que tienen a la salud y

seguridad en adquisición de bienes o servicios en el cual el procedimiento es de oficio y se garantiza la aplicación de sanciones al infractor.

c. República de Chile

Esta legislación es bastante similar a la del El Salvador, sin embargo, como algo novedoso, regulado en esta son las medidas preventivas, pero el planteamiento de estas son de carácter judicial.

A continuación se describe solo el contenido que se consideró importante para la presente investigación:

El Artículo 1 de la presente ley tiene por objeto normar las relaciones entre proveedores y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias.

Para los efectos de esta ley se entenderá por:

-Consumidores o usuarios: las personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan, como destinatarios finales, bienes o servicios.

-Proveedores: Las personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que habitualmente desarrollen actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa.

Este procedimiento da lugar a la aplicación de la misma norma y la defensa del interés colectivo o difuso.

En el Artículo 50 se establece que: “Las acciones que derivan de esta Ley de Protección al Consumidor de Chile se ejercerán frente a actos o conductas que afecten el ejercicio de cualquiera de los derechos de los consumidores.

El incumplimiento de las normas contenidas en la presente ley dará lugar a las acciones destinadas a sancionar al proveedor que incurra en infracción, anular las cláusulas abusivas incorporadas en los contratos de adhesión, obtener la prestación de la obligación incumplida, hacer cesar el acto que afecte el ejercicio de los derechos de los consumidores, a obtener la debida indemnización de perjuicios o la reparación que corresponda.”

Según esta Ley de Protección al Consumidor de Chile, el ejercicio de las acciones puede realizarse a título individual o en beneficio del interés colectivo o difuso de los consumidores. Asimismo son de interés individual las acciones que se promueven exclusivamente en defensa del consumidor afectado. Son de rendimiento colectivo las acciones que se promueven en defensa de derechos comunes a un conjunto determinado o determinable de consumidores, ligados con un proveedor por un vínculo contractual.

Son de interés difuso las acciones que se promueven en defensa de un conjunto indeterminado de consumidores afectados en sus derechos.

Para los efectos de determinar las indemnizaciones o reparaciones que procedan, de

conformidad a las normas señaladas en el párrafo segundo de este título, será necesario acreditar el daño y el vínculo contractual que liga al infractor y a los consumidores afectados.

Asimismo el Artículo 50 A. del mismo cuerpo legal consultado establece: “Los jueces de policía local conocerán de todas las acciones que emanan de esta ley, siendo competente aquel que corresponda a la comuna en que se hubiera celebrado el contrato respectivo, se hubiere cometido la infracción o dado inicio a su ejecución, a elección del actor.”

En el presente caso se menciona los contratos celebrados por medios electrónicos, en que no sea posible determinar lo señalado en el inciso anterior, será juez competente aquel que forme parte en la jurisdicción en donde resida al consumidor denunciante.

El Artículo 50 C de la Ley de Protección al Consumidor de Chile, estipula: “La denuncia, querrela o demanda deberán presentarse por escrito y no requieran patrocinio de abogado habilitado. Las partes podrán comparecer personalmente, sin intervención de letrado, salvo en el caso del procedimiento contemplado en el presente título.”

En su comparecencia, las partes podrán realizar todas las gestiones procesales destinadas a acreditar la infracción y a probar su derecho, incluidas la presentación, examen y tacha de testigos, cuya lista podrá presentarse en la misma audiencia de conciliación, contestación y prueba. Para los efectos previstos en esta ley se presume que representa al proveedor, y que en tal carácter obliga a la persona que ejerce habitualmente funciones de Dirección o Administración por cuenta o representación del proveedor.

En el Artículo 50 F de la misma ley consultada establece: “Si durante un procedimiento el juez tomara conocimiento de la existencia de bienes susceptibles de causar daños, ordenará su custodia en el tribunal si lo estimara necesario.”

En caso de que ello no fuere factible, atendida su naturaleza y características, el juez ordenará las pericias que permitan acreditar el estado, la calidad y la aptitud de causar daño o cualquier otro elemento relevante de los bienes o productos y dispondrá las medidas que fueran necesarias para la seguridad de las personas o de los bienes en mención.

Se tomará en cuenta para la presente investigación el párrafo segundo del procedimiento especial para protección del interés colectivo o difuso de los consumidores que se mencionan en el Artículo 51, que regula: “El procedimiento señalado en este apartado se aplicará cuando se vea afectado el interés colectivo o difuso de los consumidores. Se menciona que todas las pruebas que deban rendirse, se apreciarán conforme a las reglas de la sana crítica.”

Se iniciará por demanda presentada por: a) El servicio nacional del consumidor; b) una asociación de consumidores constituida, a lo menos, con seis meses de anterioridad a la presentación de la acción, y que cuente con la debida autorización de su asamblea para hacerlo, o c) Un grupo de consumidores afectados en un mismo interés; en número no inferior a 50 personas, debidamente individualizados.

Sin perjuicio de los requisitos generales de la demanda, en lo que respecta a las peticiones relativas a perjuicios, bastará señalar el daño sufrido y solicitar la indemnización que el juez determine, conforme al mérito del proceso, la que deberá ser la misma para todos los consumidores que se encuentren en igual situación.

Con este fin, el juez procederá de acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 53 A de la Ley de Protección al Consumidor de Chile, indica que: “Las indemnizaciones que se determinen en este procedimiento, no podrán extenderse al daño moral sufrido por el actor. No habrá lugar a la reserva prevista en el inciso segundo del Artículo 173 del Código de Procedimiento Civil, del mismo país en mención.”

Iniciado el juicio señalado, cualquier legitimado activo o consumidor que se considere afectado podrá hacerse parte en el juicio. Cuando se trate del servicio nacional del consumidor o de una asociación de consumidores determinados del colectivo cuyo interés actúa.

El demandante que sea parte en un procedimiento de los regulados en el presente párrafo, no podrá, mientras el procedimiento se encuentra pendiente, deducir demandas de interés individual fundadas en los mismos hechos. La presentación de la demanda producirá el efecto de interrumpir la prescripción de las acciones indemnizatorias que correspondan a los consumidores afectados.

En el caso que el juez estime que las actuaciones de los abogados entorpecen la marcha regular del juicio, solicitará a los legitimados activos que son parte en él que nombren un procurador común de entre sus respectivos abogados, dentro del plazo de diez días.

La resolución que al efecto dicte el tribunal conforme al Artículo 12 del Código mencionado, se notificará por avisos, en la forma que determine el tribunal. Estos avisos serán redactados por el secretario.

No obstante lo anterior, el juez podrá disponer una forma distinta de notificación en aquellos casos en que el número de afectados permita asegurar el conocimiento de todos y cada uno de ellos por otro medio.

El juzgador, de oficio o a petición de parte por resolución fundada, podrá revocar el mandato judicial, cuando la representación del interés colectivo o difuso no sea la adecuada para proteger eficazmente los intereses de los consumidores o cuando exista otro motivo que justifique la revocación.

Todas las apelaciones que se concedan en este procedimiento se agregarán como extraordinarias a la tabla del día siguiente al ingreso los autos a la respectiva Corte de Apelaciones, la cual deberá conocer las acciones cuya admisibilidad se encuentre pendiente, se acumularán de acuerdo a las reglas generales. Para estos efectos, el Servicio Nacional del Consumidor oficiará al juez el hecho de encontrarse pendiente la declaración de admisibilidad de otra demanda por los mismos hechos.

El Artículo 52 de la ley consultada establece que: “Corresponderá al propio tribunal declarar la admisibilidad de la acción deducida para cautelar el interés colectivo o difuso de los consumidores, verificando para ello la concurrencia de los siguientes elementos:

-Que la conducta que se persigue afecta el interés colectivo o difuso de los consumidores.

-Que la acción deducida precisa las cuestiones de hecho que afectan el interés colectivo o difuso de los consumidores y los derechos afectados.

-Que el número potencial de afectados justifica, en términos de costos y beneficios, la

necesidad procesal o económica de someter su tramitación al procedimiento especial del presente párrafo para que sus derechos sean efectivamente cautelados.”

Cualquiera que sea el número de afectados, se entenderá que esta circunstancia no concurre si se dan todas y cada una de las siguientes condiciones respecto del caso el proceso de fabricación, por su naturaleza, contempla un porcentaje de fallas dentro de los estándares de la industria; el proveedor pruebe mantener procedimientos de calidad en la atención de versión preliminar para difusión oficial de reclamos, reparación y devolución de dinero en caso de productos defectuosos, sin costo para el consumidor, y las fallas o defectos no representan riesgo para la salud.

El demandado dispondrá de un plazo de diez días para exponer lo que estime procedente en relación con los requisitos de admisibilidad de la acción. Si el juez considera que existen hechos sustanciales, pertinentes y controvertidos, recibirá a prueba la admisibilidad. La prueba se regirá por las reglas de los incidentes.

Se pronunciará sobre la admisibilidad de la acción dentro de los cinco días siguientes a aquél en que se presente la demanda o dentro del plazo que establece la Ley de Protección al Consumidor de la República de Chile, al vencimiento de este, para efectuar dicha presentación y si esta no se hubiere efectuado, al cumplimiento del término probatorio, en su caso. La resolución que se pronuncie sobre la admisibilidad de la acción será apelable en ambos efectos.

Una vez que se encuentre ejecutoriada la resolución que declara admisible la acción, se certificará esta circunstancia en el expediente. Si es declarada inadmisibile, sólo podrá deducirse individualmente ante el juzgado competente.

En este caso el tribunal ordenará al demandante que, dentro del décimo día, mediante publicación por lo menos de dos avisos en un medio de circulación nacional, informe a los consumidores que se consideren afectados, para que se hagan parte, si lo estiman procedente.

Corresponderá al secretario del tribunal fijar el contenido del aviso, el que contendrá, a lo menos, las siguientes menciones:

-El tribunal que en primera instancia emitió la certificación de admisibilidad;

-La fecha de la certificación;

-El nombre, rol único tributario, profesión u oficio y domicilio del representante del grupo;

-Breve exposición de los hechos y peticiones concretas sometidas a consideración del tribunal, y;

-El llamado a los afectados por los mismos hechos a hacerse parte en el juicio, expresando que los resultados del juicio empecerán también para los afectados que no se hicieran parte en él. Desde la publicación del aviso a que se refiere el inciso segundo, ninguna persona podrá iniciar otro juicio en contra del demandado fundado en los mismos hechos, sin perjuicio de lo señalado en el inciso siguiente y de lo dispuesto en el Artículo 54 C de Ley de Protección al Consumidor de Chile, respecto de la reserva de derechos.

Dentro del plazo de 30 días contados desde la publicación del aviso a que se refiere el artículo, cualquier consumidor podrá ocurrir ante el tribunal haciendo reserva de sus

acciones, en cuyo caso no le serán oponibles los resultados del juicio.

Se establece además que aquellos juicios que se encuentren pendientes contra el mismo proveedor al momento de publicarse el aviso y que se funden en los mismos hechos, deberán acumularse de conformidad a lo previsto en el Código de Procedimiento Civil de la República de Chile, con las siguientes reglas especiales:

Se acumularán al juicio colectivo los juicios individuales. Si una o más de las partes hubiere comparecido personalmente al juicio individual, deberá designar abogado patrocinante una vez producida la acumulación, y;

-No procederá acumular al colectivo el juicio individual en que se haya citado a las partes para oír sentencia.

Se menciona además en el Artículo 53 A de la misma norma consultada que: “Durante el juicio y hasta que se dicte la sentencia definitiva inclusive, el juez podrá ordenar, de acuerdo a las características que les sean comunes, la formación de grupos y, si se justificare, de subgrupos, para los efectos de lo señalado. El juez podrá ordenar también la formación de tantos subgrupos como estime conveniente.”

Por su parte, el demandado podrá realizar ofertas de avenimiento, las que deberán ser públicas. Todo avenimiento, conciliación o transacción deberá ser sometido a la aprobación del juez, quien puede rechazarlos si los estima contrarios a derecho o arbitrariamente discriminatorios.

En caso del desistimiento del legitimado activo, el tribunal dará traslado al Servicio

Nacional del Consumidor, quien podrá hacerse parte del juicio dentro del quinto día.

El Artículo 53 C de la Ley de Protección al Consumidor de Chile, establece que: “En la sentencia que acoja la demanda, el juez, además de lo dispuesto en el Artículo 170 del Código de Procedimiento Civil, del país mencionado está deberá:

- Declarar la forma en que tales hechos han afectado el interés colectivo o difuso de los consumidores.

- Declarar la responsabilidad del o los proveedores demandados en los hechos denunciados y la aplicación de la multa o sanción que fuere procedente.

- Declarar la procedencia de las correspondientes indemnizaciones o reparaciones y el monto de la indemnización o la reparación a favor del grupo o de cada uno de los subgrupos, cuando corresponda.

- Disponer la devolución de lo pagado en exceso y la forma en que se hará efectiva, en caso de tratarse de procedimientos iniciados en virtud de un cobro indebido de determinadas sumas de dinero.

- En el caso de productos defectuosos, se dispondrá la restitución del valor de aquéllos al momento de efectuarse el pago.”

El Artículo 54 de la Ley de Protección al Consumidor de Chile establece que: “La sentencia ejecutoriada que declare la responsabilidad del o los demandados producirá efecto erga omnes, con excepción de aquellos procesos que no hayan podido acumularse conforme al número 2, del inciso final del Artículo 53, y de los casos en que se efectúe la reserva de derechos que admite el mismo artículo.”

La cual deberá ser anunciada para que todos aquéllos que hayan sido perjudicados por los mismos hechos puedan reclamar el cobro de las indemnizaciones o el cumplimiento de las reparaciones que correspondan. Pudiéndose hacer por medio de avisos divulgados, en dos oportunidades distintas, en los diarios locales, regionales o nacionales que el juez determine, con un intervalo no inferior a tres ni superior a cinco.

No obstante lo anterior, el juez podrá disponer una forma distinta de dar a conocer la información referida en el inciso primero, para que todos los interesados que resulten afectados tengan conocimiento de lo resuelto.

Si se rechazó la demanda cualquier legitimado activo podrá interponer, dentro del plazo de prescripción de la acción, ante el propio tribunal y valiéndose de nuevas circunstancias, una nueva acción, entendiéndose suspendida la prescripción a su favor por todo el plazo que duró el juicio colectivo.

Asimismo en el Artículo 54 A de la Ley en mención estipula: “Corresponderá al secretario del tribunal fijar el contenido de los avisos, procurando que su texto sea claro y comprensible para los interesados.

Dichos avisos contendrán, a lo menos, las siguientes menciones: a) El rol de la causa, el tribunal que la dictó, la fecha de la sentencia y el nombre, profesión y oficio y domicilio del o los infractores y de sus representantes. Se presumirá que conserva esa calidad y su domicilio la persona que compareció como tal en dicho proceso; b) Los hechos que originaron la responsabilidad del o los infractores y la forma en que ellos afectaron los derechos de los consumidores; c) La identificación del grupo, si está o no dividido en subgrupos y la forma y plazo en que los interesados deberán hacer efectivos sus derechos; d) Las instituciones donde los afectados pueden obtener información y

orientación, tales como el servicio nacional del consumidor, las oficinas municipales de información al consumidor y las Asociaciones de Consumidores, entre otras.”

En el Artículo 54 B del mismo cuerpo legal consultado establece que: “Los interesados podrán comparecer al juicio ejerciendo sus derechos, con el patrocinio de abogado o personalmente. Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, habiéndose designado procurador común, los interesados actuarán a través de él, de acuerdo a las reglas generales. En caso contrario, se procederá a designarlos para que represente a aquellos interesados que hubieran comparecido personalmente, una vez vencido el plazo de noventa días establecido en el siguiente artículo.”

En el Artículo 54 C de la norma antes consultada establece que “los interesados deberán presentarse a ejercer sus derechos establecidos en la sentencia, ante el mismo tribunal en que se tramitó el juicio, dentro del plazo de noventa días corridos, contados desde el último aviso.

Dentro el mismo plazo, los interesados podrán hacer reserva de sus derechos, para perseguir la responsabilidad civil derivada de la infracción en un juicio distinto, sin que sea posible discutir la existencia de la infracción ya declarada. Esta presentación deberá contar con patrocinio de abogado”.

En este juicio, la sentencia dictada conforme al Artículo 53 C, de la Ley de Protección al Consumidor de Chile, se refiere a que: “Producirá plena prueba respecto de la existencia de la infracción y del derecho del demandante a la indemnización de perjuicios, limitándose el nuevo juicio a la determinación del monto de los mismos. Quien ejerza sus derechos conforme el inciso primero de este artículo, no tendrá derecho a iniciar otra acción basada en los equivalentes hechos.”

De igual manera, quienes no efectúen la reserva de derechos a que se refiere el inciso anterior, no tendrán derecho a iniciar otra acción basada en los hechos que ya hayan sido analizados.

El Artículo 54 D de la ley en mención manifiesta que: “La presentación que efectúe el interesado en el juicio ejerciendo sus derechos conforme al inciso primero del artículo anterior, se limitará únicamente a hacer presente y acreditar condición de miembro del grupo.”

Asimismo, el Artículo 54 E relata que: “Vencido el plazo de noventa días y designado el procurador común, si corresponde, se dará traslado al demandado de las presentaciones de todos los interesados, sólo para que dentro del plazo de diez días corridos controvierta la calidad de miembro del grupo de uno o más de ellos. La resolución que confiera el traslado se notificará por el estado diario.”

Este plazo podrá ampliarse, por una sola vez, a petición de parte y por resolución fundada, si el juez lo considera necesario. Si el juez estima que existen hechos sustanciales, pertinentes y controvertidos, abrirá un término de prueba, que se regirá por las reglas de los incidentes. Contra la resolución que falle el incidente procederá el recurso de reposición, con apelación que subsidio. Una vez fallado el incidente promovido conforme a este artículo, quedará irrevocablemente fijado el monto global de las indemnizaciones o las reparaciones que deba satisfacer el demandado.

Como se puede notar en esta Ley de Protección al Consumidor de Chile, se establecen las medidas en el ámbito judicial directamente debiendo las personas acudir al órgano competente a solicitarlas y ya será a criterio del juzgador si las emite o no, caso contrario ocurre en la legislación guatemalteca que ni siquiera son establecidas dentro

del ordenamiento jurídico.

También en la propia legislación chilena se toma en cuenta que el plazo es diferente al de las demás normas analizadas y se puede comprender además que es una de las legislaciones más completas, en lo que se refiere a la protección del usuario, ya que las sentencias que se dicten son dadas a conocer para todos aquellos que se encuentran perjudicados en sus derechos y que puedan reclamar su cumplimiento.

d. Argentina

El ordenamiento Argentino, establece una Ley de Procedimiento Administrativo para la efectiva protección de los consumidores y usuarios muy completa y que permite colocar al consumidor, en un punto central donde se satisfacen sus necesidades en el momento que le son violados sus derechos, así señalaremos el objeto y medidas que señalan esta ley:

El Artículo 1, de la Ley de Procedimiento Administrativo para la Defensa de los Derechos de los Consumidor y del Usuario de Argentina, establece lo siguiente: “La presente ley tiene por objeto establecer el procedimiento administrativo para la efectiva implementación en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires de los derechos de los consumidores y usuarios, reconocidos en la Constitución Nacional y en la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires, en las Leyes Nacionales de Defensa del Consumidor y de Lealtad Comercial y disposiciones complementarias, sin perjuicio de las competencias concurrentes de la autoridad nacional de aplicación.”

Esta es una ley que establece un procedimiento administrativo muy bien definido, que

reconoce la Constitución Política de la República de Argentina así como otras leyes que protegen al consumidor y usuario.

El Artículo 10, de la Ley de Procedimiento Administrativo para la Defensa de los Derechos del Consumidor y del Usuario de Argentina, establece lo siguiente: "Medidas Preventivas. En cualquier estado del procedimiento la autoridad de aplicación puede, siempre que exista peligro en la demora y verosimilitud en el derecho invocado, ordenar preventivamente:

-El cese o la abstención de la conducta que se repute violatoria de la ley.

-Que no se innove, respecto de la situación existente.

-La cláusula del establecimiento, cuando exista un actual o inminente peligro para la salud o seguridad de la población.

-La adopción, en general, de aquellas medidas que sean necesarias para la efectiva defensa de los derechos de los consumidores y usuarios."

Este ordenamiento legal constituye un importante avance en aras a perfeccionar la relación productor consumidor, proporcionándole la cuota de equilibrio de la que parecía faltar o resultar insuficiente en la regulación del Código Civil, de la República de Argentina.

Del mismo modo que aconteciera en el viejo continente, ha comenzado a abrirse camino en los distintos ordenamientos jurídicos sudamericanos una corriente legislativa que tiende a amparar al consumidor, en cuanto al sujeto que se halla en inferioridad de

condiciones en su trato jurídico con empresarios o proveedores. En busca de la concreción de los verdaderos fines del derecho, se pretende con estos novedosos cuerpos legales restañar la equidad en el tráfico jurídico de acaecida cuenta de una reconocida desigualdad que para ciertos contratos, existe entre las partes.

La aplicación de esta norma toma muy en cuenta el peligro que se puede correr en la demora de la diligencia de la misma. Como se puede observar en la Ley de Protección al Consumidor de Argentina el legislador tomó en cuenta el peligro en la demora que, corren los consumidores al no dictarse una medida de forma inmediata y deja claro que si un establecimiento pone en peligro la seguridad y salud de los usuarios al no cumplir con las garantías que se exigen, se lleva a cabo la clausura del local o negocio.

En el presente capítulo se analizaron legislaciones de algunos países que cuentan con una normativa muy avanzada en relación a la protección defensa de los derechos de los consumidores, clientes o usuarios, caso que no sucede en Guatemala, porque no existe una ley que verdaderamente garantice la protección de los consumidores y asimismo por falta de voluntad del Estado y de las instituciones encargadas de velar porque se apliquen las medidas de seguridad, debiendo sancionar al infractor cuando resulta vulnerado el derecho a que tiene todo cliente, consumidor y usuario de bienes o servicios.

En el derecho comparado latinoamericano las legislaciones comprenden ciertas medidas cautelares no previstas en la legislación guatemalteca, al menos de un modo general, y a través del análisis de estas se puede observar que la mayoría de estados cuentan con medidas preventivas que garantizan la protección necesaria a los consumidores y usuarios , caso contrario sucede en Guatemala porque aunque exista legislación en defensa del consumidor esta no contiene un capítulo designado para la aplicación de medios que garanticen la defensa de las personas en sus derechos que

tienen como seres humanos a la salud y seguridad, y que la propia Constitución Política de la República de Guatemala establece que: corresponde al Estado velar porque las autoridades designadas para la aplicación de la justicia cumpla con su rol; para el cual fueron creados, debiendo darle la facultad al usuario de acudir a un órgano jurisdiccional competente a solicitar las medidas que crea conveniente cuando sus derechos les sean vulnerados.

En atención a ello los ordenamientos jurídicos deben tender a elaborar medios eficaces para mantener la armonía de protección al consumidor y usuario como lo establecen las legislaciones mencionadas anteriormente, ya que el país cuenta con un nivel económico avanzado que requiere de una reglamentación adecuada en materia de libertad en el consumo y uso de los productos y que sean garantizados sus derechos como compradores de bienes y servicios.

A través de este estudio se puede notar que los países más industrializados, coinciden con los países más civilizados, y son los primeros en el desarrollo legislativo en materia de protección de los derechos de los consumidores. Si en un principio hacía falta la sensibilización sobre este tema, nos damos cuenta que hoy en día, por el contrario, existe una concientización y control en la materia del consumo que llega a ser transnacional; y es por eso que la protección a los consumidores ha llegado a alcanzar en los últimos tiempos una notoria importancia y esta trascendencia aparece íntimamente unida a la necesidad de proteger al consumidor con normativas adecuadas a la realidad nacional y al movimiento comercial que actualmente se vive en torno a los derechos del consumidor y usuario, que también es comúnmente llamado cliente.

Considerando que el trato equitativo y digno es uno de los derechos fundamentales de los consumidores, y que estos no solo tocan el aspecto comercial de la relación de consumo, sino que hace que el respeto como persona de los individuos, sea con más

facilidad vulnerado por parte de los proveedores de bienes y servicios, tanto en el sector privado como en el público o estatal.

Lo que se pretende con este estudio de derecho comprado es tomar en cuenta que la legislación nacional carece de una norma que establezca la aplicación de medidas preventivas en defensa del consumidor y usuarios por lo que deja en evidencia el poco avance que se tiene en esta materia debido a la falta de voluntad del gobierno de turno y de las instituciones encargadas de velar por estos derechos.

CAPÍTULO III

3. El servicio de atención al cliente con carácter obligatorio en el ámbito público y privado

Para que el servicio al cliente tenga carácter obligatorio, es importante que este regulado normativamente todo lo relativo a la atención al cliente, como una herramienta para mejorar la competitividad, en el ámbito público como privado en la protección de los consumidores, a través de una ley específica que establezca los derechos y obligaciones de todo cliente, consumidor y usuario, que acudan a las empresas o entidades públicas, a solicitar la prestación de un servicio o la adquisición de un producto.

Esto conllevaría a crear una entidad específica interna que deberá suministrar toda la información cierta, clara y oportuna, que permita especialmente que los consumidores conozcan adecuadamente sus derechos y obligaciones, y que tengan la facultad de presentar sus requerimientos, quejas, o cualquier otra situación en que éstos se consideren afectados. Y que la entidad encargada posea una administración caracterizada por ser ágil, oportuna, eficaz, eficiente y sensible a las necesidades de los consumidores o clientes externos. Debiendo capacitar en forma permanente sobre el tema del trato digno a aquellos funcionarios o empleados encargados y responsables de la atención a los consumidores y usuarios.

Con la implementación de las estrategias de servicio al cliente, definidas por medio de estudios, dependerá de la decisión, interés y necesidad de cada uno de los propietarios en los diversos negocios, si es de ámbito privado. Y en el ámbito público, todos los funcionarios y/o trabajadores de las entidades estatales que manejan los trámites administrativos o asistenciales, deben ofrecer un trato digno a los consumidores y

usuarios que acudan a solicitar servicios ante la respectiva entidad.

Por estas razones, es importante la regulación en una ley específica para la creación de una oficina de servicio de atención al cliente, de manera personalizada, ubicada en sitios de fácil acceso. Debiendo ser acorde a la necesidades de los consumidores y usuarios, y también es importante que dichas oficinas cuenten con una línea nacional gratuita las veinticuatro horas del día, para que la entidad encargada brinde a los consumidores, una atención integral y así cumplir con los principios de objetividad y buen trato.

También sería beneficioso que las oficinas de servicio de atención al cliente, cuenten con una ventanilla preferencial para la atención de las personas mayores de sesenta años, no puede faltar adoptar las medidas especiales para la atención de personas discapacitadas. La ley debe de regular también, las funciones que se le asignen al personal que labore en las oficinas de servicio de atención al cliente, las cuales deben ser claras y expresas. El perfil del personal asignado a esta dependencia, debe reunir los requisitos de idoneidad acorde con las funciones que va a desempeñar, y con sentido de pertenencia a la institución y con las labores asignadas. Y así atender a los clientes con prontitud, agilidad, eficiencia y eficacia.

3.1. Los factores de calidad total en el ámbito de los derechos del usuario y consumidor

Básicamente los factores de calidad total hacen referencia en mejorar la calidad de vida para todos los usuarios como consumidores, asegurando la justicia en sus relaciones económicas y sociales, reguladas en la normativa sus derechos y garantías actuales. La política de calidad es promover, divulgar y defender los derechos de los usuarios y consumidores, cumpliendo con la legislación a través de procedimientos eficientes y

eficaces, aplicando la mejora continua, fomentando para ello relaciones equitativas entre dichos sujetos de la relación de consumo.

Dentro del ámbito de los derechos de los consumidores, no puede faltar, los factores de calidad total que son de interés social y económico, para la protección de los derechos de los usuarios y consumidores, en el sentido que constituyen un conjunto de servicios que incorpora una entidad pública o privada para superar el nivel de satisfacción del cliente o consumidor, mediante el mejoramiento continuo de procesos, productos y servicios. Ese nivel de satisfacción, es indudable que es un derecho de la relación de consumo.

De esto deviene que las entidades públicas o privadas que toman la iniciativa de complacer constantemente las necesidades de sus clientes y promover la protección de los consumidores involucran a todo su personal en una calidad total, para salir favorecidas en términos de crecimiento de los ingresos y posición competitiva.

Los factores de calidad total hacen referencia en mejorar continuamente en todas las áreas, con el fin de obtener el mejor producto o servicio posible para el cliente. Cualquier institución pública o empresa privada que desea tener alguna permanencia en el mercado está interesada en conseguir clientes que adquieran con regularidad los productos o servicios que ofrece las empresas. Las instituciones deben saber que una forma de lograr que un consumidor se convierta en un cliente, consiste en proporcionar productos o servicios cuya calidad invite a la persona a volver a adquirirlo. Por calidad el consumidor suele entender que obtiene un producto económico, útil o un servicio satisfactorio.

La calidad total, debe satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores. La posibilidad de satisfacer al usuario y consumidor, está directamente relacionada con la calidad. La calidad total de los derechos de éstos, es la manera en que se proporciona o se presta el servicio, que sea de buena calidad, en relación con las características que solicita el consumidor. Esto quiere decir, que el consumidor suele juzgar los productos o servicios según la calidad, y que de acuerdo con su juicio ubicará de bueno o malo, los productos o servicios prestados.

Es indispensable para la protección de los sujetos de la relación de consumo, la calidad y seguridad del producto o servicio. Porque la calidad es el objetivo principal, encamina al consumidor y usuario, tiene que basarse en el mejoramiento continuo de todas las personas y elementos involucrados en la producción del bien o servicio. Esto conlleva a suministrar un producto o servicio en el cual su calidad haya sido diseñada, producida y sostenida a un costo económico y que satisfaga a los consumidores.

Los beneficios que se obtienen en la implementación de los factores de calidad total, es la mayor seguridad de que los productos o servicios cumplen con las especificaciones de higiene y seguridad, según el tipo de bien, también se obtiene mayor productividad y menores costos. Podemos mencionar que muchos de los objetivos en la implementación de la calidad total, es la satisfacción del cliente y las necesidades del mismo.

3.1.1. Antecedentes de la calidad total

La preocupación por la calidad no es nueva. En la Antigüedad eran los mismos campesinos o artesanos quienes producían o fabricaban los productos y controlaban la calidad de su trabajo, siendo a la vez productores y consumidores. Con el desarrollo de la sociedad mercantil se van separando el productor y consumidor para dar paso al

intermediario. Posteriormente la aparición de la tecnología moderna en la Revolución Industrial cambia la forma de producción, generando una división del trabajo, con la especialización y la creación de la línea de ensamble. Se da paso a una nueva forma de vida en la sociedad y una transformación de las organizaciones.

La nueva revolución tecnológica, trajo consigo un cambio de concebir la calidad del producto en todas sus fases de transformación, ya no desde la óptica del productor, sino con la óptica puesta en el consumidor. Es precisamente en este momento cuando el concepto de calidad total se convierte en una filosofía que tiene como propósito la satisfacción del consumidor. Una filosofía adoptada por las organizaciones que confían en el cambio orientado hacia los clientes, que persiguen la excelencia en todos sus procesos y que están convencidos de que es necesario una evolución hacia este nuevo enfoque para poder enfrentar las consecuencias de los retos actuales, dentro de los cuales podemos mencionar: la globalización de los mercados, clientes exigentes, aceleración del cambio tecnológico, etc.

La calidad total comienza comprendiendo las necesidades y expectativas del cliente para luego satisfacerlas y superarlas. Porque es el cliente quien califica la calidad del producto o servicio que se ofrece, de allí que la calidad no debe ser tomada en su valor absoluto o científico, sino que es un valor relativo, en función del cliente. Es necesario identificar con precisión las cambiantes necesidades y expectativas de los clientes y su grado de satisfacción con los productos y servicios de la empresa y los de la competencia.

3.1.2. En qué consiste la calidad total

En base a los antecedentes de la calidad total, esta consiste en la satisfacción permanente de las necesidades y expectativas de los clientes, consumidores y

usuarios. La calidad total consiste básicamente en la calidad de vida, calidad de satisfacción, calidad de la información, calidad de la organización, calidad de los recursos humanos, calidad de las estrategias, calidad de todos los procesos administrativos, productos y calidad en todo.

Para mencionar el concepto de calidad total se dice que: “Proporciona un producto o servicio en el cual su calidad haya sido diseñada, producida y conservada, aun costo económico y satisfacer por entero al consumidor a desarrollar”²². La calidad de los productos o servicios deben ser de buena calidad, de lo contrario la baja calidad o entregados a destiempo sólo consiguen que el consumidor quede insatisfecho, con lo que evitará repetir la experiencia de adquirir tales productos o servicios. Y como se dice que los clientes insatisfechos harán mala propaganda para la institución que los presta. Con todo ello, los beneficios o utilidades de la institución o empresa se verán afectados seriamente.

También la calidad total es: “La aplicación sistemática, estratégica, enfocada al usuario, y basada en el mejoramiento continuo de todos los actores y factores, involucrados en la producción del bien o servicio”²³.

El Dr. Kauro Ishikawa en su opinión de la manera en practicar la calidad total se refiere: “Practicar el control de calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor”²⁴. Sin embargo en cuanto a lo económico del producto o servicio, por ejemplo una marca prestigiada puede permitir que los artículos tengan un precio ligeramente superior a los de la competencia, ya que algunas veces los consumidores prefieren los artículos de calidad garantizada, aunque sean más costosos que aquellos

²² Evans R., James. **Administración y control de calidad**, pág. 127.

²³ Tarí Guilló, Juan José. **La calidad total: fuente de ventaja competitiva**. pág.21.

²⁴ Ishikawa, Kaouro. **¿Qué es el control total de calidad?**, Pág.40.

cuya calidad es dudosa o barata.

Para el autor Robert Winter en relación a los principios de calidad total menciona: “Los principios de la Calidad Total son adoptados por las organizaciones para realzar la calidad de sus productos y servicios, y de esta manera aumentar su eficiencia”.²⁵ Es importante la calidad total de los productos o servicios, porque aumenta la competitividad de la institución o empresa que los presta, pues ante igual precio el consumidor elegirá los productos de mejor calidad. Siendo los principios básicos que definen la calidad total como lo son:

- Esforzarse en conocer y cumplir con las necesidades, tanto internas como externas, de los clientes.

- Analizar los procesos para obtener una mejora continua.

- Establecer equipos de mejora formados por empleados que conozcan el proceso a analizar y también a sus clientes, que son los que se benefician de sus servicios y productos.

- Consolidar organizaciones que ofrezcan un ambiente libre de temores y culpas hacia los demás, reconociendo los valores de sus empleados.

Se debe buscar una calidad total que pretenda dar una protección preferente a los consumidores y usuarios, por lo tanto, constituye una forma de derecho con carácter irrenunciable, porque gozan de una defensa prioritaria, es precisamente que todas las instituciones, personas, objetos que intervienen precisamente en las relaciones de consumo, y que comprende a nivel general, una serie de derechos fundamentales que

²⁵ Winter, Robert. **Manual de trabajo en equipo**. pág.100.

deben observarse no solo por la legislación guatemalteca, sino a nivel mundial, por lo consiguiente se mencionan algunos factores que tienden a mejorar la calidad total de los productos de consumo.

- a. Control de los productos tóxicos o venenosos.
- b. Prohibición de aditivos no autorizados expresamente.
- c. Regulación de las condiciones de ventas ambulantes.
- d. Control de los productos manufacturados que afecten a la seguridad física de las personas y el retiro de los productos que supongan un riesgo previsible para la salud de las personas.
- e. Ningún vendedor puede imponer que renuncien los consumidores o usuarios a los derechos a la salud, seguridad, información y reparación de daños.

Por lo anterior, prevalece el derecho a la protección de la salud y seguridad, al respecto significa que ningún producto, actividad o servicio puesto en el mercado, tendrá riesgo para la salud o seguridad del consumidor o usuario y en caso de que hayan artículos que sin ser peligrosos puedan no ser recomendables para algunos usuarios, es obligatorio informar en el etiquetado, de los riesgos y sus consecuencias para evitarlos.

3.2. Servicio y cliente

Para fines de la presente investigación puede resultar muy útil separar la expresión servicio al cliente, antes de exponer una definición y analizar los términos servicio y cliente.

a. Servicio

El servicio, según Malcom Peel, lo menciona como: “aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad”²⁶. Los servicios de una empresa o institución, incluyen la realización de un trabajo para el cliente, prestar atención a las necesidades del mismo, contestar sus interrogantes y proporcionar un buen trato.

En el diccionario de Manuel Ossorio servicio es: “Acción y efecto de servir. Trabajo. Actitud. Provecho, utilidad, beneficio. Merito. Tiempo dedicado a un cargo o profesión. Favor, ayuda.”²⁷

En cuanto a una definición legal de servicio, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 en su Artículo 3, inciso i), establece: “Prestación destinada a satisfacer necesidades e intereses del consumidor o usuario y que se pone a disposición por el proveedor”.

Por lo cual las empresas o entidades, deben de proporcionar un buen servicio, para satisfacer las necesidades de los clientes, y esto dependerá de la forma en que el colaborador o personal lo atienda con prontitud, en la que resuelva sus dudas, así como la efectividad del servicio en el lugar y momento oportuno.

Con relación a las clases de prestación de los servicios, se pueden mencionar dos tipos de servicios que pueden adquirirse como:

²⁶ Peel, Malcolm. **El servicio al cliente**, pág.104.

²⁷Ossorio, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales**, pág. 917.

i. Servicios en general. Se refieren a las prestaciones que adquieren las personas para satisfacer una necesidad no esencial, en calidad de destinatario final. Todos los servicios con excepción de los servicios esenciales, los servicios que se prestan en virtud de una relación o contrato de trabajo y los servicios profesionales o técnicos para cuyo ejercicio se requiere tener título facultativo. Servicio es una actividad productiva remunerada no tangible e inmaterial que se ofrece en el mercado, con el propósito de satisfacer necesidades cuyo resultado puede ser tangible o intangible.

ii. Servicios públicos. Estos servicios son de carácter técnicos, prestados al público de manera regular y continua, para satisfacer una necesidad pública y por una organización pública. Servicio público es una actividad que tiende a satisfacer un interés general o una necesidad que por su naturaleza deberá ser siempre, prestado de manera continua, regular, uniforme, general y de forma obligatoria.

De estos servicios públicos hace referencia el Artículo 3 inciso j), del mismo cuerpo legal relacionado, que establece que: “Los servicios de energía eléctrica, telefonía celular, fija pública y domiciliar, transmisiones de televisión en sus distintas formas, telecomunicaciones en general y agua potable prestados en el domicilio o locales del consumidor o usuario, drenajes, recolección de desechos, transporte público urbano y extraurbano, gas propano, diesel y gasolinas, así como cualesquiera otros servicios públicos que se prestan a usuarios o consumidores, por medio de empresas organizadas públicas o privadas para la prestación generalizada de estos servicios”.

También existe una diferencia entre servicio y servicio al cliente, y esta se basa en que el servicio es la actividad o el beneficio que una parte puede ofrecer a otra y en esencia, y no deriva de la posesión de nada, mientras que el servicio al cliente es todo aquello que realiza una empresa o entidad, para mejorar la satisfacción que recibe el cliente en sus actividades principales, ya sea de producción o servicio.

De lo anterior el servicio al cliente en su conjunto, se refiere a todas aquellas actividades o relaciones que se establecen entre el personal de una empresa pública o privada y los clientes externos con los cuales tratan directamente.

b. Cliente

La palabra cliente, es utilizada para abarcar al individuo o empresa que se analiza a través de toda una secuencia desde la etapa de estar en perspectiva hasta la de ser cliente habitual.

Manuel Ossorio hace una breve reseña de las formas en que se utiliza la palabra cliente de la siguiente manera: “En el Derecho Romano, la persona libre, y casi siempre extranjera, que vivía o se colocaba bajo la protección y dependencia de un padre de familia romano. Hoy, el litigante con respecto al abogado que lo patrocina y al procurador que lo representa en juicio. Comprador habitual en un establecimiento. Quien requiere constancia los servicios profesionales de otro”²⁸. Cliente también se dice que es: “La persona o entidad que es llevada por un interés, y que busca un producto o servicio; con base en ello selecciona una entidad capaz de proporcionárselo.”²⁹ Se entiende que el cliente, es el punto vital para cualquier empresa o entidad, sin el cliente, no habría una razón de ser para los negocios o prestación de servicios, ya sea de asistencia social. Conocer a fondo cada vez más, las necesidades del consumidor, así como encontrar una mejor manera de satisfacerlas con estrategias, es un asunto importante de la supervivencia y prosperidad para cada empresa o entidad.

²⁸ **Ibid**, pág. 184.

²⁹ Samayoa Rafael, Mendel. **Técnicas del FODA**, pág. 9.

Es necesario resaltar la existencia y el papel desempeñado en la calidad de servicios, por lo cual hay básicamente dos tipos principales de clientes, es decir, clientes externos y clientes internos. Los clientes externos, son las categorías que comúnmente existen de clientes, que son las personas, que requieren bienes o servicios a una organización o entidad, que sea capaz de proporcionárselos. Y clientes internos como aquellas personas que interactúan dentro de la organización o entidad, los cuales brindan un servicio de calidad a los clientes externos.

Para la autora Vanesa Pérez, menciona que los clientes externos son: “Aquellas personas que adquieren los productos y servicios ofrecidos. Son extraños o ajenos a la empresa y son la fuente de ingresos que sostienen las operaciones. Sin embargo, si consideramos a los clientes de una empresa como un concepto más amplio e integral, podríamos decir que están constituidos por todas las personas cuyas decisiones determinan la posibilidad de que la organización prospere en el tiempo”.³⁰ Como se puede interpretar que para medir el nivel de satisfacción de los clientes externos, es necesario buen trato que se les brinda, con amabilidad, celeridad, responsabilidad, etc. Y que la empresa o la entidad que presta los servicios proyecten una buena imagen, exista orden, comodidad, higiene, etc. Estos atributos son los fundamentales que condicionan el nivel de satisfacción de los clientes.

Y por clientes internos se entienden que son: “Las personas que trabajan en la empresa y hacen posible la producción de bienes o servicios. Cada unidad, departamento o área es cliente y proveedora de servicios al mismo tiempo, garantizando que la calidad interna de los procesos de trabajo se refleje en la que reciben los clientes externos. De ahí que cuando las personas de una organización solicitan un servicio, lo que están pidiendo es apoyo, colaboración o una buena disposición para que se les brinde lo que necesitan.”³¹

³⁰ Pérez Torres, Vanesa Carolina, **Calidad total en la atención al cliente**, pág.3

³¹ **Ibid**, pág. 4.

En la mayoría de las empresas o entidades no se tiene en cuenta la opinión del cliente interno, esto es, de sus trabajadores, y para que la atención al cliente exista calidad, hay que tener en cuenta a todos los empleados y verlos como el aspecto más importante.

3.3. Definición de servicio al cliente y su importancia

No hay definición exacta de lo que es el servicio al cliente, sin embargo todas van encaminadas a la satisfacción del cliente. Para el autor Christopher Lovelock dice: “El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficacia operacional”.³²

El autor John Tschohl, menciona que servicio al cliente es: “El conjunto de actividades interaccionadas que ofrece un suministrador con el fin, que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado y se asegure un correcto uso del mismo”³³. Para este autor el servicio al cliente es usado como una herramienta eficaz, que es usado por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar ventajas competitivas sostenibles. También servicio al cliente es: “el servicio que se proporciona para apoyar el desempeño de los productos, básicos de las empresas”.³⁴ Por lo cual el servicio al cliente es un proceso interpersonal que implica respeto y oportuna atención, no tanto en el sentido afectivo sino en el sentido de responder a las expectativas del cliente. Las razones por las cuales un cliente visita una empresa o entidad pueden ser varias, pero las principales son: desea realizar una negociación,

³² Lovelock, Christopher. **Marketing de servicios**, pág. 45.

³³ Tschohl, John. **Servicio al cliente**, pág. 40.

³⁴ Zeithaml, Valarie. **Marketing de servicios**, pág. 4.

busca que se le brinde un buen servicio y simplemente necesita que se le resuelva un problema.

El servicio al cliente es un concepto básico e importante, que toda empresa o entidad debe tener bien en claro, pero muchas veces se enfoca desde el punto de vista económico, es decir, como relación simplemente comercial, en la que hay un beneficio mutuo, y por ese beneficio es por el que se trata al cliente con cordialidad, respeto y atención. Sin embargo, se trata de un punto de vista pobre, pues todo lo simplifica a un punto económico. El servicio al cliente debe ir más allá, de una simple motivación económica, por eso la importancia de destacar la dignidad de la persona con la que se está tratando. Servir significa poner lo mejor de uno mismo para atender las necesidades y expectativas de otra persona. A través del conocimiento de lo que es el servicio al cliente, es importante tomarlo en cuenta, para determinar cuáles son las necesidades de los clientes, carencias, gustos, derechos y así obtener buenas razones del servicio al cliente.

3.4. Elementos de servicio al cliente

Entre los elementos de servicio al cliente se pueden mencionar los siguientes:

a. Contacto cara a cara: “Es la esencia del servicio al cliente, así como también representa la primera herramienta”.³⁵ El contacto cara a cara representa el momento oportuno de cumplir con el servicio, que brinda una organización o entidad. Los empleados o colaboradores deben de atender de manera atenta las necesidades y dudas del cliente y alcanzar sus expectativas.

³⁵ Hernández Sagastume, Blanca. **Estrategias de servicio al cliente**, pág.18.

b. Relación con el cliente: Es indispensable las buenas relaciones públicas con el cliente tanto interno como externo; con el cliente interno es necesaria la buena relación, para que los diferentes servicios o productos sean entregados de manera eficiente, así también una buena relación, con el cliente externo debe ser especial, ya que cada cliente es diferente, habrán quienes traten con clientes exigentes o inseguros, por lo que se debe capacitar al personal, que es el recurso humano para que ofrezca un servicio de calidad.

c. El contacto telefónico: “Es el factor trascendental en el servicio que se ofrece al cliente. La empresa debe abordar desde el modo de la atención por teléfono hasta el tiempo en el que se debe establecer la comunicación, especialmente si se trata desde el tiempo que se tarda en atender una llamada. Un cliente al otro lado del teléfono puede darse cuenta, con cuanta disposición es atendido por el trabajador y enfatiza en el temor por parte de éste, al momento de hacer una llamada después de que el teléfono timbra más de lo debido”.³⁶

En varias oportunidades, el primer contacto que los clientes tienen con una organización o entidad, se realiza por medio del teléfono por lo cual, el personal que atiende el teléfono debe saber comunicarse, transmitir seguridad y al mismo tiempo ser atento con el cliente, ya que en este caso, la llamada telefónica, representa la primera imagen de la institución y el clientes se da cuenta de como es tratado por la misma.

d. Comunicación por correo: “Una carta enteramente cordial acerca más al cliente, porque incluso queda documentada en ella el compromiso de servicio de la compañía. La correspondencia debe dirigirse a cada cliente de forma particular, no entregada como folleto o similares. Por ningún motivo debe considerarse al cliente, como un número más al que hay que enviarle correspondencia; al contrario, al momento de

³⁶ **Ibid**, pág.19

hacerlo se debe pensar en que a través de eso, se llega también al no-cliente porque es probable que el cliente actual se lo comunique”.³⁷ Toda empresa pública o privada, en muchas ocasiones se ha comunicado por correo, dependiendo de su actividad y es necesario que en el correo se redacte de forma sencilla, concreta y de manera cortés, el mensaje que se pretende transmitir al cliente.

3.5. Características del servicio al cliente

Analizando el término servicio al cliente, su importancia dentro de las actividades de la entidad pública o privada, de las anteriores definiciones de los autores se puede mencionar algunas características de servicio al cliente.

Para el autor Malcolm Peel, destaca entre los principales puntos del servicio al clientes como: “La dirección ejecutiva deber ser responsable funcional de todos los aspectos del servicio al cliente; la formación debe ser especial en todo el personal que esté en contacto con el cliente, el vestuario tiene que ser impecable de quienes entren en contacto con el cliente y la autoridad expresa en el personal de las sucursales para solucionar problemas de servicio.”³⁸

Así mismo, Chistopher Loverlock, a quien ya se ha citado anteriormente, argumenta que entre las características del servicio al cliente están el nivel de complejidad y grado de riesgo: “Debido a que hay algunas interacciones con los clientes más complejas que otras, se requiere contar con personal que pueda proporcionar información y ayuda personalizada en cualquier momento. El grado de riesgo se relaciona con las consecuencias que tiene para los clientes las fallas en el servicio; en este caso resultará importante contar con personal maduro y bien capacitado, que no sólo se

³⁷ **Ibid.**

³⁸ Peel. **Ob.Cit;** pág. 112.

comporten con calma y tacto cuando se enfrentan a clientes molestos (o difíciles) sino que también puedan trabajar para resolver el problemas con la mayor rapidez posible.”³⁹

De lo anterior se puede analizar que las características del servicio al cliente son: la confianza para desempeñar el servicio que se promete de manera segura, pronta y precisa para los clientes; la responsabilidad como la disposición por parte del personal que tiene que ayudar a los clientes y proporcionar el servicio con prontitud; la recuperación que implica ganarse nuevamente la confianza del cliente, cuando el servicio ha sido deficiente; y la seguridad en el sentido que tiene que tener cada empleado para transmitir e inspirar buena fe y confianza a los clientes.

3.6. Principios

En cuanto a los principios del servicio al cliente, como reglas de carácter general estas deben ser aplicadas por las empresas privadas o entidades públicas, encargadas de proporcionar los productos o servicios. A falta de una legislación nacional en donde se establezcan los principios del servicio de atención al cliente, las normas que regulan todo lo referente a la protección de los derechos de los consumidores, operan como principios. Sin embargo la importancia de los principios en el servicio al cliente representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa o entidad.

Esto hace que cualquier empresa o entidad que posea una política de calidad de servicios, que sea competitiva obtenga una clara diferenciación con respecto a lo que hacen otras empresas o instituciones en el mismo campo. Una empresa privada o

³⁹Lovelock. **Ob.Cit**; pág. 5.3

entidad pública orientada a la mejora en el servicio conoce las necesidades y expectativas de los clientes o consumidores a los que está destinada la política de atención, de modo que sea posible satisfacer sus necesidades y alcanzar o superar sus expectativas. Una mayor calidad en el servicio prestado y la atención percibida por los clientes tiende a incrementar su grado de satisfacción con respecto a la oferta de la empresa o entidad y produce una experiencia de compra, que favorece su fidelización con los productos o servicios.

Para la autora Vanesa Pérez se refiere a los principios de servicio de atención al cliente: “Como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias y expectativas del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios⁴⁰ .

Los principios entonces se relacionan con la calidad total en la atención al cliente el cual debe satisfacer las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa o eficiencia en la entidad, de forma tal que puedan cumplir sus objetivos.

Los principios de servicio al cliente van acompañados de una política de calidad, ya que el cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa o entidad que los proporciona. La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa o entidad. Así cada empresa o entidad desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de servicio que desarrolla.

⁴⁰ Pérez Torres. **Ob.Cit**; pág. 9.

Existen diversos principios de manera general que se deben seguir al llevar a cabo el servicio al cliente, por parte de las empresas o entidades, tanto en el ámbito público como privado, y así tener una mayor visión que se tiene acerca del aspecto más importante del servicio, que es el cliente.

- a. Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.
- b. Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal y con los clientes y proveedores.
- c. Anticipar y satisfacer consistentemente las necesidades de los clientes
- d. Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir, autoridad para atender las quejas.
- e. Preguntar a los clientes lo que quieren y dárselo una y otra vez, para hacerlos volver.
- f. Los clientes siempre esperan el cumplimiento de su palabra. Prometer menos, dar más.
- g. Mostrar respeto por las personas y ser atentos con ellas.
- h. Reconocer en forma explícita todo esfuerzo de implantación de una cultura de calidad. Remunerar a sus empleados como si fueran sus socios (incentivos).
- j. Alentar a los clientes a que digan todo aquello que no les guste, así como manifiesten lo que sí les agrada.

3.7. Lo que sucede en la realidad

Para muchas personas en Guatemala la palabra servicio al cliente, se ha hecho muy común, y se pensará que consiste simplemente a un puesto de kiosko, o un lugar en que el cliente se presenta para realizar reclamos o dudas, o bien para canjear puntos, de alguna promoción o premio. Sin embargo, en países muy industrializados como en Estados Unidos o los países de Europa, el servicio al cliente es más que eso, puesto que se ha convertido en una mayor importancia, para que las empresas o entidades interesadas en destacar sus productos o servicios, lo han hecho su forma natural de hacer negocios y lograr de esta forma la diferencia y para los consumidores y usuarios, es algo digno de exigir ya que el solo hecho de seleccionar un lugar para realizar transacciones les otorga ese derecho.

En nuestro país, se tiene esa constante percepción del mal trato por parte del personal de las empresas, entendiendo por mal trato a la forma apática en que algunos lugares son atendidas las personas o incluso se pueden retirar sin haber sido consultadas acerca de sus necesidades. Otros casos más incómodos aun, son los que se presenta cuando el cliente desea hacer un cambio o reclamo de mercadería o producto y se tropieza con una cantidad de requisitos más complejas que una solicitud de crédito. Es por ello, que es necesario determinar un lugar especial para el servicio al cliente, con el fin de evaluar el servicio recibido y determinar una estrategia de servicio al cliente, esto influiría de forma determinante en su satisfacción y preferencia.

Pero a diario se comete abusos por parte de los prestadores de bienes y servicios, hacia los consumidores y usuario. La realidad que se evidencia en las empresas o entidades públicas es una falta de atención y buen servicio para los clientes, esto a falta de una ley específicamente que regule el servicio de atención al cliente, y crear una institución para la protección de los derechos de consumidores y usuarios.

Una normativa especial para la atención a los clientes, beneficiaría, para defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003, establece normas que constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público. Sin embargo dentro del ámbito de aplicación de esta legislación no se incluyen, los servicios de atención al cliente con reglas especiales, ni tampoco define en la ley que debe entenderse por cliente, clases de clientes, principios de servicio al cliente, etc.

Si bien es cierto que las atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), están contenidas en la Ley Protección al Consumidor y Usuario, dichas atribuciones deben ser observadas por parte de los empleados de la institución encargada de velar porque se cumpla con la protección a los consumidores y usuarios y prestar una mejor atención a los ciudadanos que requieren de sus servicios, y con ello contribuir a que los derechos de los consumidores no se vean vulnerados debiendo garantizar la salud y seguridad de quienes lo solicitan no solo como una parte contratante, sino como un ser que constitucionalmente tiene la debida protección por parte del Estado. Debiendo reestructurar la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor a través del Ministerio de Economía y brindarle el aporte económico necesario para su fortalecimiento, para que se cumpla con el objetivo de su creación y tenga mayor participación en la solución de conflictos aplicando procedimientos administrativos sencillos, eficaces y favorables para el público que acude a plantear sus denuncias.

3.8. Ventajas y desventajas

En este apartado nos referimos a las ventajas que trae consigo, el de dar mayor importancia a un buen servicio al cliente. Para que los consumidores y usuarios, se conviertan en clientes de una empresa pública o privada, lo cual dependerá de la

atención que reciban, de la calidad del producto o servicio que se les brinde, para ello es importante la mayor lealtad de los consumidores y usuarios. Y las desventajas que se producen a falta de una implementación de estrategias para mejorar la calidad de servicio al cliente.

a. Ventajas

Las ventajas de ofrecer un buen servicio de atención al cliente, es para evitar menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por esa gestión, con ello se obtienen una mejor imagen y reputación de la empresa pública o privada. Y así los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores y usuarios, esto hace un mejor clima de trabajo interno.

Con las mejoras de atención al cliente, es fundamental analizar la base de datos de los clientes que se tiene en una empresa pública o privada, para medir la satisfacción que sienten en relación con el servicio prestado y conocer que expectativas tienen y como desean ser atendidos, para que se pueda aplicar las mejoras necesarias en cada tema y ver los resultados en cifras de crecimiento económico y social.

Las ventajas de mejorar continuamente el servicio de atención al cliente como medio para lograr su satisfacción, no es un asunto de querer o no querer, sino de hacer algo para agradar a los clientes. Se trata, en realidad de los objetivos para toda empresa o entidad, que pretenda seguir progresando y avanzando no solo en los mercados de producción, sino a nivel social.

Mejorar el servicio de atención al cliente debe constituirse como un verdadero reto para toda empresa o entidad, pública o privada, ya que los consumidores y usuarios son

cada día más conscientes, de la importancia de ser atendidos como se debe y de la protección de sus derechos, por lo cual esperan, la satisfacción de sus necesidades y expectativas y mucho más exigentes de como lo fueron pocos años atrás. Es de vital importancia, ya que se puede aseverar que un cliente satisfecho, atraerá más clientes a la empresa u organización.

b. Desventajas

A falta de una buena implementación de servicio al cliente, muchas empresas públicas o privadas, provocan la pérdida de clientes. Esto también por un personal no capacitado y poca formación, de la organización como una opción eficaz para sobrellevar, las relaciones entre el personal y la atención al cliente. Tomando en cuenta que la formación es un proceso que produce y desarrolla los conocimientos, el saber hacer y los comportamientos necesarios para la satisfacción de las exigencias de los clientes. La formación posibilitaría entonces que las empresas o entidades mejoren sus capacidades y logren sus objetivos vinculados a la calidad, y satisfacción del cliente.

Por lo cual las desventajas, de no prestar un buen servicio al cliente, son las consecuencias de un mal servicio y los motivos, que hacen ineficaz el servicio y la atención, son varios entre ellos están: Empleados negligentes que tiene una actitud negativa hacia los clientes; entrenamiento deficiente; diferencias de percepción entre lo que una empresa o entidad cree que los clientes desean y los que estos en realidad quieren; diferencias de percepción entre el producto o servicio que creen dar, y lo que creen recibir los clientes; diferencias de opinión entre lo que la empresa o entidad piensa acerca de la forma de tratar a los clientes, y como los clientes desean que los traten; carencia de una filosofía del servicio al cliente dentro de la empresa o entidad; deficiente manejo y resolución de las quejas; los empleados no están facultados, ni estimulados para prestar un buen servicio, asumiendo las responsabilidades y tomar decisiones que satisfagan a la clientela; y mal trato frecuente a empleados y clientes.

CAPÍTULO IV

4. La protección de los usuarios y la necesidad de crear la ley que regule el servicio de atención al cliente en el ordenamiento jurídico guatemalteco

Este capítulo es la esencia de la presente investigación, ya que enfoca la necesidad de crear un marco normativo que regule la creación de una oficina de servicio de atención al cliente, dentro del ordenamiento jurídico guatemalteco, ya que en la actualidad en Guatemala no se cuenta con dicha entidad que proteja los intereses de consumidores y usuarios.

4.1. Problemática

Tomando en consideración que la mala atención que los consumidores y usuarios reciben en los centros de actividad comercial de carácter privado y entidades gubernamentales, es lamentable la real situación, lo cual permitió preliminarmente realizar un estudio de lo que sucede en otras legislaciones, y en la nuestra, como la de regular la obligación que las entidades gubernamentales y no gubernamentales cuenten con un servicio específico de atención al cliente, como un órgano que protege los derechos de los usuarios ante la entidad o institución a la cual acude el usuario y le brinde a este la información necesaria de los productos o servicios que serán objeto de transacción comercial.

Al hacer el presente estudio podemos observar que dentro de nuestro derecho guatemalteco no contamos con una oficina de servicio de atención al cliente, que es el punto central de la presente investigación. De allí deviene la problemática de no contar con un órgano o entidad que realmente sea transparente de ejercer sobre la población una protección real y brindar soluciones prontas, hacia los problemas que se viven a

diario por parte de los consumidores y usuarios. Por eso tendría que existir en cada dependencia pública y privada una oficina que proteja los derechos e intereses de éstos. Ya que una oficina de servicio de atención al cliente, se dedicaría a la atención directa de los usuarios así como de los consumidores, para informar y orientar a los mismos sobre sus derechos, educando en materia de consumo, en forma absolutamente gratuita.

Podría adaptarse en Guatemala, una sucursal de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, sin embargo la realidad permite determinar la presente investigación con el fin de ver como funcionan las instituciones gubernamentales y no gubernamentales en la mejora en su calidad de servicio y que beneficios podría tener el hecho de que los guatemaltecos, cuenten con un marco normativo que obligue a estas instituciones a crear una entidad específica interna para servicios precisamente de estos usuarios, y que tengan la facultad de presentar sus requerimientos, quejas, o cualquier otra situación en que éstos se consideren afectados.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, emitida por el Congreso de la República de Guatemala, Decreto Número 06-2003, a lo largo de los años desde que fue creada en el año dos mil tres, denota una debilidad muy grande en cuanto a la protección de los usuarios y consumidores dentro del comercio guatemalteco tanto de índole privado como público. Esto a falta de voluntad por parte de la entidad, pero también influye el bajo presupuesto, para obtener mejores recurso financieros, materiales, como el no tener varias sucursales que cubran todo el territorio nacional y por consiguiente la falta de recursos humanos, poco personal, lo cual de viene también del poco presupuesto asignado a la misma.

A diario la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, recibe una cantidad de denuncias de diferente índole, y al buscar la solución de las mismas, la mayoría de

quejas se quedan impunes, propiciando con esto la ineficacia de la ley en materia de protección de los usuarios y consumidores, denotando una ineficiencia de parte de dicha normativa legal.

Sin embargo nuestra normativa ordinaria señala un conjunto de prohibiciones para los proveedores, con el fin de proteger tanto a usuarios como a consumidores, los cuales deben de ser de observancia general, entre los que podríamos señalar:

- La prohibición del acaparamiento de los productos.
- La especulación de los precios o cualquiera otra práctica que restrinja la oferta con el fin de encarecer los precios.
- El establecimiento de normas y regulaciones en materia de precios, cabe destacar que los consumidores y usuarios se encuentran en una situación de gran desprotección en diversas actividades económicas.

Aunque en materia de protección a los usuarios existen leyes de carácter ordinario, que contienen normas en protección a los sujetos de la relación de consumo, sin embargo para nadie es un secreto que la realidad es otra, tal es el caso de los usuarios en los precios tan elevados al adquirirlos y producen la pérdida de sus ahorros, o que adquieren productos de baja calidad sin que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor vele por sus intereses, productos en mal estado, entre otros sin que existan modalidades de protección de los mismos.

Por el contrario, los mecanismos de control o medidas implementadas dentro de las leyes que se supone que debieran proteger al usuario como al consumidor, apuntan

más al fortalecimiento de estas instituciones en esta materia, que a proteger realmente a los clientes.

Aunque la ley señala los procedimientos que deben seguirse cuando ha ocurrido una infracción a la Ley o Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala en el Capítulo VII del Artículo 77, dispone que la entidad encargada de hacer cumplir la misma, podrá iniciar una investigación e instrucción del expediente ya sea por denuncia o de oficio.

Cuando la denuncia ha sido recibida por escrito, se procede a citar al propietario o representante legal del establecimiento tal como lo establece el Artículo 88, de la referida Ley, para escuchar sus descargas y en el caso de que las pruebas sean suficientes se dicta la resolución que corresponda, dicha resolución generalmente no se asemeja a la realidad y tanto usuarios como consumidores, quedan en estado de indefensión teniendo que asumir los gastos por pérdidas dejadas de percibir por parte de estos.

Después que surge una denuncia por parte de un usuario, tiene que presentarse ante el Ministerio Público como institución encargada por velar en las investigación de índole criminal dentro del proceso penal Guatemalteco con el objeto de ratificar la denuncia, sin embargo generalmente este órgano de justicia no le da mayor importancia a este tipo denuncias porque no hay marco jurídico que estrictamente le fije un parámetro temporal para resolver.

Por otro lado el acaparamiento, el monopolio por parte de diferentes proveedores de productos, son figuras que nuestra la ley prohíbe sin embargo en el medio guatemalteco se dan comúnmente por parte de los comerciantes ya que estos,

sabiendo que no sufren mayores consecuencias las practican, por ello la necesidad que en cada institución se crea una oficina de servicio de atención al cliente, para que el usuario y consumidor hagan efectiva la aplicación del derecho que le asiste en el momento de adquirir un producto o servicio público o privado.

Si analizamos cada una de estas situaciones y vemos la problemática por la que tiene que pasar el usuario, deducimos que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, no es eficiente y más aun la Dirección de Atención al Consumidor, que a diario recibe denuncias tanto de carácter privado, como de carácter público que en la mayoría de casos no son resueltas.

Al ejemplificar el aprovechamiento por parte de los comerciantes lo podemos direccionar en varios sentidos, que se dan dentro de la sociedad guatemalteca pero mencionaremos los problemas que la experiencia y los antecedentes reflejan más la problemática que tienen que afrontan los usuarios y consumidores. Por ejemplo:

- En tiempo de inundaciones y sequías producto de la naturaleza, el comerciante de los productos de la canasta básica, aumentado el precio tal vez tres veces más alto del que tenía que ser tanto de los granos básico como de otros productos de consumo diario que son necesario dentro de los hogares guatemaltecos, que no tiene más que adaptarse a la realidad de esos precios, sin que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), vele porque no se cometan esas arbitrariedades, pero generalmente ocurre en nuestro medio sin que se preste atención por parte de las autoridades de solucionarlas.

- En el aspecto del producto de la gasolina, se dice que el engrudo denominado petróleo esta subiendo a pasos agigantados a nivel internacional y a veces la noticia es

nueva y los dueños de gasolineras ya elevaron el precio de la gasolina, sin que exista un control por parte de los encargados de proteger al consumidor y usuario, en Guatemala se dice siempre que hay normativa para todo, sin embargo de nada sirve que se creen leyes o se emitan acuerdos si los encargados de hacer velar los mismos nunca los cumplen.

De esta situación se desprende un gran número de quejas, denuncias y acusaciones por parte de los usuarios, en contra de los acaparadores ante los órganos administrativos y jurisdiccionales respectivos, sin embargo estos no actúan como se debe por las debilidades legales que permiten la pasividad en contra de los derechos de los clientes.

Por eso, la necesidad de crear la Ley que regule el Servicio de Atención al Cliente en el ordenamiento jurídico guatemalteco, propiciando una solución para las personas que a diario tienen que afrontar la problemática de ser mal atendidos, de comprar productos en mal estado y más aun el aprovechamiento por parte de algunos comerciantes de los productos con la intención de subirles el precio en tiempos de decadencia de los mismos por motivos tanto naturales, como sociales.

Al emitirse la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en el año dos mil tres, se estableció una obligación directa por parte del Congreso de la República de Guatemala, como lo era crear a los cinco años la legislación correspondiente para crear una Procuraduría, a la fecha el Organismo Ejecutivo se ha visto desentendido y no ha procurado una mejoría en la protección de los usuarios y consumidores, ni ha creado la Procuraduría después de más de nueve años de haber entrado en vigencia la citada ley.

En la actualidad la ley de protección al consumidor y usuario, aunque tiene competencia y es de observancia general en todo el territorio nacional, no es aplicable en todas las transacciones de productos o servicios entre proveedores y usuarios, y los inconvenientes que ha causado respecto de su aplicación o fundamentalmente lo que sucede con la falta de regulación de mecanismos de protección en el tema de los servicios públicos, como lo son: los servicios de agua potable, de energía eléctrica, la telefonía móvil celular, domiciliar y servicios privados como financieros y bancarios.

Estos servicios públicos se han evidenciado mucho por que cuando algún consumidor, por mal servicio por parte de las entidades gubernamentales presenta una queja ante la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), resulta que esta dirección de atención al consumir no tiene competencia para salvaguardar los derechos de los usuarios.

Como ejemplos de lo anterior se citarán lo siguiente: Si algún usuario se queja por cobros indebidos u otras anomalías por agua potable, energía eléctrica o telefonía, resulta que la DIACO no puede intervenir directamente en el problema, pues Empagua, Empresa Eléctrica, Deorsa y Deocsa y las compañías de telefonía se rigen por leyes o reglamentos propios.

Empagua se rige por la Ley Orgánica de la Municipalidad Metropolitana, Empresa Eléctrica de Guatemala Deorsa, y Deocsa se rige por reglamentos internos y por la Comisión Nacional de Energía Eléctrica C.N.E.E. Las compañías de telefonía se rigen por reglamentos internos y por la Superintendencia de Telecomunicaciones S.I.T. Lo mismo sucede con quejas en contra de entidades bancarias o financieras, por mal servicio o por cobros exagerados en intereses por uso de tarjetas de crédito.

Estas entidades están regidas por la Superintendencia de Bancos, y que sólo ven beneficios propios, dejando desprotegidos a los consumidores y usuarios de dichas quejas que son interpuestas en la DIACO. Estas son canalizadas hacia sus respectivas entidades reguladoras. No sucediera así, si la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, tuviera la potestad de intervenir directamente, y no como actualmente sucede, que se aplica supletoriamente otra ley de la institución de que se trate, es por ello necesario la creación de una oficina de servicio al cliente. Y que dicha oficina exista dentro de cada dependencia del estado y de las entidades públicas o privadas, que tengan por objeto, la protección de los derechos de los consumidores, y que no se den estos inconvenientes hacia el consumidor, quien es el que realmente sufre las consecuencias de un mal servicios por parte de los proveedores.

4.2 Propuesta de solución

Durante toda la investigación se ha venido señalando la problemática que sufren los usuarios así como los consumidores a diario por parte de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), y se ha citado el Decreto Número 06-2003, Ley de Protección al Consumidor y Usuario y se puede observar la poca eficacia que dicha ley tiene y no cumple con la misión para la que fue creada realmente, denotando indiferencia hacia la protección del usuario y consumidor.

Por ello, la necesidad de que en cada institución sea creada la oficina de servicio de atención al cliente, a través de una normativa que tenga fuerza de ley, y que tenga como principal objetivo la protección del usuario como del consumidor. Para atender cuestiones que inciden sobre la cotidianidad de la población, que son usuarios y consumidores de productos y servicios. El objetivo de dicha oficina, no es ni más ni menos que la defensa concreta de los derechos de los sujetos de la relación de consumo, cuando sus derechos constitucionales contemplados en la carta magna desde 1986, no son respetados.

Como está sucediendo en otros países y en otras legislaciones, se ha regulado una normativa ordinaria del servicio al cliente, como una obligación del proveedor de bienes o servicios en cualquier ámbito público o privado, para que dentro de su empresa o institución se establezca obligadamente el servicio al cliente, con el fin de que este se constituya prácticamente en una sucursal de la DIACO, pero con intenciones de solucionar el problema que presenta el usuario o consumidor, pues está en el momento en que ocurrió el suceso y se trata de una entidad o bien una unidad que pertenece a la empresa o institución que provoque la acción con el objeto primordialmente de brindar protección y velar porque se hagan efectivo los derechos que gozan los usuarios dentro de nuestra sociedad.

La calidad del servicio y la atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la calidad o satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como también atraer cada vez un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento tal, que lleve a estos a realizar gratuitamente la publicidad interpersonal, por lo que se puede decir entonces, que se trata de una política que debe surgir de parte de los proveedores de bienes o servicios en pro de su mejor prestigio en el ámbito que sea.

En dicha dimensión, los proveedores de bienes o servicios se encuentran plenamente convencidos de que los clientes constituyen el elemento vital de cualquier entidad. Y son pocas las entidades que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio y atención al cliente, lo cual se puede evidenciar con la realidad.

El servicio y atención al cliente juegan un papel primordial en cuanto a la calidad y mejoramiento de una entidad, pública o privada. El servicio y atención al usuario y consumidor, cubren un sin número de funciones administrativas, por lo cual la gerencia

de la empresa o la autoridad indicada en entidades estatales, deben preocuparse en los mismos, para descubrir oportunidades y hacer que la compañía sea mucho más exitosa y rentable.

Por lo tanto no escapan a que se norme una ley en beneficio de la colectividad dentro de la sociedad guatemalteca en la actualidad, haciendo un acopio al derecho Internacional, con el fin de brindar al comerciante y usuario una protección eficaz que garantice sus negociaciones, creando un marco jurídico comercial justo y razonable para una economía de libre mercado.

Tomando en cuenta que el derecho de consumo, en los tiempos modernos reviste especial importancia, pues es casi un clamor general y unánime, su correcta observancia y la exigencia de ser respetado, bajo ese orden de ideas; con el presente trabajo el objetivo es establecer la importancia que tiene la protección al usuario y/o consumidor final, específicamente respecto del pago de los productos adquiridos, desde el origen, para luego observar donde se ubican, tanto en la realidad social, jurídica y económica del país a través de una oficina que vela por propiciar tales derechos a dichas figuras.

Así el autor Gabriel Stiglitz define el derecho del consumidor de la siguiente manera: “la disciplina jurídica de la vida cotidiana del habitante de la sociedad de consumo”⁴¹

El autor Miguel Ángel Davara define al derecho del consumo así: “Este derecho prima la protección del sujeto más débil dentro de una relación contractual y abarca diversas materias de tratamiento común como son los casos de servicios bancarios y financieros, centrales privadas de información de riesgos, agencias de cobranza,

⁴¹ Stiglitz, Gabriel. **Defensa de los consumidores de productos y servicios**, pág. 86

empresas aseguradoras y servicios de seguros, venta de electrodomésticos, servicios médicos, servicios legales, servicios educativos, promoción de espectáculos artísticos, servicios inmobiliarios, servicios de transporte público urbano e interprovincial, servicios de transporte aéreo, servicios postales, servicios de estacionamiento, servicios de alimentos y bebidas, etiquetado y rotulado de productos.”⁴²

El objetivo de este trabajo se encuentra en un campo de fricciones en donde se trata de imponer una posición con carácter positivo hacia la realidad de la sociedad guatemalteca, y por lo tanto, hay que dejar en claro que todo cambio implica perder un modo de equilibrio social que no es eficiente para el usuario y consumidor, que podría disolverse por ser posiblemente y parcialmente ineficiente, sin señalar los signos de alarma que puedan implicar la pérdida de la credibilidad en las instituciones, debiendo dar por resultado la necesidad de crear opciones que signifiquen un relativo contrapeso y obligar a medir las propuestas y renovarlas en sus alcances y consecuencias.

Por lo cual se centra en la creación de una oficina de servicio de atención al cliente que llene los lineamiento de eficiencia dentro del medio guatemalteco con el objeto que las empresas que prestan servicios o que comercialicen productos o servicios, tanto de la iniciativa privada como pública, cuando los usuario y consumidores necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, puedan así mismo solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que pueda ofrecer el sector o la empresa a sus consumidores. Es necesaria esta solución ya que el factor más importante en todo negocio es el cliente, figura necesaria que se definió en capítulos anteriores.

⁴² Davara Rodríguez, Miguel Ángel. **La protección de los intereses del consumidor ante los nuevos sistemas de correo electrónico**, pág. 83.

4.3. Bases normativas para la creación de la ley

Antes de crear una ley es necesario conocer los derechos existentes, para poder ejercer los mismos, es indispensable identificarlos, analizarlos y hacerlos valer, por eso se debe de enfocar los lineamientos que todo proyecto de ley debe de contener para que sea eficiente y ajustado a la realidad. Por lo cual la emisión de una ley, requiere de ciertos requisitos, de etapas que se deben observar en la redacción de una normativa ordinaria.

Primero es necesario conocer el problema, para provocar la decisión de hacer una ley, se tiene como fin solucionar el problema y la necesidad real en la sociedad. Por eso es fundamental hacer un estudio, para analizar las siguientes preguntas:

¿Cuál es el problema que afecta al usuario en nuestra sociedad?

¿Cuáles son las causas de ese problema?

¿Cómo se podría solucionar el problema?

Una vez identificado el problema y haberle hallado respuestas a las preguntas anteriores. Es necesario integrar la comisión o comité y el medio donde la ley será aplicada. Se acude a las encuestas, entrevistas o conformarse una "muestra". Una muestra es un conjunto de personas que es representativa del "universo de estudio", con el objeto de identificar la problemática, es importante un cuadro para analizar los resultados que pueden ser útiles para el proyecto de ley. Una vez completado el relevamiento de la información obtenida, se podrá discernir cual es la problemática que afecta a los consumidores o usuarios.

Una vez se define el problema y tener la información identificada, es necesario resolver y determinar las propuestas de solución. Entonces se revisa la bibliografía

especializada sobre el problema y sobre la temática que lo atañe. Es importante buscar información sobre qué proyectos de ley nacionales existen en relación a esa problemática, también solicitando información a las autoridades legislativas de proyectos de ley anteriores. En este punto, es conveniente comparar los distintos proyectos, analizar cómo entiende cada uno el problema y qué soluciones proponen para resolverlo.

Posteriormente es necesaria la elaboración de la normativa que regulará el proyecto de ley con el objeto que tenga un asidero legal muy bien cimentado. Con toda esta información ya se está en condiciones de elaborar un proyecto de ley, el que debe incluir las siguientes partes:

- a. Una primera parte de "Fundamentos", en la que se presenta el tema analizado y cómo afecta a la sociedad, y se hace referencia a las fuentes de información relevada y consultada que fundamenta las observaciones realizadas.
- b. Una segunda parte de "Resoluciones", en la que se formula una solución.

En la legislación guatemalteca se establece la normativa constitucional que se debe tomar en cuenta, para la creación de una ley ordinaria, en defensa del consumidor y usuario. La Constitución Política de la República de Guatemala, en el Artículo 119, literal i) indica que: "La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación, para garantizar su salud, seguridad y legítimos intereses económicos".

Por ser una obligación estatal establecida en la Constitución Política de la República de Guatemala, al Estado de Guatemala y específicamente al Organismo Ejecutivo, a

través del Ministerio de Economía le corresponde verificar la protección y defensa de la población respecto a sus derechos cuando adquieren un bien o servicio, incluyendo diversos cambios que sean necesarios implementar para cumplir con este fin, y tendrían que ser los obligados a velar por la aplicación de los derechos de los usuarios y consumidores para satisfacer sus necesidades.

El Artículo antes citado es precepto legal, base fundamental que propició la creación del Decreto Número 06-2003, Ley de Protección al Consumidor y Usuario y fuente importante para la creación de una institución que vele por los derechos de los consumidores y usuarios a través de un proceso legislativo. Es por ello necesario citar cada uno de los pasos en la formación de una ley, con el fin de emitir una normativa que se ajuste a derecho y de ella devenir la creación de una oficina de servicio de Atención al cliente de forma obligatoria.

4.4. Del procedimiento de creación de la ley en Guatemala

En nuestro país le corresponde al Congreso de la República la potestad legislativa, el cual dentro de sus atribuciones y funciones, esta el de decretar, reformar y derogar las leyes en Guatemala, esta facultad legislativa se complementa con la función asignada al Presidente de la República, como Jefe del Organismo Ejecutivo, de sancionar y promulgar las leyes. De acuerdo a lo que establece para el efecto la Constitución Política de la República de Guatemala, en el Artículo 171 inciso a).

a. Iniciativa de ley

Para la formación de las leyes de nuestro país, en la actualidad, están facultados para presentar iniciativas, según lo establecido en el Artículo 174 de la Constitución Política de Guatemala: Los diputados al Congreso, el Organismo Ejecutivo, la Corte Suprema

de Justicia (sin que se le limite el ámbito material para presentar iniciativas), la Universidad de San Carlos de Guatemala y el Tribunal Supremo Electoral (que fue hasta en esta constitución vigente la que se le otorgó esa facultad).

La presentación del proyecto de ley debe hacerse redactada en forma de decreto y ante la Dirección Legislativa, según lo señala el Decreto 63-94 del Congreso de la República de Guatemala. Tal como lo establece el mismo Artículo 174 de la Constitución Política.

b. Presentación y discusión

El Artículo 176 de la Constitución Política de la República de Guatemala establece lo siguiente: “Presentado para su trámite un proyecto de ley, se observará el procedimiento que prescribe la Ley Orgánica y de Régimen Interior del Organismo Legislativo. Se pondrá a discusión en tres sesiones celebradas en distintos días y no podrá votarse hasta que se tenga por suficientemente discutido en la tercera sesión...”.

c. Aprobación

Se leerá en la misma sesión o a más tardar durante las tres próximas sesiones, con el objeto de que los diputados, puedan hacer objeciones y observaciones a la ley. Posteriormente, para su aprobación el texto del proyecto de ley, una vez agotada la discusión se procederá a votar sobre la redacción final. Según lo establece en el Artículo 177 de la Constitución Política de la República de Guatemala.

d. Sanción y promulgación

La Junta Directiva del Congreso por conducto del Presidente del Congreso, en un plazo no mayor de diez días, debe enviar el decreto al organismo ejecutivo para que sea objeto de sanción, promulgación y publicación, así lo establece el Artículo 183 inciso e) de la Constitución Política. En el caso de que sea sancionado debe contar con el auxilio del ministro del ramo de que se trate.

Posteriormente, es remitido de regreso a la Secretaria General de la Presidencia de la República con su respectiva promulgación y se ordene su publicación íntegramente en el diario oficial, denominado Diario de Centro América.

En el caso de que el Ejecutivo no devolviera el decreto dentro de los quince días siguientes a la fecha de su recepción, se tendrá por sancionado y el Congreso, previa discusión en única lectura y votación, lo deberá promulgar como ley dentro de los ocho días siguientes así lo establece el Artículo 178, segundo párrafo de la Constitución Política de la República de Guatemala y ordenará su publicación en un plazo posterior que no exceda de tres días así lo establece el Artículo 179 de la Constitución.

e. Veto presidencial

Otra de las funciones que le compete al Presidente de la República es la de poder ejercer el derecho de veto así lo establece el Artículo 183 inciso h) de la Constitución Política de la República de Guatemala con respecto de los decretos aprobados por el Congreso de la República, con excepciones determinadas, que comprenden aquellos casos en que no necesitan la sanción del ejecutivo.

Si el Congreso reconsidera el decreto vetado o lo conoce en el subsiguiente período de sesiones, se procede a darle lectura a lo siguiente: dictamen de la comisión original, los

antecedentes pertinentes, al decreto aprobado por el Congreso, al veto y a la nueva opinión y dictamen que deberá emitir la comisión correspondiente. Al concluir la lectura de los aspectos anteriores se pone a discusión el asunto en una lectura y agotada la discusión se pasará a votar para ratificar o no el decreto original.

f. Vigencia

Ocho días después de su publicación integra en el Diario Oficial a menos que la misma ley amplíe o restrinja el plazo, empezará a regir en todo el territorio nacional y surtirá sus efectos como ley vigente. A este respecto el método legislativo recomienda especificar expresamente la fecha exacta en que el decreto deberá entrar en vigor. Según el Artículo 180 de la Constitución Política, en cuanto a la vigencia de la ley.

Es así como ha quedado señalado cada uno de los pasos para la creación de una ley ordinaria en Guatemala. Por lo cual en el presente estudio, se ha venido recalando la necesidad de crear la Ley de Servicio de Atención al Cliente con carácter obligatorio, para todas las empresas e instituciones tanto gubernativas como privadas, que prestan sus servicios en Guatemala, para garantizar al usuario las garantías de lo que adquiere. Y con dicha ley, constituiría una nueva normativa, para que junto con las oficinas de servicio de atención al cliente, existentes en empresas públicas o privadas coadyuven, en velar por los derechos e intereses de los usuarios y consumidores en las relaciones con los proveedores de bienes y prestaciones de servicios.

Teniendo como principales funciones las oficinas de servicio de atención al cliente: Promover la educación y la formación permanente de los usuario así como de los consumidores, realizando actividades de información, organización y orientación en materia de consumo, con el objeto de prevenir las violaciones a los derechos de los usuarios y consumidores; establecer procedimientos administrativos eficaces para la

solución de controversias entre proveedores y consumidores y ejercer la potestad sancionadora según los alcances que la Constitución y las leyes establecen; velar porque en los instrumentos utilizados en los contratos de adhesión, cumplan con las condiciones necesarias para no violentar los derechos de los consumidores; representar directamente o por medio de apoderados a los consumidores, en el ejercicio de sus derechos y facultades ante las instancias administrativas y judiciales; organizar, recopilar y divulgar información para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los precios, tasas o tarifas y características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado; fomentar en los proveedores la adopción de normas y políticas orientadas a prevenir infracciones a las leyes de protección a los consumidores, así como de una mejor atención al cliente y otorgar reconocimientos a las personas, empresarios o entidades que se distingan en el respeto, protección y ayuda a los consumidores, de conformidad con los criterios que se establezcan reglamentariamente

Es necesario recordar que Guatemala, como signataria de la Organización de las Naciones Unidas, en Asamblea General, adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices para la protección del consumidor y usuario; mediante la Resolución 39/248 del 9 de abril de 1985, en las que se define el que hacer de los gobiernos para la creación de una efectiva protección y salvaguarda de los derechos e intereses legítimos de los consumidores y usuarios.

Esta nueva normativa que se propone, para crear la oficina de servicio de atención al cliente, debe de regular también que las compañías que presten los servicios de atención al cliente, establezcan niveles de servicios y normas de funcionamiento de una efectiva y mejor calidad. Entre las que se pueden mencionar:

- La libre elección, basada en precios justos y variedad de productos y servicios. Para ello deben contrarrestarse los monopolios que se imponen por parte de determinados proveedores a los precios fijados unilateralmente, de manera que el usuario o consumidor tenga opción. Esto se da comúnmente, con los servicios eléctricos o telefónicos, cuando una sola empresa maneja el mercado.

- La no discriminación o arbitrariedad, permitiendo a la población la misma calidad en los productos, sin distinción de condiciones sociales o económicas. Se evita así la distinción entre alimentos para ricos y alimentos para pobres, estos últimos de menor calidad o con defectos.

- Acceso digno y equitativo evitando la subordinación e indefensión ante las quejas y reclamos. Comúnmente, ante una queja o un reclamo, el consumidor es tratado como si se le estuviera haciendo un favor, poniendo en el proveedor la decisión acerca de la procedencia del reclamo o reparación, los tiempos en los que se efectuará, etcétera. Cuando en realidad está ejerciendo el derecho que le asiste en la relación contractual en la que ya cumplió su prestación, a diferencia del proveedor que la cumplió con deficiencias o defectos.

- El derecho a la educación para el consumo, porque sólo el efectivo conocimiento de los derechos hace posible la tutela de los demás. Si no se conocen los derechos, no estamos informados de la posibilidad de reclamar, de conocer las diferentes aristas de la publicidad, de pedir la información necesaria en cada caso, de controlar la calidad y demás condiciones de los productos y servicios, de nada sirven las normas que protegen al consumidor.

- Prestación de servicios gratuitos por teléfono que brinden asesoría de los productos a comercializar. Con el fin de bidireccionar una elección de lo que se quiere adquirir.

- Resolver las reclamaciones en el plazo que determine la ley. Con el fin de garantizar al consumidor que su problemática va ser solucionada en un tiempo razonado.

- Garantizar la atención personal directa, para que sepa a viva voz las ventajas y desventajas que esta adquiriendo.

- En ningún momento se debe de aprovechar la formulación de reclamaciones para ofrecer productos y servicios.

- El horario de atención al cliente de empresas o entidades de servicios esenciales debe de ser, el que se determine en la ley.

- Las empresas deberán mostrar en la factura, la información de contacto a través de teléfono, correo electrónico y dirección postal para las consultas de atención al cliente.

- Un reglamento posterior a la ley para que determiné los procedimientos a seguir, de parte de las oficinas de servicio al cliente.

- Derecho a que se cumpla con lo ofrecido en la publicidad.

Todo lo expuesto implica concientizar al usuario y/o consumidor, de su lugar como receptor de bienes y servicios y el papel que se desempeña en el mercado. Los lineamientos de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, consagra el derecho a la educación del consumidor y dispone que se debe estimular la formulación de programas generales de educación e información, teniendo como base las tradiciones culturales del pueblo del que se trate y la atención de los sectores de más bajos recursos y de menor capacitación.

No importa si se ve como una oportunidad o una necesidad. En cualquier caso, las grandes y no tan grandes compañías, de carácter privado o público deberán realizar un esfuerzo importante para adaptarse a los requerimientos de esta nueva Ley que se propone crear.

CONCLUSIONES

1. El derecho de consumo es un conjunto de normas jurídicas, principios e instituciones, que han sido creadas para facilitar el intercambio de bienes y servicios, con intervención del Estado, en la protección preferente al usuario y consumidor, pero esta protección no se hace efectiva y es ineficiente, debido a la falta de voluntad por parte de las instituciones encargadas de la defensa de los sujetos de la relación de consumo.
2. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, es una dependencia del Ministerio de Economía; actualmente es la única institución que tiene la potestad de proteger el derecho de los usuarios y consumidores, por lo tanto, está obligada a velar por que estos derechos se respeten. Pero la realidad refleja que no se cumple con esta protección.
3. Muchas empresas o entidades alrededor del mundo, han logrado sus objetivos organizacionales a través del servicio al cliente. En el caso de Guatemala, no se ha conseguido esto, a falta de una oficina de atención al cliente, tanto dentro de las empresas públicas como privadas; que sea de carácter obligatorio, para beneficio y protección de los derechos de los usuarios y consumidores.
4. Actualmente la mayoría de empresas privadas y entidades públicas, no utilizan como herramienta para mejorar la competitividad y eficiencia, las estrategias de un buen servicio al cliente, las cuales son importantes; esto, a falta de capacitación del personal o empleados, y motivación en el trato, tanto a usuarios como a consumidores, para brindar este tipo de servicio.

RECOMENDACIONES

1. El Estado de Guatemala, a través de las entidades públicas y privadas que prestan servicios, debe promover la defensa de los usuarios y consumidores, para hacer valer los principios, normas e instituciones, que han sido creadas para facilitar la defensa en la protección de los usuarios, y así propiciar los cambios tendentes a mejorar el intercambio de bienes y servicios en las relaciones de consumo.
2. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor debe promover, divulgar e informar, por medio de campañas publicitarias, cuáles son los derechos y obligaciones de los usuarios y consumidores, para fomentar una cultura de protección a los clientes con servicios de asesoramiento e información en materia de consumo.
3. El Congreso de la República de Guatemala, a través de la comisión del Consumidor y el Usuario, debe crear una ley que regule el servicio al cliente, para que todas las empresas públicas y privadas cuenten con una oficina de atención al cliente con carácter obligatorio, y tengan facultad de atender las quejas, requerimientos o cualquier otra situación en que los usuarios y consumidores se consideren afectados.
4. Las empresas y entidades públicas, deben iniciar alianzas con instituciones como el Intecap u otra entidad, para impartir cursos de servicio al cliente, como capacitación de su personal que labore en dichas organizaciones; creando un manual de inducción; que éstos conozcan las estrategias que se implementan con el fin de mejorar, de forma continua, el servicio al cliente y así fomentar de mejor manera sus servicios.

BIBLIOGRAFÍA

BERKEMEYER, Hugo. **Protección jurídica del consumidor y usuario.** Asunción, Paraguay: Ed. Intercontinental Studio, 1991. Págs. 85

DAVARA RODRÍGUEZ, Miguel Ángel. **La protección de los intereses del consumidor ante los nuevos sistemas de correo electrónico.** Madrid, España: Ed. Ceaccu, 2000. pág. 83

DE LEÓN CARPIO, Ramiro. **Catecismo constitucional.** Instituto de Investigaciones y Capacitación. 7º. ed.; Guatemala: Ed. Tipografía Nacional, 1995. pág. 35.

Diccionario enciclopédico Rezza Color. León Guanajuato, México: Ed. San Martín y Domínguez, 2000.

Diccionario jurídico Espasa. Nueva ed.; Madrid: Ed. Espasa Calp. S.A, 2001. 2125 págs.

ESPINOZA, Joaquín. **Diccionario de términos de economía.** (s.l.i.) Ed. FACIA, 2010. pág. 54.

EVANS R, James y Linday M. William. **Administración y control de calidad.** 7º. ed.; México: Ed. Editores S.A., 2008. 781 págs.

GARCÍA PELAYO, Manuel. **Derecho constitucional comparado.** Madrid, España: (s.e.), 1958. pág. 120.

GARCÍA PELAYO, Ramón y Gross. 1998. **Pequeño Larousse ilustrado.** 7º. ed.; México: Ed. Larousse, S.A., 1998. 1663 págs.

HERNÁNDEZ SAGASTUME, Blanca Mariana. **Estrategias de servicio al cliente para el desarrollo de una empresa de servicios de supervisión y control de normas de calidad.** (Tesis). USAC. Guatemala, septiembre de 2006. págs 528.

INVESTIGACIONES EDUCATIVAS DE LA EDITORIAL SANTILLANA. **Estudios sociales**. Costa Rica: Ed. Santillana, 1995. pág. 75.

ISHIKAWA, Kaouro. **¿Qué es el control total de calidad?** Colombia: Ed. Norma, 1993. pág.40

LOVELOCK, Christopher H. **Marketing de servicios**. 3°. ed.; México: (s.e.), 1997. pág. 45

MORÁIS CARVALHO, Jorge. **La protección de los consumidores en la Unión Europea: ¿mito o realidad?** 6vols; Santiago de Cali, Colombia: Ed. Criterio Jurídico, 2006. 266 págs.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. **Informe del Secretario General de la ONU**, 19 de febrero de 1998. pág. 2.

OSSORIO, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales**. 26°. ed.; Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta S.R.L., 1999. 1038 págs.

PEEL, Malcolm. **El servicio al cliente**. España: Ed. Deusto, 1993. 204 págs.

PERÉZ TORRES, Vanesa Carolina. **Calidad total en la atención al cliente**. Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio.1°. ed.; España: Ed. Gesbiblo, 2006. 104 págs.

PIRIS, Cristian Ricardo. **Evolución de los derechos del consumidor**. (s.l.i.).Universidad nacional de Nordeste. Edición de Comunicaciones científicas y tecnológicas, 2000.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, **Diccionario de la lengua española**. 22°. ed.; España, Madrid: Ed. Escapas Calpe, 2011.

RIVERO SÁNCHEZ, Juan Marcos. **¿Quo vadis derecho del consumidor?** Medellín: Ed. Biblioteca Jurídica Diké, 1997. pág. 19.

SAMAYOA, Rafael Mendel. **Técnica del FODA**. Unidad de Inducción y Desarrollo, División de Administración de Personal. Guatemala, USAC, 1992. Págs. 557.

STIGLITZ, Gabriel. **Defensa de los consumidores de productos y servicios**. Buenos Aires, Argentina: Ed. La Roca, (s.f.). pág.39.

TARÍ GUILLÓ, Juan José. **La calidad total: fuente de ventaja competitiva**. Murcia, España: Ed. Publicaciones Universidad de Alicante, 2000. 302 págs.

TSCHOHL, John. **Servicio al cliente**. 3º. ed.; México: Ed. Pax, 2004. 350 págs.

WINTER, Robert S. **Manual de trabajo en equipo**. Madrid, España: Ed. Díaz de Santos, 2000. pág.137.

ZEITHAML, Valarie y Mary Jo Bitner. **Marketing de servicios**. Un Enfoque de Integración del Cliente a la Empresa. 2º. ed.; México: Ed. McGraw Hill/Interamericana. S.A., 2002. 747 págs.

Legislación:

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

Código Civil. Enrique Peralta Azurdia. Jefe de Gobierno de la República de Guatemala. Decreto Ley 106, 1964.

Código de Comercio. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 2-70, 1970.

Código de Salud. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 90-97, 1997.

Código Penal. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 17-73, 1973.

Ley de la Propiedad Industrial. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número. 57-2000, 2000.

Ley de Protección al Consumidor. Oscar Mejía Víctores. Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, Decreto Ley 1-85, 1985.

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

Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. Presidente de la República. Acuerdo Gubernativo Número. 777-2003, 2003.

Creación de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, con dependencia del Ministerio de Economía. Presidente de la República. Acuerdo Gubernativo No. 425-95, 1995.