

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



**INSEGURIDAD JURÍDICA EN LAS RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE
PROVEEDOR Y CONSUMIDOR**

EDNA CANDELARIA MORALES BURRIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2014

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

**INSEGURIDAD JURÍDICA EN LAS RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE
PROVEEDOR Y CONSUMIDOR**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

EDNA CANDELARIA MORALES BURRIÓN

Previa a conferírsele el grado académico de

LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Guatemala, noviembre 2014

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

DECANO: MSc. Avidán Ortiz Orellana

VOCAL I: Lic. Luis Rodolfo Polanco Gil

VOCAL II: Licda. Rosario Gil Pérez

VOCAL III: Lic. Juan José Bolaños Mejía

VOCAL IV: Br. Mario Roberto Méndez Alvarez

VOCAL V: Br. Luis Rodolfo Aceituno Macario

SECRETARIO: Lic. Luis Fernando López Díaz

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



Lic. Aldo Osberto González Linares
Abogado y Notario

Colegiado No. 8831

Guatemala, 22 de Agosto de 2013


Lic. Aldo O. González Linares
ABOGADO Y NOTARIO

Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su despacho.

FACULTAD DE CIENCIAS
JURIDICAS Y SOCIALES
RECIBIDO
29 AGO. 2013
UNIDAD DE ASESORIA DE TESIS
Hora: _____
Firma: _____

Respetable Licenciado:

De conformidad con el nombramiento emitido, procedí dirigir el trabajo de tesis del bachiller Edna Candelaria Morales Burrión, intitulado "INSEGURIDAD JURÍDICA EN LAS RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR", en cumplimiento con lo preceptuado en el Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, declaro en forma expresa que no tengo parentesco dentro y fuera de los grados de ley. Asimismo, en virtud de la asesoría realizada se verificó:

1. Que el contenido científico y técnico de la tesis se encuentra actualizado y desarrollado conforme a la materia tratada.
2. La metodología de deducción, inducción, análisis y jurídico se contemplan en el trabajo; y las técnicas son las propuestas en el plan de investigación, que entre ellas se puede verificar el uso de la ficha bibliográfica, por el desarrollo de cada cita.
3. La redacción fue elaborada en tercera persona haciendo una adaptación parafraseada de cada capítulo al tema principal propuesto.
4. En cuanto a la contribución científica del tema, va dirigido a establecer los diferentes abusos que se dan entre las relaciones económicas del



Lic. Aldo Osberto González Linares
Abogado y Notario

Colegiado No. 8831

- consumidor y proveedor. Así como la enunciación de las deficiencias institucionales, legales y políticas de la Dirección de Asistencia al Consumidor y Usuario, proponiendo la implementación de un tipo penal, mayor participación de la sociedad civil con sus códigos de conducta y fortalecimiento institucional a través de la creación de la Procuraduría.
5. En las conclusiones se enumeraron los problemas encontrados en el desarrollo del trabajo de tesis y las recomendaciones que contienen propuestas de solución a los conflictos encontrados.
 6. La bibliografía que se utilizó fue acorde al tema, iniciando a través de teorías generales como es la protección consumidor y específicas que son los problemas presentados en las relaciones económicas entre consumidor y proveedor.

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 Examen General Público resulta, procedente emitir DICTAMEN FAVORABLE, aprobando el trabajo de tesis asesorado.

Me suscribo, atentamente;


Lic. Aldo O. González Linares
ABOGADO Y NOTARIO



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.
Guatemala, 02 de septiembre de 2013.

Atentamente, pase a el LICENCIADO RAMIRO RUÍZ HERNÁNDEZ, para que proceda a revisar el trabajo de tesis de la estudiante EDNA CANDELARIA MORALES BURRIÓN, intitulado: "INSEGURIDAD JURÍDICA EN LAS RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR".

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".

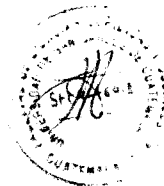
DR. BONERGE AMILCAR MEJÍA ORELLANA
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS

cc.Unidad de Tesis
BAMO/iyf.



Licenciado Ramiro Ruíz Hernández

Abogado Y Notario / Colegiado 5,802

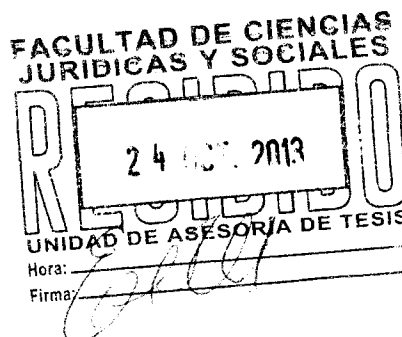


Dirección: 7 Av. 8-56 zona 1 Of. 6-11 Nivel 6, Ciudad de Guatemala
Teléfono No.: 58225670

Guatemala, 15 de octubre de 2013

Ramiro Ruíz Hernández
ABOGADO Y NOTARIO

Licenciado
Carlos Manuel Castro Monroy
Sub-Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala



Distinguido Licenciado:

En cumplimiento con el nombramiento recaído a mi persona y con lo preceptuado en el Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, declaro en forma expresa que no tengo parentesco dentro y fuera de los grados de ley con **EDNA CANDELARIA MORALES BURRIÓN**, por lo que procedí a la revisión de su tesis de grado intitulada **“INSEGURIDAD JURÍDICA EN LAS RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR”**; y para lo cual emito el siguiente dictamen:

Al analizar el trabajo de tesis de la bachiller Morales Burrión, se hace constar que el contenido científico y técnico de la tesis, se ajusta al tema desarrollado y en virtud de haberse satisfecho las exigencias del suscrito revisor, en realizar las modificaciones de forma y de fondo para mejorar la investigación, el mismo constituye un aporte al contenido científico y técnico al Derecho de nuestro país. El tema abordado por la bachiller, hace en principio un estudio general sobre los derechos del consumidor y usuario; su origen, conceptos básicos, características, causas y efectos.

La bachiller desarrolló una investigación bibliográfica documental; utilizando los métodos inductivo, deductivo, analítico, descriptivo y sintético, lo que permitió entrelazar la historia, partiendo de los principios generales del derecho a la realidad actual; fueron aplicadas las reglas de redacción y ortografía correctamente, siguiendo las normas estipuladas de la Real Academia de la Lengua Española; trabajo de tesis que constituye un aporte científico a esta

Licenciado Ramiro Ruíz Hernández

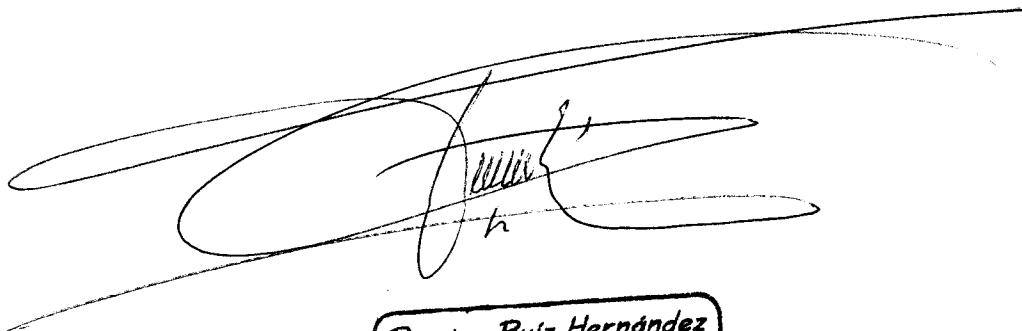
Abogado Y Notario / Colegiado 5,802

Dirección: 7 Av. 8-56 zona 1 Of. 6-11 Nivel 6, Ciudad de Guatemala
Teléfono No.: 58225670

facultad, contribuyendo doctrinaria y jurídicamente en materia de las relaciones económicas del Consumidor y proveedor; las conclusiones y recomendaciones son concluyentes con los temas desarrollados dentro de la investigación, 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.

Concluyo, en virtud de haberse satisfecho las exigencias del revisor, derivadas del examen del trabajo y por las razones expuestas resulta procedente emitir **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto que el presente trabajo sea aprobado y discutido posteriormente en revisiones tanto de forma, de fondo y finalmente en el examen general público correspondiente.

Cordialmente;



Ramiro Ruíz Hernández
ABOGADO Y NOTARIO



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

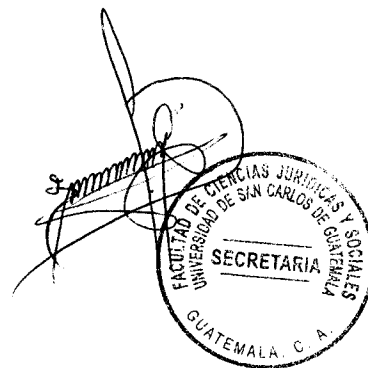


DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 19 de agosto de 2014.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de la estudiante EDNA CANDELARIA MORALES BURRIÓN, titulado INSEGURIDAD JURÍDICA EN LAS RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR. 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/srrs.

A handwritten signature in black ink, appearing to be "BAMO/srrs".





DEDICATORIA

- A DIOS:** Infinito agradecimiento por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida además por el privilegio de contar con mi familia y de haberme bendecido siempre.
- A MIS PADRES:** Andrés Avilio Morales Pérez y María Luisa Burrión Marroquín de Morales como una humilde muestra y agradecimiento por todos sus esfuerzos realizados desde mi infancia hasta este día, les dedico este triunfo.
- A MIS HERMANOS:** Lic. Eddy Luis, Lic. Alvaro Abilio y Yesenia Jeannette porque juntos hemos compartido momentos inolvidables en la vida, gracias por estar conmigo en todo momento.
- A MIS SOBRINOS:** Andrés, Nayeli y Alvaro con mucho cariño esperando que este ejemplo puedan imitarlo y además realizarlo.
- A MIS ABUELOS:** María Elena Marroquín García QEPD; María Candelaria Pérez QEPD; Jesús Morales QEPD y Eugenio Burrión por sus consejos.
- A MIS TÍOS:** Especialmente a Felipe Burrión Marroquín por su amor, sus sabios consejos y aunque ya no estás aquí conmigo este triunfo te lo dedico QDEP. Aparicio Morales por tus consejos. QDEP; Aparicio Morales por tus consejos. QDEP.
- A MIS PRIMOS:** con cariño, en especial a Marcos Daniel, Carlos Alberto, Luis Alexander Burrion Rivera. Gualberto, Otto Morales con quienes compartí momentos inolvidables de mi niñez.



A MIS AMIGAS: Cinthia, Ingrid, Jaydi, Angie, con quienes compartimos estudios y nos apoyamos mutuamente, en especial a: Licda. Ingrid Rivera por sus consejos y motivación para culminar la carrera, Licda. Eloísa Mazariegos por sus consejos. Conchita de Elías por su cariño, apoyo incondicional. Odilia Navarro por sus consejos, amistad, apoyo. Myrna Monroy por su amistad tan valiosa.

A MIS MAESTROS: Por sus sabios conocimientos y motivación para la culminación de mis estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

A: La gloriosa tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, Alma Mater que permitió que me formara como profesional, especialmente a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de cuyas aulas tengo el privilegio de ser egresada.



ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	i

CAPÍTULO I

1. Protección al consumidor y usuario.....	1
1. 1.Origen y evolución.....	1
1. 2.Los primero movimiento legislativos de protección.....	12
1. 3.La aparición de la noción de consumidor	14
1. 4.Las organizaciones de consumidores.....	19
1. 5.Derechos básicos de los consumidores y usuarios	20
1. 6.Concepto del derecho del consumidor	25
1. 7.Funciones del derecho del consumidor	28

CAPÍTULO II

2. Protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios, en la Unión Europea.....	31
2. 1.La representación de los consumidores	32
2. 2.El derecho a la indemnización y a la resolución de litigios	34
2. 3.Solución extrajudicial de conflictos en materia de consumo.....	36
2. 4.Sistemas voluntarios de protección al consumidor	41
2. 5.Estrategia en materia de política de los consumidores (2007-2013)	45
2. 6.Principios básicos para la protección de los consumidores en la Unión Europea.....	47
2.6.1. Compre lo que desee	47
2.6.2. Si no sirve, devuélvalo.....	48
2.6.3. Normas de seguridad alimentarias y relativas a otros bienes de consumo.....	49
2.6.4. Sepa lo que come.....	49



	Pág.
2.6.5. Debe respetarse a los consumidores en los contratos	50
2.6.6. En ocasiones los consumidores pueden cambiar de opinión	50
2.6.7. Mayor facilidad para comparar precios	51
2.6.8. No debe engañarse a los consumidores	51
2.6.9. Protección durante sus vacaciones	51
2.6.10. Indemnizaciones efectivas en caso de litigios transfronterizos	52

CAPÍTULO III

3. Los derechos del consumidor y usuario en Guatemala	53
3. 1.Historia	53
3. 2.Atribuciones	56
3. 3.Organización	59
3.3.1. Organización administrativa interna	59
3.3.2. Organización funcional.....	64
3. 4.Régimen económico y financiero	65
3. 5.Métodos de protección para implementar los derechos mínimos del consumidor y usuario por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)	66
3.5.1. Función y programas de tutela	67
3.5.2. Áreas de investigación	67
3.5.3. Infracciones y sanciones	68
3.5.4. Reincidencia.....	75
3.5.5. Registro	76
3.5.6. Reparación, restitución, reposición o devolución	78
3. 6.Solución y defensa de conflictos	80
3.6.1. Inicio	80
3.6.2. Clases de procedimientos	80
3. 7.Proceso de conversión de dirección a procuraduría	90



CAPÍTULO IV

	Pág.
4. Inseguridad jurídica en las relaciones económicas entre el proveedor y consumidor.....	95
4. 1.Prácticas comerciales que crean inseguridad jurídica en el consumidor o usuario.....	95
4.1.1. Actos de engaño	96
4.1.2. Prácticas agresivas	99
4.1.3. Prácticas agresivas en diferentes modalidades de ventas.....	102
4.1.4. Inseguridad jurídica en relaciones económicas entre consumidor y proveedores mediante contratos.....	108
4.1.5. Cláusulas no negociadas individualmente y cláusulas abusivas.....	111
4. 2.Debilidades institucionales, legales y políticas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	114
4.2.1. Debilidades institucionales	114
4.2.2. Debilidades legales	117
4.2.3. Debilidades políticas	117
4. 3.Propuesta para combatir la inseguridad jurídica en las relaciones económicas entre el proveedor y consumidor	118
4.3.1. Aplicación de directrices.....	119
4.3.2. Creación de códigos de conducta	122
4.3.3. Creación de tipo penal.....	123
CONCLUSIONES	125
RECOMENDACIONES	127
BIBLIOGRAFÍA	129



INTRODUCCIÓN

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor es la institución pública dependiente del Ministerio de Economía que procura que las relaciones entre proveedores, consumidores y usuarios se llevan a cabo con apego a las leyes en materia de protección al consumidor. Atiende al consumidor y usuario orientándolo en todo lo relacionado a calidad, peso y demás características de los productos y servicios existentes en el mercado.

Actualmente las relaciones económicas entre consumidor y proveedor, han demostrado una inseguridad jurídica, en virtud de la deficiencias institucionales, legales y políticas que presenta la Dirección de Asistencia del Consumidor y Usuario en Guatemala, así como la escasa participación de la sociedad civil por la falta de asociaciones civiles sin finalidades lucrativas que denuncie o coadyuven al Estado en la protección del consumidor.

La solución hipotética propuesta fue satisfecha, asimismo, permitió cumplir con los objetivos de la investigación al establecer el fortalecimiento al combate a los diversos abusos cometidos por los proveedores en las relaciones económicas con el consumidor, a través de la implementación de directrices internacionales, la proyección en la creación de un tipo penal y reforzamiento institucional de la actual Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.



En el desarrollo de la presente investigación se realizó un análisis estructurado de los temas doctrinarios íntimamente relacionados al problema, los cuales están formulados de la siguiente manera: en el capítulo uno, se desarrolló un análisis doctrinario general sobre los derechos del consumidor; en el dos, se describió un estudio sobre el contenido en leyes de la Unión Europea referentes al tema; en el tres, se desarrolla la historia y un análisis legal sobre los derechos del consumidor y usuario en Guatemala; finalmente en el cuatro, se describieron las diferentes anomalías que se presenta respecto las relaciones económicas entre consumidor y proveedor, determinando las deficiencias estatales y sociales en su combate así como propuesta de solución.

En cuanto la determinación de los métodos empleados fueron el sintético, analítico, inductivo, deductivo, jurídico y la técnicas de investigación fue la bibliografía, para enriquecer doctrinariamente cada tema; se utilizaron análisis de contenido y análisis documental con ello las fichas bibliográficas, de trabajo y reproducciones.

El presente trabajo de investigación aporta un estudio específicamente sobre los problemas entre las relaciones económicas entre proveedor y usuario, la participación estatal a través de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, proponiendo soluciones no previstas dentro de sus funciones actuales.



CAPÍTULO I

1. Protección al consumidor y usuario

1. 1. Origen y evolución

Víctor Malpartida Castillo en el año 2003 detalló cronológicamente “la historia de la protección al consumidor y expresa que la actividad de consumo se ha realizado desde tiempos históricos anteriores a la consideración específicamente jurídica. No obstante, es posible señalar algunos datos que denotan la preocupación social por la mencionada actividad y cómo se ha ido consolidando un tratamiento jurídico del consumidor.”¹

Así, en la Biblia – citada por Julio Durand en el trabajo Víctor Malpartida Castillo- se señala lo siguiente: “Tendrás un peso justo y exacto, e igualmente una medida justa y exacta para que se prolonguen tus días en la tierra de Yavé, tu Dios, te da. Porque Yavé aborrece al que no hace tales cosas y a toda injusticia.”²

Se considera que el derecho a los alimentos fue el primer foco de protección al consumidor. Así - según Rivas Belotti citado por Víctor Malpartida Castillo -, “las Leyes Mosaicas y egipcias gobernaban el manejo de la carne. Las leyes griegas y romanas

¹ Malpartida Castillo, Víctor, **El Derecho del consumidor en el Perú y en el derecho comparado**, Pág. 35.

² *Ibíd.*, Pág. 35.



prohibían la adulteración del vino con el agua a su vez, en la India se imponían castigos a los que adulteraban los granos y el aceite.”³

Asimismo, ciertos miembros del gremio panadero- en la misma Edad Media- , cometían fraude reduciendo el peso del pan y, algunas veces, adulterando la harina con sedimentos de guisante seco o de habas. Este fraude trajo como consecuencia la primera ley protectora de alimentos, denominada Assize of Bread. En el año 1202, el Rey Juan de Inglaterra proclamó esta ley diciendo: “Si cualquier falta es encontrada en el pan de cualquier panadero de esta ciudad, la primera vez permitanle que sea arrastrado desde el hall gremial hasta su casa y la falsa tajada cuelgue de su cuello; si una segunda vez, él es encontrado cometiendo la misma ofensa, él deberá ser puesto en un cepo y permanecer ahí por lo menos una hora.”⁴

“Posteriormente, en la Edad Media, fuera del gremio formado por los comerciantes y artesanos, surgieron los primeros inspectores alimenticios, el llamado gremio de los inspectores pimienta. Estos inspectores trataban de refrenar el inescrupuloso mercado de pimienta, impidiendo que se muelan otros elementos en sustitución, como cortezas y semillas, cáscara de nuez, corazón de oliva y cáscara de coco. Más tarde, estos oficiales se convirtieron en un arma de la Corona Británica, responsables de los estándares del precio oficial.”⁵

³ *Ibíd.*, Pág. 36.

⁴ *Ibíd.*, Pág. 36.

⁵ *Ibíd.*, Pág. 37.



“En Inglaterra, como desarrollo posterior, también fueron promulgadas diversas leyes con el objetivo de brindar protección al consumidor en lo que se refiere a alimentos. Fueron las llamadas Ley del Pan de 1836, la Adulteración de la Semilla y la Ley de Salud Pública de 1890, las que conformaron el punto de partida de un sistema normativo que sentarían las bases años más tarde, para contrarrestar los abusos en la comercialización de alimentos en grandes cantidades.”⁶

“Por otro lado, los colonos en el Nuevo Mundo, no escaparon de producir o comercializar alimentos igualmente. La primera ley americana de consumo o ley de alimentos, fue promulgada en Massachussets en 1784. Luego, en 1790, el Secretario de Estado Thomas Jefferson, trabajó para desarrollar el primer juego de leyes americanas de peso y medida para ayudar a proteger la integridad de las transacciones comerciales americanas.”⁷

“En el siglo XVIII, con la Revolución Industrial, aparece en toda su dimensión la figura del consumidor. Como ha expresado Toffler, las sociedades industriales trajeron como consecuencia la separación entre productor y consumidor, entre producción y consumo. Los productores acostumbrados a orientar su producción hacia su propio consumo (prosumidor), en adelante lo harían con el objetivo de concurrir al mercado y para el intercambio. El mercado, adquiriría gran protagonismo.”⁸

⁶ *Ibíd.*, Pág. 37.

⁷ *Ibíd.*, Pág. 37.

⁸ *Ibíd.*, Pág. 37.



“Con el maquinismo, asimismo, surge la producción masiva y con ella, la contratación masiva, su correlato en lo económico- jurídico, es decir, aquella contratación efectuada en base a modalidades como los contratos por adhesión y las cláusulas generales de contratación. Estas modalidades contractuales eran el elemento consecuente con la producción masiva.”⁹

“Sin embargo, las modalidades contractuales mencionadas, unidas a una concentración de poder económico en el mercado, llevaron a un intervencionismo del Estado en la economía. De un Estado gendarme, que sólo vigilaba la actividad económica en el mercado sin voluntad de intervenir, se pasó a fines del siglo XIX y comienzos del XX, a un Estado interventor que trataba de restablecer las condiciones de competencia así como corregir las desigualdades económicas entre los agentes y tratando de sustituir mediante la coacción, la voluntad de los agentes económicos. Esta transformación en el rol del Estado no era gratuita. Obedecía al abuso presentado en las transacciones comerciales, más cuando la empresa gozaba de una posición de dominio en el mercado.”¹⁰

“Se evidenciaría entonces, los límites del modelo de competencia o de concurrencia en el mercado. La libertad de contratar no venía aparejada de una dosis de igualdad. Así, como manifiesta al abordarse jurídicamente la contratación en masa fue haciéndose espacio la figura del consumidor.”¹¹

⁹ *Ibíd.*, Pág. 37.

¹⁰ *Ibíd.*, Pág. 185.

¹¹ *Ibíd.*, Pág. 37.

La primera reacción en este campo – expresa Vega Mere -, “fue la de aplicar el utillaje propio del concepto clásico de contrato para combatir la fuerza expansiva de aquellas modalidades. Se apeló a la idea de la falta de tratos previos entre los contratantes, de inducción a error, de dolo. Se reiteró la debilidad contractual de quien quedaba sujeto a aceptar un contrato sin haber participado en su elaboración. Haciendo frecuente uso de la regla favor debitoris.”¹²

La jurisprudencia tendría un papel central al apartarse de las técnicas habituales de defensa del deudor diferenciándolo del consumidor. No siempre el obligado a entregar un bien o cumplir un servicio era consumidor; lo podía ser la misma empresa que tenía mejor capacidad de negociación o de acopiar información: “Surge en contraste, la categoría del consumidor como sujeto participante en el mercado- pero un mercado intervenido- al cual había que dispensarle una protección ad hoc, distinta, especial, que al fin de cuentas se separaría del derecho común, no obstante que la disciplina que se construirá tendrá como substrato el derecho civil. El consumidor pasaría, entonces, a ser el nuevo personaje para el derecho, pese a que había aparecido tiempo atrás con la revolución industrial. Si en algún momento de la historia el protagonista fue el comerciante y después el trabajador, ahora se reservaría el rol principal al consumidor.”¹³

“Un claro ejemplo del desarrollo de la toma de conciencia sobre la necesaria protección al consumidor se encuentra con lo ocurrido en los Estados Unidos de América. Así, en

¹² *Ibid.*, Pág. 37.

¹³ *Ibid.*, Pág. 38.

este país, a fines del siglo XIX se daría la primera normatividad contra aquellas situaciones que configurarían abuso de poder económico y que representaban la eliminación de la competencia.”¹⁴

Es el caso de la Sherman Act, la cual tuvo por objetivo controlar y establecer un manejo equitativo de las actividades económicas en el área de la protección al consumidor: “Entre sus aspectos más característicos cabe destacar, por ejemplo, la forma cómo se aplicó, dado que su ejecución en muchos casos implicaba una acusación formal de carácter criminal que podía acabar con la imposición de una multa en el mejor de los casos, o con el encarcelamiento de los autores según la gravedad del delito realizado.”¹⁵

A la referida norma le seguiría la denominada Clayton Act, “cuya finalidad era establecer pautas para controlar de manera más efectiva las restricciones y abusos que se presentaban en el campo de las actividades comerciales, así como las discriminaciones intencionadas frente a los consumidores que se suscitaban cada vez con mayor frecuencia y nocividad en torno a la vigencia de los precios.”¹⁶

“Asimismo -menciona Rivas Belotti citado por Víctor Malpartida Castillo-, el Dr. Harvey W. Witey, fue el pionero americano en lo que respecta a la protección al consumidor. Él quien había llegado de la India para asumir el puesto de Jefe Químico del Departamento de Agricultura en los Estados Unidos-, probó los alimentos y los

¹⁴ **Ibid.**, Pág. 38.

¹⁵ **Ibid.**, Pág. 38.

¹⁶ **Ibid.**, Pág. 38.

encontró de baja calidad: la pimienta extendida con polvo, el café mezclado con bellota. Así, en 1902, condujo el primer examen de la nación americana sobre los efectos de los aditivos alimenticios. Para llamar la atención sobre el problema, alimentó a doce de sus ayudantes – jóvenes químicos a quienes bautizaron como el grupo venenoso- , proporcionándoles una dieta firme con alimentos adulterados. Sus experimentos progresaron, creando una presión pública para la alimentación sana. En 1930, surge el movimiento consumerista. La investigación del consumo fue fundada por I.J. Schink, con controles de laboratorio y publicaciones en el Boletín del Consumidor. Luego, se formaría la Unión Consumerista, el cual publicó el Consumer Report, revista surgida en 1970 y que tiene más de dos millones de suscriptores actualmente.”¹⁷

Entre 1920 y 1930 se sucedieron una serie de incidentes, como envenenamientos, desfiguraciones y muertes, producidos por cosméticos y medicamentos. Rexford G. Tugwell, asistente de la Secretaría de Agricultura en el gobierno de Franklin D. Roosevelt, Estados Unidos, se convirtió en el principal defensor de los derechos del consumidor en aquella época. Hizo campaña para una comida estricta y asimismo, para la promulgación de leyes de medicamentos y la regulación de cosméticos: “Como parte de su campaña para la nueva regulación, Tugwell autorizó a una ayudante, Ruth de Forrest Lamb, para poner juntos una exposición impresionante de posters, botellas y etiquetas llamada El cuarto de horror. Una ilustración especialmente cruda del daño hacia los consumidores fue una serie de fotos de una mujer joven, antes y después de

¹⁷ *Ibid.*, Pág. 39.



que quedara ciega por la anilina colorante en el rimel”¹⁸. En 1938 se aprobó un nuevo control de alimentos, medicamentos y cosméticos.

En 1950, el gobernador de Nueva York, Estados Unidos, Averril Arriman, designó como primer consejero gubernamental del consumidor al Doctor Persia Campbell, quien se desempeñaba como profesor de economía. En 1960, el Presidente John Kennedy inició el movimiento consumerista con una fuerte campaña publicitaria en Nueva York. Asimismo, impulsó los derechos del consumidor con su mensaje pronunciado ante el Congreso de Estados Unidos de América el 15 de marzo de 1962. Sería entonces creado un Consejo de Prevención para el Consumidor en la Casa Blanca. “Este fue el año que el revisor técnico de FDA (Food and Drug Administration), el Dr. Frances Kelsey, enrostró vehementemente la oposición de la industria y rechazó los lineamientos para las firmas americanas para la producción de thalidomide. La tragedia salió a relucir a mediados de octubre de 1962, con una estruendosa ley de medicamentos dada por la autoridad del FDA entidad estadounidense, para regular la introducción de nuevos medicamentos.”¹⁹

“A su vez, en 1964 fue llevado finalmente a efecto el Correo de la Casa Blanca para Consejos del Consumidor por Lindón B. Jonson, que había sido proyectado y creado por John F. Kennedy. Desde 1970 hasta la actualidad, en los Estados Unidos, se ha venido desarrollando el movimiento a favor de la protección de los derechos del consumidor, lo que puede verse reflejado en la legislación y en la profusión de

¹⁸ *Ibid.*, Pág. 39.

¹⁹ *Ibid.*, Pág. 39.



asociaciones de consumidores. La experiencia norteamericana nos muestra el desarrollo y la lenta consolidación de la protección al consumidor. Sin embargo, será sólo a partir de los años sesenta del siglo pasado, en donde el consumidor se abre un espacio importante jurídicamente hablando, llegando a consolidarse ese tratamiento en las siguientes décadas a finales del mismo siglo como ha ocurrido en nuestro país.”²⁰

Es así, como el origen de esta disciplina se presenta en muchos casos, estrechamente vinculado con la regulación de los mecanismos de contratación en masa, generalmente a través del control de la validez de determinadas cláusulas. “Es el caso de la Ley alemana A.G.B. Gesetz, de 1976; del Decreto Ley N° 446 de Portugal (1985) y de la Ley N° 5741 de Israel (1980). En otros casos, existen leyes específicas de protección al consumidor, como la Ley Federal de Protección al Consumidor de México (1975), la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de España (1984), las leyes 88- 14 y 92- 60 de Francia, el Código de Defensa del Consumidor de Brasil (1990), la ley N° 24.240 de la República Argentina, y, el Decreto Legislativo N° 716 de 1991 de Perú.”²¹

Importante también es mencionar - en la consolidación de la protección al consumidor, el papel de las Naciones Unidas, la que - en Asamblea General - aprobó en abril de 1985 una serie de directrices contenidas en la Resolución 39/248, siguiendo la impronta denotada en Europa a partir de la Carta Europea de Protección de los Consumidores del Consejo de Europa, en mayo de 1973 y, el Programa Preliminar para una Política

²⁰ *Ibíd.*, Pág. 40.

²¹ *Ibíd.*, Pág. 40.



de Protección e Información a los Consumidores de la Comunidad Económica Europea, de abril de 1975.

En la Resolución MERCOSUR/GMC/Res.126/94, en la cual el Grupo Mercado Común apunta que la inserción competitiva de los países miembros en el mercado mundial pasa por la adopción de normas de defensa del consumidor, compatibles con los patrones internacionales (considerando número tres).

En el mismo sentido, el Programa de Acción del Mercado Común del Sur hasta el año 2000 (MERCOSUR/CMC/Dec.No9/95) considera “la defensa del consumidor prioridad para la consolidación y el perfeccionamiento de la unión aduanera, de acuerdo con la conclusión e implementación del Reglamento Común de Defensa del Consumidor. Hasta el momento fueron editadas las resoluciones MERCOSUR/GMC/Res.No.123, 124, 125, 126 y 127, que sólo serán incorporadas a los ordenamientos jurídicos nacionales cuando concluyan la redacción del Reglamentó Común sobre la Defensa del consumidor.”²²

En Centroamérica se formo el Consejo Centroamericano de: “protección al Consumidor (CONCADECO) donde publica su página Web oficial que nació el 18 de mayo de 2007, mediante un Convenio Constitutivo suscrito por los representantes de las agencias gubernamentales encargadas de tutelar los derechos de los consumidores en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. El documento de

²² Instituto Nacional de la Administración Pública, **La protección del consumidor en el MERCOSUR, Análisis comparativo de los sistemas de Argentina, Brasil y Chile**, por Luiz Carlos Pavan, Pág. 13.



la constitución del Consejo anteriormente mencionado fue firmado por los titulares de las agencias gubernamentales de protección al consumidor de Centroamérica.”²³

La idea de conformar un organismo regional como el CONCADECO, surgió en la primera Reunión Centroamericana de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor realizada el 26 de agosto de 2006, en San Salvador, El Salvador.

El CONCADECO fue reconocido, el 29 de junio de 2007 durante la XXX Reunión Ordinaria de Jefes de Estados y de Gobierno de los países del Sistema de la Integración Centroamérica, como un organismo perteneciente al SICA (Sistema de la Integración Centroamericana).

En su primer año de vida, el organismo elaboró instrumentos y procedimientos comunes que han permitido iniciar los sondeos regionales de precios de medicamentos, alimentos y combustibles.

Para la realización de los diversos proyectos, “el CONCADECO ha contado con el apoyo financiero de la Unión Europea a través del Programa de Apoyo a la Integración Regional Centroamericana (PAIRCA) que es ejecutado por la Secretaría General del SICA.”²⁴

²³ Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor, **Derechos del Consumidor y Usuario**, <http://www.sica.int/concadeco/>, año 2009.

²⁴ *Ibid.*



1. 2. Los primero movimiento legislativos de protección

La noción de consumidor y su tratamiento en el derecho comunitario, estatal y autonómico en breve referencia al concepto de consumidor en el derecho extremeño por D. Ángel Acedo Penco, Profesor Asociado de Derecho Civil, Facultad de Derecho Universidad de Extremadura describe las primeras manifestaciones legislativas modernas propiamente del concepto de derecho al consumidor.

El autor Acedo Penco, establece que: "las Naciones Unidas manifiesta pronto su preocupación sobre la necesidad de proteger a los consumidores, lo que se lleva a cabo, a partir de 1961, a través de dos de sus órganos especializados, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura y la Organización Mundial de la Salud, que elaboran un programa común de normalización de productos alimentarios y la de redacción de códigos de conducta internacionales, teniendo especial influencia, también, en el tratamiento y regulación de productos peligrosos y medicamentos, normativa que pronto sería adoptada en sus legislaciones por la inmensa mayoría de los países desarrollados."²⁵

"Tras el impulso que recibe el movimiento de protección de los consumidores de la mano de discurso del Presidente Kennedy, pronto comenzaron a elaborarse disposiciones legales con la finalidad de materializar aquellas pretensiones que, aunque

²⁵ Acedo Penco, Ángel, **La noción de consumidor y su tratamiento en el derecho comunitario, estatal y autonómico**, Pág. 299.



meramente programáticas, habían calado hondamente en todas las sociedades modernas.”²⁶

Por lo que se refiere a Europa se dicta en Gran Bretaña la Fair Trading Act en 1973 y la Unfair Trading Act en 1977; en la Republica Federal de Alemania la Ley sobre las Condiciones generales de los negocio jurídicos de 9 de diciembre de 1976, en Francia la Ley sobre la Protección e información del consumidor (Sur la protection et l’information des consommateurs) de 10 de enero de 1978; en Austria la Ley Federal de 8 de marzo de 1979 conteniendo en su articulado numerosas disposiciones de protección del consumidor (Konsumenteneschutzgese-etz); y en Portugal la Ley de Defensa del Consumidor de 22 de agosto de 1981.

En los países del norte de Europa, “aunque se han aprobado leyes de ventas a los consumidores, además en Suecia, Finlandia y Noruega, la protección del consumidor se ha venido realizando a través de la figura del –Ombudsman- del consumidor, no solo en las tres naciones citadas sino también en Dinamarca.”²⁷

En Venezuela se promulgó la Ley para la Protección del Consumidor de 5 de diciembre de 1974, y también, por su gran importancia, debe destacarse, la Ley Federal de México sobre Protección del Consumidor de 18 de diciembre de 1978.

²⁶Ibíd. Pág. 304.

²⁷Ibíd. Pág. 304.



Finalmente, “cabe reseñar la Ley Básica de 30 de mayo de 1968 sobre Protección de los Consumidores promulgada en Japón y en Canadá la Ley de Québec de 17 de julio de 1971 sobre Protección del Consumidor.”²⁸

1. 3. La aparición de la noción de consumidor

Aunque en la actualidad la expresión consumidor forma parte, también, “del lenguaje jurídico, dicho concepto procede de la ciencia económica que refiere al mismo para describir un sujeto de mercado que adquiere bienes o utiliza servicios para su propio uso o para la satisfacción de sus necesidades personales o familiares. La pretensión del consumidor es hacerse con el valor de uso de lo adquirido, en contraposición al empresario que persigue el bien por el valor de cambio con la finalidad de recuperar su inversión y multiplicarla.”²⁹

Respecto al sentido jurídico del término, no parece que sea posible comprender bien la problemática que genera la relimitación del concepto de consumidor sin enlazarla a la evolución experimentada por los movimientos de protección de los consumidores.

“Fue en los Estados Unidos de América donde florecieron las primeras organizaciones consumidores, teniéndose constancia, como antecedente más lejano, la creación de la Liga de Consumidores en el año 1891 en la ciudad de Nueva York, Estado Unidos de América. Pero la consolidación de los primeros movimientos de protección surgió como

²⁸ *Ibíd.* Pág. 304.

²⁹ *Ibíd.* Pág. 1.



consecuencia de la publicación del libro *Your Money's Worth* elaborado por los promotores de la Unión de Consumidores (Consumer Union), quienes reclamaban al Gobierno que aplicase los resultados de los estudios comparativos realizados por la Administración sobre determinados productos.”³⁰

Sin embargo, “el gran impulsor del movimiento de protección de los derechos de los consumidores fue el Presidente de los Estados Unidos de América, John Fitzgerald Kennedy, quien, hábilmente, identifico en su campaña electora consumidor con votante, prometiendo su protección con una serie de medidas concretas, y poco después el 15 de marzo de 1962, día en el que presento su mensaje especial al Congreso sobre protección de los consumidores, acuño la frase -consumidores, por definición, nos incluye a todos-, mencionando ya cuatro derechos básicos del consumidor: seguridad, información, elección y audiencia, además de los medios de fortalecer los programas de protección de los consumidores.”³¹

En Europa, la protección específica de los consumidores, a través de organizaciones públicas o privadas, no se articula hasta la mitad del presente siglo siendo el Consejo de Consumidores de Dinamarca, en 1947, la primera en aparecer, seguida durante la década de los sesenta, de diversos movimientos en Francia, Alemania y Reino Unido, principalmente.

³⁰ *Ibid.* Pág. 1.

³¹ *Ibid.* Pág. 1.



Acedo Penco describe que esta aparición de aquellos movimientos protectores del individuo: "es fruto de la nueva dimensión del mercado tras el éxito de la revolución industrial con el consiguiente desarrollismo económico. En este panorama se aprecia una creciente desigualdad entre los sujetos particulares, consumidores en definitiva, y las empresas, generalmente grandes, que operan en el mismo, al disminuir progresivamente las posibilidades de elección de la parte más débil del contrato. Como consecuencia de ello se limita su autonomía de la voluntad, no estando en condiciones de hacer valer sus exigencia a sus necesidades ante los productores, al carecer, no sólo de los medios imprescindibles para enfrentarse a dichas empresa con las que necesariamente ha de contratar; pues son la únicas que ofrecen los bienes y servicios básicos en la nueva sociedad, sino también, de la información suficiente sobre la calidad y los precios de los productos."³²

Los adelantos científicos -según Acedo Penco- y técnicos acogidos por las empresas invadiendo el mercado de productos gracias a los nuevos métodos de fabricación, la ampliación de tales mercados por la sucesiva creación de nuevas necesidades, el decisivo progreso de los medios de comunicación social a través de los las empresas desarrollaron agresivas formas de publicidad y marketing, la agilidad de los canales de distribución de los productos empresariales, han sido, todos ellos, fenómenos económicos que situado al aislado demandante de bienes y servicios, en poco tiempo, en una clara posición de inferioridad contractual carente de efectivos mecanismo de protección a su alcance.

³² *Ibid.* Pág. 2.



“En el plano estrictamente jurídico, tal desarrollismo económico, iniciado a finales del siglo pasado, contaba con unas herramientas legales propias de aquella época marcada por el Liberalismo, que se había basado en el sistema jurídico surgido tras la Revolución Francesa, cuya ley pionera, reguladora de las relaciones privadas, fue el Code Civile de 1804 promulgado en época de Napoleón. Esta legislación, que establecía como postulados sagrados el respeto absoluto a la propiedad privada y la protección del contrato, como máxima manifestación de la autonomía de la voluntad, se fue propagando por toda Europa y América a lo largo de todo el siglo XIX, a través de la codificación, junto con los principios revolucionarios liberales de -laissez faire, laissez passer- que abominaba de cualquier intervención estatal en el mundo de la contratación y del comercio.”³³

En este sentido, “es bien sabido, se venía entendiendo que el contrato había de cumplirse hasta sus últimas consecuencias, dada la plena libertad que habían tenido los contratantes para celebrarlo, por lo que, si se suscribieron cláusulas perjudiciales para uno de ellos, cada parte deberá correr plenamente con sus efectos, pues sólo su falta de diligencia puede justificar que un contratante firme pactos que no le convienen pues, se decía, -el derecho no está para proteger a los descuidados o desprevenidos- (iura diligentibus non dormientibus subveniunt), ya que por encima de los intereses concretos del contratante supuestamente perjudicado está la seguridad del tráfico.”³⁴

³³ **Ibid.** Pág. 2.

³⁴ **Ibid.** Pág. 2.

Sin embargo, “este sistema permitía, casi sin freno posible, la protección de quien establecía condiciones generales de carácter abusivo en todos sus contratos y luego exigía su cumplimiento, pues las mismas se había fraguado al amparo del principio de libertad, sin dar cobijo alguno al constante desequilibrio de las prestaciones entre las partes, protegiendo únicamente aquella libertad, meramente formal, para contratar, sin atender a los motivos que obligaban al demandante, muchas veces, a aceptar las condiciones impuestas bajo pena de verse fuera del contrato y quedarse sin el bien o servicio demandado que muchas veces podía ser de primera necesidad.”³⁵

En este escenario, -describe Acedo Penco-, “como antes se advirtió, dicho marco jurídico, establecido para una realidad socioeconómica bien diferente, ya no podía dar respuesta a la nueva situación del mercado de bienes y servicios, por lo que se hacían necesarios nuevos instrumento legales que, en alguna medida, corrigiese aquellas desigualdades, y que, en definitiva, protegiesen de manera eficaz a la parte más débil del contrato, debilidad que puede tener diferentes causas de carácter económico, social, cultural o psicológico, pero sobre todo debido a la inexperiencia comercial y jurídica del individuo que opera en el mercado, parte ésta que venimos identificando con la noción de consumidor.”³⁶

³⁵ *Ibíd.* Pág. 3.

³⁶ *Ibíd.* Pág. 3.



1. 4. Las organizaciones de consumidores

Se ha mencionado que los proveedores (fabricantes, distribuidores, comerciantes) se unen formando asociaciones, federaciones y cámaras, de esta forma la oferta se encuentra bien organizada, esto según, Convenio de Cooperación Interinstitucional, Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor del Paraguay describiendo que es necesario que la demanda este organizada a través de asociaciones los consumidores tienen mucho más fuerza para reclamar, defenderse, exigir sus derechos, etc. La existencia de este tipo de organización denota el grado de madurez de la sociedad civil. Las asociaciones de defensa del consumidor pueden introducir mucho dinamismo en la economía de un país, estimulando la competencia y la calidad.

La ley de protección al consumidor y usuario de Guatemala Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala, establece en el Artículo 6 la forma de organización utilizada en el territorio y textualmente establece: "Organizaciones. Las organizaciones de consumidores y usuarios son asociaciones civiles sin finalidades lucrativas, organizadas con la exclusiva finalidad de defender en forma colectiva los derechos de los consumidores y usuarios, deberán inscribirse en el Registro Civil y en el registro que para el efecto llevará la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor."³⁷

³⁷ Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Fondo Multilateral de Inversión y Fomento (FOMIN), Ministerio de Industria y Comercio (MIC), Subsecretaría de Estado de Comercio Convenio de Cooperación Interinstitucional, **Defensa del consumidor manual del docente**, pagina Web <http://www.mic.gov.py/snipc>.



B. Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales: –según la asociación- “es el derecho más conocido y quizás más importante para el consumidor, ya que le permite exigir la reparación de los daños que haya sufrido como consecuencia de la adquisición de bienes o la prestación de servicios. Se trata de garantizar que la publicidad, promociones y ofertas, los sorteos, las cláusulas de los contratos, las garantías de los productos no engañen.”⁴⁰

La publicidad tiene un enorme impacto social, trata de influir en el comportamiento como consumidores, las técnicas publicitarias, han de ser fieles a la realidad de los servicios y productos que se anuncian. Una de las manifestaciones del derecho a la protección de los intereses económicos y sociales es la relativa a la garantía postventa de los productos, que debe entregarse al consumidor en el momento de la compra.

C. Derecho a la información: es otro de los derechos básicos de los consumidores y que complementa a los anteriores. Es el derecho que tenemos todos los consumidores a saber y conocer suficientemente las características reales de los productos y servicios que nos ofrecen y ese conocimiento debe ser de forma directa e inmediata. Los fabricantes están obligados por ley a indicar: nombre genérico o marca comercial, naturaleza del producto, composición, categoría, cantidad, precio de venta al público, fecha de caducidad e instrucciones de uso o consumo.

⁴⁰ Ibid.

D. Derecho a la educación y formación en materia de consumo: es necesario formar a la población para adquirir hábitos saludables para que puedan acceder con mayor libertad a los bienes del mercado, utilizarlos de manera más racional y evitar riesgos. Los medios de comunicación públicos, las asociaciones de consumidores, las oficinas de información al consumidor y la educación escolar son instrumentos fundamentales para ello.

E. Derecho de representación, consulta y participación: es casi imposible que cada consumidor pueda dar su opinión de manera individual ante cualquier conflicto que afecte al colectivo. Por eso, -según la asociación de vecinos y usuarios mencionados- este derecho se ejerce de manera indirecta, a través de las Asociaciones de Consumidores. Sus propuestas no siempre son recogidas por el Parlamento, aunque sí oídas, contribuyendo a dar un enfoque realista de los derechos de los ciudadanos.

F. Derecho a obtener protección ante cualquiera situación que cause inferioridad, subordinación o indefensión: “en ocasiones el consumidor es la parte más débil de la relación jurídica que se establece entre él y el comprador para ello se han determinado actos que puedan poner en igualdad al consumidor como: campañas de orientación al consumo, campañas de control de calidad, análisis de las reclamaciones o quejas que impliquen obligaciones innecesarias de cumplimentar impresos y aportar datos, trámites sin utilidad para el consumidor con costes desproporcionados, limitaciones abusivas de garantías, controles, repuestos o



reparaciones, dudas razonables sobre la calidad o idoneidad del producto o servicio etc.”⁴¹

G. Derecho a la reparación de los daños y perjuicios que se le causen: en el caso de haber sido víctima de un engaño, fraude o similar tiene derecho a recibir una compensación por ello. Todos los consumidores tienen derecho a que nos indemnicen por los daños y perjuicios que nos ocasionen, salvo que el daño se deba exclusivamente a una mala utilización por parte del usuario. Así, si utilizamos el producto sin seguir las instrucciones indicadas por el fabricante, la responsabilidad es sólo nuestra y no podremos exigir compensación del daño.

“La vía más eficaz para conseguir una rápida respuesta a conflictos de consumo es el arbitraje de consumo que permite resolver fácilmente los desacuerdos que puedan surgir entre los dos protagonistas de consumo: el comprador y el vendedor.”⁴²

En Guatemala el Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala estable como derechos básicos del consumidor en el Artículo 4 que a continuación se mencionan:

A. La protección a la vida, salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios.

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

- B. La libertad de elección del bien o servicio.
- C. La libertad de contratación.
- D. La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios indicando además si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre sus precios, características cualidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieren presentar.
- E. La reparación, indemnización, devolución de dinero o cambio del bien por incumplimiento de lo convenido en la transacción y las disposiciones de ésta y otras leyes o por vicios ocultos que sean responsabilidad del proveedor.
- F. La reposición del producto o, en su defecto, a optar por la bonificación de su valor en la compra de otro o por la devolución del precio que se haya pagado en exceso, cuando la calidad o cantidad sea inferior a la indicada.
- G. La sostenibilidad de precios con el que se oferte, promocióne, publicite o marque el producto en el establecimiento comercial respectivo.
- H. La devolución al proveedor de aquellos bienes que éste le haya enviado sin su requerimiento previo. En este caso el consumidor o usuario no está obligado a asumir responsabilidad ni a efectuar pago alguno, salvo si se comprueba que el consumidor o usuario ha aceptado expresamente el envío o entrega del bien o lo ha utilizado o consumido.



- I. Recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones.

- J. Utilizar el libro de quejas o el medio legalmente autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para dejar registro de su disconformidad con respecto a un bien adquirido o un bien contratado.

1. 6. Concepto del derecho del consumidor

El origen de la concepción de los derechos del consumidor, explica -Yuri Vega citado por Malpartida Castillo- diciendo que se identificaba con lo que ahora conocemos como consumidor con la parte deudora de la relación obligatoria: "Debido a los excesos del capitalismo moderno, el Estado interventor, al advertir que en el mercado, en aquel entonces, los proveedores de bienes y servicios contaban con el poder suficiente para imponer sus condiciones a los usuarios, decidió darles protección haciendo uso de la fórmula favor debitoris..."⁴³. El favor debitoris -continúa diciendo Yuri Vega citado Víctor Malpartida Castillo- "era, asimismo, una opción del legislador, al estimar que la parte débil de las relaciones obligatorias masivas era aquella que no predisponía o prerredactaba las condiciones generales de contratación o el contrato por adhesión (la drafting party)." ⁴⁴

Los aspectos aludidos por el derecho del consumidor son diversos, este derecho lo que hace es otorgar un diverso punto de vista sobre la normatividad vigente asignándole un

⁴³ Malpartida Castillo, **Ob.Cit.**, Pág. 41.

⁴⁴ **Ibid.** Pág. 41.

sentido particular. Así, al comentar Eduardo Polo citado por Víctor Malpartida Castillo, la proclamación constitucional del principio de protección de los consumidores y usuarios en España en 1978, señala que no sólo afecta al derecho de los contratos sino que exige "reordenar jurídicamente, desde aquellos protectores de la salud, la seguridad y el medio ambiente, a los que afectan a la información de los consumidores y usuarios, a la publicidad de los productos y servicios y a la defensa de la competencia, a la responsabilidad de los daños y, en fin, a la protección de los intereses económicos del consumidor y del usuario en el contrato, protección ésta que adquiere singular relieve e importancia, cuando éste se celebra mediante el recurso a las denominadas condiciones generales de contratación preestablecidas unilateralmente por la empresa."⁴⁵

"Se opta mayoritariamente por considerarlo como derecho autónomo, con caracteres propios como la previsión y la integración, así como el de buscar esencialmente la reparación del daño causado al consumidor."⁴⁶

Sin embargo, lo que particulariza a este derecho será ese distinto modo de observar las situaciones conflictivas y de la aplicación de la normatividad vigente. El derecho del consumidor marca ya la consolidación de un criterio colectivo y solidario. La persona no es individual sino también social, aspectos no contrapuestos, sino complementarios, es decir, un derecho especial y distinto en términos absolutos. El derecho al consumidor tiene sentido en la medida que es tomado como parte en la construcción de la

⁴⁵ *Ibíd.* Pág. 41.

⁴⁶ *Ibíd.* Pág. 41.

ciudadanía, en la medida que se tiene en cuenta la protección de la persona como una totalidad.

El asumir al consumidor como categoría jurídica (y económica) –como expresa Yuri Vega Mere citado por Víctor Malpartida Castillo- es sólo para efectos de delimitar la actuación de las normas de protección, pero no diferente de la totalidad que encierra el ser humano: “Consumidor somos todos, incluso los proveedores o quienes actúan en nombre y representación de ellos una vez que se despojan de esa condición.”⁴⁷ Por ello es que se manifiesta que el derecho del consumidor es un derecho humano. Así parece ser asumido por las Naciones Unidas y otras Convenciones Europeas.

Por otro lado, no existe una sola forma de asumir la protección de los consumidores. Así, en primer lugar, se admitirá una protección en base a la intervención del Estado, circunscrita a la corrección de las fallas del mercado.

Existe también una forma también basada en la intervención del Estado, pero de manera más acentuada, con el objetivo de proteger al consumidor, representada por medidas de política económica, como el control de precios o los precios regulados o administrados. Aquí el mecanismo de mercado queda subordinado a los dictados de la política económica.

Concretamente el derecho del consumidor puede definirse como “Derecho del consumo (o derecho del consumidor) es la denominación que se da al conjunto de normas

⁴⁷ *Ibid.* Pág. 42.

emanadas de los poderes públicos destinada a la protección del consumidor o usuario (con características de prevención, autonomía y de integración de diferentes disciplinas) en el mercado de bienes y servicios, otorgándole y regulando ciertos derechos y obligaciones.”⁴⁸

1. 7. Funciones del derecho del consumidor

A. **Integridad psicofísica del género humano:** se coincide en que la principal función del derecho del consumidor es el mantenimiento de las condiciones de integridad psicofísica del género humano, (“psicofísica es una rama de la psicología que estudia la relación entre la magnitud de un estímulo físico y la intensidad con la que éste es percibido por parte de un observador”⁴⁹) lo que al decir de Stiglitz citado por Víctor Malpartida Castillo, constituye el interés primario del consumidor.

De esta función principal se puede deducir la prevención y reparación del daño a la persona del consumidor como pautas caracterizadoras de la legislación de los distintos países.

Al decir de Stiglitz, citado por Víctor Malpartida Castillo el derecho del consumidor asume el mantenimiento de las condiciones de integridad psicofísica como función principal, debido a que las condiciones mencionadas son amenazadas “por la transformación del consumidor en un objeto del mercado de masas, blanco de

⁴⁸ Wikimedia Foundation, Inc., Wikipedia®, la enciclopedia libre, **Derecho del consumo y psicofísica**, Web <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>, Alabama, Estados Unidos, año 2009.

¹⁰ **Ibid.**



presiones materiales y espirituales surgentes de fenómenos de producción, promoción y distribución, sistemáticamente organizados por la gran empresa. La estrategia se lleva a cabo mediante prácticas comerciales a menudo abusivas, y que pueden alcanzar el extremo de poner en peligro la salud y la seguridad de los individuos.”⁵⁰

Asimismo, esta situación de permanente amenaza a la integridad del ser humano, común a distintas realidades, hace que sea recurrente encontrar, que se estimule la imposición al empresario, del deber de informar adecuadamente al consumidor, sobre los riesgos inherentes a los bienes y servicios; la concreción de procedimientos rápidos y simples para poder retirarlos del mercado cuando presenten peligros; la determinación de los productos que, pudiendo ocasionar perjuicios, deben ser objeto de autorización armónica, entre otros.

B. Exigir el derecho a la salud: En el derecho del consumidor alcanza una dimensión especial el derecho a la salud: “En sede de derecho del consumidor, el concepto de salud no es más un deber impuesto al Estado. Es un límite infranqueable que no puede ser desconocido ni pasado por alto por proveedores ni empresas publicitarias. Es un concepto que, por ende, también es susceptible de ser invocado en las relaciones jurídicas privadas.”⁵¹

C. Defensa de los intereses económicos del consumidor o usuario: De la misma manera -siguiendo a Stiglitz citado por Víctor Malpartida Castillo- señalar como

⁵⁰ Malpartida Castillo, **Ob.Cit.**, Pág. 42.

⁵¹ **Ibid.** Pág. 43.

función propia de este derecho, la defensa de los intereses económicos del consumidor o usuario: ...”

D. El aprovechamiento de los consumidores por la empresa, del cual deriva la desigualdad en las relaciones creditorias, entraña de ordinario peligros de naturaleza económica. En efecto, la frustración del fin del contrato, o el daño aquiliano, expanden sus efectos, entre los bienes del consumidor, primordialmente sobre su patrimonio.”⁵²

E. **Afectación de diversa normatividad e integración de disciplinas:** “A su vez, una de las funciones principales y muchas veces no percibida es la afectación de diversa normatividad a la que el derecho del consumidor integra de una forma muy particular y también la asignación de una mirada distinta a normatividad que aparentemente se encuentra lejos de los intereses del consumidor. Así, se tenderá a la integración de disciplinas como el derecho de la competencia, de la publicidad, del derecho de la propiedad industrial y también –como anota Ricardo Beaumont Calligos citado por Víctor Malpartida Castillo- de la normatividad sobre reestructuración patrimonial.”⁵³

⁵² *Ibid.* Pág. 43.

⁵³ *Ibid.* Pág. 43.

CAPÍTULO II

2. Protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios, en la Unión Europea

Se parte como principio general del hecho de que los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios deberán ser: “respetados y protegidos. Aplicándose además de las normas especiales en materia de consumo las generales civiles y mercantiles y las demás normas comunitarias, estatales y autonómicas que resulten de aplicación.”⁵⁴

“Regular la protección de su seguridad y de salud que acabamos de tratar supone afrontar la defensa de los intereses sociales de los consumidores, establecer una normativa mínima en materia contractual que impida prácticas abusivas, regular las acciones judiciales o extrajudiciales para la resolución de conflictos. Y determinar las normas que permitan un funcionamiento real y eficaz de sus estructuras representativas, entre otras actuaciones, lo cual siempre supone de manera directa o indirecta la defensa de los intereses de los consumidores en las vertientes económicas y sociales. Lo anterior se ve claramente plasmado en el caso de la política de la Unión Europea. La Unión Europea ha establecido una serie de normas destinadas a proteger los intereses económicos y jurídicos de los consumidores en sus relaciones con los profesionales y en el caso de litigio. En concreto, la Unión Europea ha prohibido las

⁵⁴ Pipaón Pulido, Jorge Guillermo, **Derechos de los consumidores y usuarios**, Pág. 76.



prácticas comerciales consideradas desleales, ha simplificado la resolución amistosa de conflictos y la resolución de pequeños litigios y ha armonizado el procedimiento de las acciones de cesación de las infracciones en interés de los consumidores. Asimismo, ha creado una red europea de información y una red de autoridades nacionales, al objeto de garantizar la aplicación efectiva de la legislación relativa a los consumidores. Por otro lado, la Unión Europea ha tratado de reforzar la seguridad jurídica armonizando las normas aplicables a determinadas transacciones, como el comercio electrónico o determinados tipos de contratos, así como las reglas aplicables a sectores específicos, como el transporte o los servicios financieros. La actuación de protección integral de los intereses económicos y sociales de los consumidores se puede esquematizar en las siguientes materias de actuación y en las medidas concretas que se relacionan a continuación."⁵⁵

2. 1. La representación de los consumidores

"Esta decisión, quedo plasmada en la Resolución número 2003/709/CE de la Comisión, de 9 de octubre de 2003, por la que se crea un Grupo consultivo europeo de los consumidores. El Grupo consultivo europeo de los consumidores representa a los consumidores de la Unión Europea (incluidos los países adherentes cuando se conviertan en miembros de la Unión Europea) y la Comisión puede pedir su dictamen sobre los problemas que afectan a los consumidores a escala comunitaria. El Grupo está integrado por: un representante de las organizaciones nacionales de consumidores

⁵⁵ *Ibid.* Pág. 77.

de cada Estado miembro: un miembro de cada organización europea de consumidores.”⁵⁶

“Uno de los elementos innovadores de esta Decisión es que armoniza la definición de organizaciones europeas de consumidores con las de los demás actos jurídicos (Artículo 2).”⁵⁷

Por otra parte, la Decisión permite asociar oficialmente a los trabajos del Grupo a representantes de otras organizaciones de fomento de los intereses de los consumidores ya expertos. El mandato de los miembros del Grupo es de tres años. Esta nueva Decisión establece que el mandato de los representantes de las organizaciones nacionales podrá renovarse una sola vez (antes no había límites para dicha renovación). El Grupo consultivo europeo de los consumidores se reúne normalmente cuatro veces al año. Se le consulta cada vez que la Comisión lo considera necesario, a menudo utilizando el «procedimiento escrito» (a veces a través de grupos de trabajo), y desempeña un papel fundamental en el intercambio de información entre la Comisión y las organizaciones de consumidores «in situ». La Comisión preside y organiza los trabajos del grupo y se hace cargo de la secretaría. El Grupo presenta también cada año un informe de actividades a la asamblea de organizaciones de consumidores convocada anualmente por la Comisión.

⁵⁶ *Ibid.* Pág. 77.

⁵⁷ *Ibid.* Pág. 78.



2. 2. El derecho a la indemnización y a la resolución de litigios

“Este derecho se encuentra contenido en el Reglamento (CE) núm. 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de octubre de 2004, sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación de protección de los consumidores («Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores»)." ⁵⁸

El Reglamento establece una red de autoridades competentes para el control de la aplicación de legislación con relación a los consumidores con el fin de asegurar el cumplimiento de la legislación y el buen funcionamiento del mercado interior. El Reglamento se aplica únicamente a las infracciones intracomunitarias a la legislación en materia de protección de los consumidores. Cada Estado miembro designará las autoridades competentes y una oficina de enlace única encargadas de la aplicación del Reglamento. Estas autoridades dispondrán de las competencias en materia de investigación y aplicación de la legislación necesarias para aplicar el Reglamento y las ejercerán conforme a la legislación nacional.

Las autoridades competentes deberán intervenir lo antes posible en caso de infracción para ponerle término mediante el modo jurídico adecuado que, en la mayoría de los casos, consistirá en una acción de cesación, ya que permite actuar con mayor rapidez.

⁵⁸ *Ibíd.* Pág. 78.

La acción de cesación permite: “poner fin a la acción ilícita o prohibirla y juzgar a los vendedores deshonestos en los tribunales de otros Estados miembros. El Reglamento establece un marco en materia de asistencia mutua que cubre el intercambio de información y las solicitudes de medidas de aplicación, así como la coordinación de las actividades de vigilancia del mercado y la aplicación de la legislación. Cuando una autoridad competente tenga conocimiento de que se ha producido una infracción intracomunitaria lo notificará a las autoridades competentes de otros Estados miembros y a la Comisión. A petición de otra autoridad, facilitará también toda la información pertinente para establecer si se ha producido una infracción intracomunitaria. Además, la autoridad competente debe aplicar todas las medidas necesarias para frenar o prohibir la infracción intracomunitaria. Las autoridades competentes informarán a la Comisión de las infracciones intracomunitarias de las medidas aplicadas y su resultado y de la coordinación de sus actividades. La información comunicada sólo podrá utilizarse para asegurar el respeto de la legislación protectora de los intereses de los consumidores. La Comisión registrará y tratará toda la información recibida en una base de datos electrónica. Toda solicitud de asistencia mutua deberá contener suficiente información para que pueda darse curso a la solicitud. Bajo ciertas condiciones, una autoridad podrá negarse a dar curso a una solicitud de medidas de aplicación o de información, o podrá decidir no respetar sus obligaciones. En este caso, informará a la autoridad solicitante y a la Comisión sobre los motivos que justifican la negativa a dar curso a la solicitud de asistencia.”⁵⁹

⁵⁹ *Ibid.* Pág. 79.



Los Estados miembros se informarán mutuamente e informarán a la Comisión acerca de sus respectivas actividades de interés comunitario en ámbitos como:

- A. La coordinación de la aplicación de la legislación: la formación de sus funcionarios encargados de la aplicación de la legislación protectora de los consumidores, del registro y de la clasificación de las denuncias de los consumidores.
- B. La cooperación administrativa: la información y el asesoramiento del consumidor, y el apoyo de las actividades de los representantes de los consumidores.

“La Comunidad cooperará con terceros países y con las organizaciones internacionales competentes para mejorar la protección de los intereses económicos de los consumidores. La cooperación podrá ser objeto de acuerdos entre la Comunidad y los terceros países. La Comisión estará asistida por un Comité. Cada dos años, los Estados miembros informarán a la Comisión sobre la aplicación del Reglamento. El presente Reglamento especifica en anexo la legislación en materia de protección de los intereses de los consumidores, incluida la Directiva relativa a las prácticas comerciales desleales.”⁶⁰

2. 3. Solución extrajudicial de conflictos en materia de consumo

“Otros actos que persiguen la solución extrajudicial de conflictos, se dan en la Comunicación de la Comisión de 30 de marzo de 1998, sobre la solución extrajudicial

⁶⁰ *Ibid.* Pág. 79.



de conflictos en materia de consumo [COM (1998) 198 final], publicada en el Diario Oficial. Recomendación 98/257/CE de la Comisión, de 30 de marzo de 1998, relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo.”⁶¹

“La Comunicación de la Comisión recuerda los problemas de acceso de los consumidores individuales a la justicia. Estos últimos encuentran obstáculos de carácter material, como:”⁶²

A. Los elevados costes del asesoramiento jurídico la representación:

B. La duración de los plazos antes de que un asunto llegue a los tribunales.

Los consumidores se enfrentan asimismo a barreras de carácter psicológico debido al formalismo que caracteriza a los procedimientos judiciales y a la complejidad de dichos procedimientos, especialmente en el marco de litigios transnacionales.

De ello se deduce que en la mayoría de los conflictos en materia de consumo, frente al limitado valor económico del objeto del litigio, la duración del procedimiento judicial y su coste resultan desproporcionados. Por este motivo, numerosos consumidores renuncian a hacer valer sus derechos.

⁶¹ *Ibid.* Pág. 81.

⁶² *Ibid.* Pág. 82.

Para atenuar estas dificultades existen, según la entidad encargada de la comunicación dentro de la comisión, tres vías complementarias: “La primera se refiere a la simplificación y la mejora de los procedimientos judiciales en cuanto que prevé, por ejemplo, la posibilidad de presentar la instancia en una modalidad simplificada, con lo que la intervención de un abogado se vuelve facultativa, y se fomentan los intentos de reconciliación ante un juez. Sin embargo, no está destinada a estos procedimientos judiciales y no incluye, por tanto, propuestas en este ámbito fundamental. A continuación, es necesario trabajar en la mejora de la comunicación entre los consumidores y los profesionales, con el fin de ayudar al consumidor a encontrar una solución de mutuo acuerdo en el litigio que le enfrenta al profesional. Para ello deben superarse varios obstáculos: la falta de información de los consumidores, las dificultades que tienen para exponer claramente sus reclamaciones y los problemas lingüísticos en el caso de litigios transfronterizos.”⁶³

La Comunicación de la Comisión se propone fomentar la solución de mutuo acuerdo en los problemas en materia de consumo, y con este motivo presenta un «formulario europeo de reclamación para el consumidor», disponible vía Internet en todas las lenguas de la Unión Europea. Este formulario, que puede utilizarse a escala nacional o transfronteriza independientemente del valor y del tipo de litigio, tiene como objetivo guiar y orientar al consumidor en la formulación de su reclamación.

Finalmente, una tercera vía para atenuar las dificultades que se presentan en la solución de los litigios en materia de consumo es la instauración de procedimientos

⁶³ *Ibid.* Pág. 82.

extrajudiciales como la mediación, la conciliación o el arbitraje. La Recomendación de la Comisión tiene por objeto establecer una serie de principios aplicables al funcionamiento de los procedimientos extrajudiciales con el fin de dotarlos de algunas garantías como la transparencia, la independencia y el respeto de la legislación. Esta Recomendación está destinada a los procedimientos que llevan a la solución del litigio mediante la intervención activa de una tercera persona que propone o impone una solución. No se aplica, sin embargo, a procedimientos que constituyan una simple tentativa de aproximar a las partes para convencerlas de que encuentren una solución de común acuerdo.

“Se dirige a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo, a las personas físicas o jurídicas responsables de la creación y del funcionamiento de dichos órganos y a los Estados miembros. También estos actos prevén los principios que han de respetar los órganos competentes para la solución de litigios. Cuando la decisión se adopte de manera individual, el principio de independencia estará garantizado por las siguientes medidas referentes a la persona designada, la cual deberá:”⁶⁴

- A. Poseer la capacidad y las competencias necesarias para la función;
- B. Disponer de un mandato con una duración suficiente para garantizar la independencia de su acción, sin que pueda producirse un despido injustificado; no haber trabajado en los tres años precedentes a su entrada en funciones para la

⁶⁴ *Ibid.* Pág. 83.

asociación profesional o la empresa que le paga o que la haya nombrado para esta función.

“Cuando la decisión se adopte de forma colegiada, el principio de independencia estará garantizado mediante la representación paritaria de los consumidores y de los profesionales o mediante el respeto de los criterios mencionados anteriormente.”⁶⁵

El principio de transparencia estará garantizado por distintas medidas:

- A. La comunicación a toda persona que lo solicite;
- B. que de una descripción de los tipos de litigio que pueden someterse al órgano;
- C. de las normas relativas a la consulta del órgano;
- D. del posible coste del procedimiento para las partes;
- E. de las normas en las que se basan las decisiones del órgano (códigos de conducta, disposiciones legales. etc.);
- F. de las modalidades de toma de decisión;
- G. del valor jurídico de la decisión.
- H. la publicación de un informe anual relativo a las decisiones dictadas.

Este principio implica:

- A. El acceso del consumidor al procedimiento, sin estar obligado a utilizar un representante legal;

⁶⁵ *Ibid.* 83



- B. la gratuidad o el coste moderado del procedimiento;
- C. la fijación de plazos cortos entre la consulta presentada ante el órgano y la toma de decisión;
- D. la atribución de un papel activo al órgano competente.

Debe garantizarse el principio de la legalidad, según el cual el órgano extrajudicial no puede tomar una decisión que tenga como resultado privar al consumidor de la protección que le garantizan las disposiciones imperativas de la ley del Estado en el territorio en el cual está establecido el órgano. Además, las otras decisiones deben estar motivadas.

También deben respetarse los principios de "...contradicción (posibilidad para todas las partes interesadas de dar a conocer su punto de vista y de tener conocimiento de la otra parte), de libertad (opción del consumidor a adherirse a un procedimiento extrajudicial) y de representación. Esta Recomendación responde a las conclusiones del Libro Verde sobre el acceso de los consumidores a la justicia y a la solución de litigios en materia de consumo en el mercado único."⁶⁶

2. 4. Sistemas voluntarios de protección al consumidor

"En principio, los objetivos y fines perseguidos por la Unión Europea en relación con los derechos de los ciudadanos, y en especial a la protección de los consumidores y usuarios y otros muy relacionados con éstos, (como el bienestar de las personas, el

⁶⁶ *Ibid.* Pág. 84.

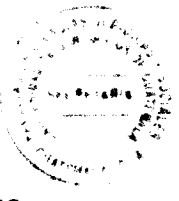


desarrollo sostenible, el comercio libre y justo, la Justicia sin fronteras, la igualdad entre mujeres y hombres, la solidaridad entre generaciones, la protección de los derechos del niño, etc.), han de ser el resultado previsible de la adopción de las medidas legislativas y reglamentarias que crean el marco legal adecuado y los instrumentos de tutela, control, inspección y sanción pertinentes, para garantizar que las diferentes actuaciones de las personas, instituciones, empresas, entidades, administraciones, etc., los respeten en el desarrollo de las actividades que les sean propias. Y ello porque nadie puede cuestionar que resulta imprescindible que unas relaciones de consumo que afectan a bienes y servicios de toda índole (desde los más superfluos hasta los más esenciales) cuenten con un marco regulador básico que garantice los derechos más fundamentales de los ciudadanos de la Unión, con carácter prioritario y sin menoscabo del respeto debido a la libertad de mercado y la libre competencia.”⁶⁷

Sin embargo, no es menos cierto que las sociedades europeas han alcanzado un nivel de madurez, formación, vertebración y organización elevado, que les permite aspirar a un alto grado de autorregulación voluntaria que garantice una mayor fluidez en su desenvolvimiento, sin perjuicio de la legítima aspiración a la protección legal de los derechos de la parte tradicionalmente más débil: el consumidor.

“La Carta de Derechos Europea no puede alcanzarse sólo por esta vía, sino que requiere de un plus, en el que las organizaciones de consumidores vean reconocido y puedan ejercer su papel como agente socioeconómico ante la empresa, y, gracias a

⁶⁷ Unión de Consumidores de Andalucía - UCA/UCE, **La Protección de los Consumidores y Usuarios en la Unión Europea**, <http://www.uniondeconsumidores.com/index.php?option>, 22 de agosto de 2013.



ello, participar con el sector empresarial en el diseño conjunto de los instrumentos voluntarios y complementarios que garanticen ese entorno de alta protección del consumidor. En tal sentido, ser agente social y económico supone tener capacidad para *la negociación directa con la contraparte el mercado, capacidad para el diálogo y la concertación* que fructifique en la institucionalización de esos instrumentos voluntarios que permitan avanzar en el respeto a los derechos de los consumidores y usuarios. La norma Constitución Europea recoge tres conceptos básicos que se conjugan entre sí ponen los cimientos para que ello sea posible en el marco de la Unión.⁶⁸

- A. El Artículo I-47 regula que las instituciones darán a los ciudadanos y a las asociaciones representativas la posibilidad de expresar e intercambiar públicamente sus opiniones en todos los ámbitos de actuación de la Unión, mientras;
- B. El I-48 establece que la Unión reconocerá y promoverá el papel de los interlocutores en su ámbito y facilitará el diálogo entre ellos.
- C. El Artículo II-98 exige que la Unión garantice un elevado nivel de protección de los consumidores, lo que constituye la base de toda nuestra argumentación.
- D. El Artículo II-269.2.g) establece como exigencia para el buen funcionamiento del mercado interior, medidas para potenciar el desarrollo de métodos alternativos para la resolución de conflictos.

⁶⁸Ibid.



En base a lo anterior la Constitución Europea impone a la Unión la prioridad de garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores, exigiendo que para ello cuente con la implicación de las organizaciones representativas de los intereses en juego, fomentando las relaciones entre ellas, e impulsando fórmulas de resolución de conflictos alternativas a las vías jurisdiccionales.

"Así tenemos, por un lado, los códigos de buenas prácticas impulsados por organizaciones empresariales o profesionales para garantizar la ética en el desarrollo de la actividad, la protección del consumidor o usuario y la leal competencia en el sector."⁶⁹

Pero para ello, es necesario que la contraparte empresarial lo entienda, no como una iniciativa unilateral, sino como el fruto de un diálogo, un consenso y un compromiso con la sociedad representada por las organizaciones de consumidores, que deberán participar también de su aplicación y evaluación.

Dichos órganos permiten que aquello que se pueda perder o ceder en vía de acuerdo se gane en respeto, imagen y credibilidad, y se fomente el diálogo social desde sus niveles más elementales, para alcanzar su mejor expresión en la articulación de acuerdos de índole general entre los agentes sociales en conflicto.

Por último y sin mayor ánimo de exhaustividad, hay que referir el sometimiento al arbitraje de consumo como el sistema voluntario de protección de los consumidores

⁶⁹ *Ibid.*



más comprometido y valioso, en la medida en que supone la renuncia a la tutela judicial efectiva en vía jurisdiccional ordinaria a favor de una instancia alternativa, especializada y especialmente sensible sobre la protección de los derechos de los consumidores y usuarios, a la vez que asequible, rápida y de mínimo coste para el reclamante. Hay que poner en valor este sistema y la adhesión al mismo como la mejor expresión de calidad añadida al producto o servicio prestado a través de un compromiso social y empresarial libremente asumido, que implica voluntaria y activamente al prestador de los mismos en la política de protección al consumidor que demanda la Unión Europea.

“El Tratado por el que se establece una Constitución para Europa define un marco propicio para el desarrollo de estos cauces voluntarios para la protección de los derechos de los consumidores y usuarios europeos, los institucionaliza e impulsa en el Mercado Interior, y con ello dota a la Sociedad Civil de los mejores mecanismos para dinamizar su vertebración y el diálogo socio-económico a estos niveles, lo que justifica, su ratificación.”⁷⁰

2. 5. Estrategia en materia de política de los consumidores (2007-2013)

“La Unión Europea pone en marcha para el período 2007-2013 la Estrategia en materia de política de consumidores, que tiene como objetivo reforzar el comercio minorista en

⁷⁰ *Ibid.*

el mercado interior, de forma que los consumidores puedan realizar sus compras libremente en toda la UE con el mismo nivel de protección.”⁷¹

Entre sus objetivos específicos se encuentran:

A. Capacitar a los consumidores instaurando un mercado más transparente que les permita tener opciones reales de consumo, por ejemplo, en términos de precio y calidad; o mejorar el bienestar de los consumidores en términos de calidad, diversidad, accesibilidad, seguridad... o proteger a los consumidores contra los riesgos y amenazas graves.

“A pesar de que se consigue mantener un nivel elevado en la protección de los consumidores, aún sigue siendo necesario mejorar el seguimiento de los mercados y de las políticas que cada estado pueda implementar respecto a los consumidores; reforzar la seguridad de los productos a través de rígidos sistemas de supervisión y conseguir, no sólo informar adecuadamente al consumidor a través de los centros europeos de consumidores, sino implicar sus intereses en ésta y otras políticas de la UE.”⁷²

Para lograr los objetivos previstos se planifican en la estrategia una serie de acciones, que a lo largo de esta guía podrá comprobarse cómo se ponen en marcha.

⁷¹ Europe Direc A Coruña, **Política Europea de consumidores: Derechos y reclamaciones**, http://www1.dicoruna.es/ipe/publicaciones/publicaciones_ipe/publicaciones_2010/POL%20CDTICA%20EUROPEA%20DE%20CONSUMIDORES.pdf, 19 de agosto de 2013.

⁷² *Ibid.*

- A. "Regular mejor la protección de los consumidores.
- B. Mejorar el control de la aplicación y las vías de recurso.
- C. Mejorar el seguimiento de los mercados de consumo y de las políticas nacionales de consumo.
- D. Hacer de los consumidores el núcleo de otras políticas y reglamentaciones de la UE.
- E. Informar y educar mejor a los consumidores."⁷³

2.6. Principios básicos para la protección de los consumidores en la Unión Europea

"Con la intención de ayudar al consumidor, la Unión Europea elaboró una guía con diez principios básicos que resumen a grandes rasgos la política de protección de consumidores que se implementa en todo el territorio comunitario."⁷⁴

Se trata de derechos que asisten a todo consumidor europeo, con independencia de que algunos derechos puedan variar en su contenido dependiendo de la legislación del Estado miembro en concreto.

2.6.1. Compre lo que desee

La UE garantiza el derecho de todos los ciudadanos a comprar en cualquier otro Estado miembro sin tener que pagar derechos de aduana o un IVA adicional al volver a su país

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ *Ibid.*

de origen, con independencia de que estas compras se realicen personalmente o por teléfono, correo o Internet.

En general, las autoridades nacionales no pueden impedir que los consumidores importen productos que hayan adquirido legalmente en otro país de la UE. No obstante, existen excepciones en el caso de los productos como las armas de fuego o los Artículos que resulten moralmente dañinos.

2.6.2. Si no sirve, devuélvalo

“Si se adquiere un producto que incumpla el acuerdo alcanzado con el vendedor en el momento de la compra, puede devolverse para que lo arreglen o lo cambien. Otra posibilidad es solicitar una reducción de precio de otro producto o que se reembolse todo el dinero. Dicha legislación es aplicable hasta dos años después de la adquisición del producto. Además, hasta seis meses después de haber realizado la compra, es responsabilidad del vendedor y no del consumidor demostrar que el producto vendido cumple el contrato de venta.”⁷⁵

Este principio según el cual el producto debe «cumplir el contrato de venta» protege igualmente al consumidor en caso de que lo adquirido no sea lo que se acordó comprar.

⁷⁵ Ibid.

2.6.3. Normas de seguridad alimentarias y relativas a otros bienes de consumo

“Todos los productos procedentes de Europa, en principio, son seguros. La UE cuenta con leyes que tratan de garantizar que los productos que se adquieren son seguros. Aunque no existe ningún sistema normativo que garantice a los consumidores la ausencia de riesgo o el 100% de seguridad, los países de la UE cuentan con las normas de seguridad más estrictas del mundo”.⁷⁶

2.6.4. Sepa lo que come

“La legislación comunitaria relativa al etiquetado de los alimentos permite saber lo que come. La etiqueta debe incluir información detallada sobre los ingredientes que contiene el alimento, así como los colorantes, los conservantes, los edulcorantes y otros aditivos químicos empleados. Si existe un ingrediente al que algún consumidor podría ser alérgico, por ejemplo, los frutos secos, debe constar en la etiqueta, aunque aparezca en dosis muy bajas”.⁷⁷

La legislación comunitaria relativa al etiquetado de los alimentos regula los productos que pueden denominarse «biológicos» y el uso de nombres relacionados con productos de calidad de determinadas denominaciones de origen europeas.

⁷⁶ **Ibíd.**

⁷⁷ **Ibíd.**

2.6.5. Debe respetarse a los consumidores en los contratos

“La legislación comunitaria prohíbe cláusulas contractuales abusivas, como indicar que no se puede reembolsar el precio a pesar de que la empresa haya incumplido. No importa el contrato que haya firmado ni el país de la UE en el que firme: la legislación comunitaria protege de esta clase de abusos”.⁷⁸

2.6.6. En ocasiones los consumidores pueden cambiar de opinión

“La legislación comunitaria protege de la venta ambulante. Como principio general, este tipo de contratos puede anularse hasta siete días después. No obstante, existen algunas excepciones, por ejemplo, las pólizas de seguros y las compras inferiores a 60 euros”.⁷⁹

La legislación comunitaria protege igualmente a los consumidores cuando realizan compras por correo, Internet, televenta y otro tipo de compras a distancia. La legislación comunitaria prohíbe estrategias como la «venta forzosa» (enviar bienes que no se han solicitado y exigir posteriormente su pago).

⁷⁸ **Ibid.**

⁷⁹ **Ibid.**

2.6.7. Mayor facilidad para comparar precios

“La legislación comunitaria establece que los supermercados deben facilitar el precio por unidad de los productos -su precio por kilo o litro — para ayudar al consumidor a decidir cuál resulta más rentable. La legislación comunitaria exige igualmente a las empresas de servicios financieros que faciliten una determinada información estándar”.⁸⁰

2.6.8. No debe engañarse a los consumidores

“La legislación comunitaria prohíbe la publicidad que estafa o engaña a los consumidores. Además, al realizar una compra por teléfono, correo o Internet, los vendedores deben ser claros y sinceros. La legislación comunitaria establece que deben proporcionar información detallada sobre su identidad, los productos que venden, su precio (incluidos impuestos y gastos de envío) y el tiempo que tardarán en enviarlo.”⁸¹

2.6.9. Protección durante sus vacaciones

“Los operadores turísticos deben disponer de medios para trasladar al consumidor a su lugar de residencia en caso de quebrar durante sus vacaciones. Asimismo, deben indemnizar si sus vacaciones no corresponden a lo prometido en el folleto. La

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ *Ibid.*

legislación comunitaria permite anular su reserva en caso de que el operador turístico trate de incrementar el precio de sus vacaciones o cambiar el lugar de estancia sin el consentimiento del consumidor. Además, reconoce el derecho a una indemnización en caso de llegar al aeropuerto y encontrarse con que no puede volar, al declarar la aerolínea o el operador turístico un exceso de pasajeros.”⁸²

“Cabe señalar que la legislación comunitaria facilita el que las «mascotas» de los consumidores puedan acompañarles durante sus vacaciones. Una vez que el veterinario proporcione a la mascota uno de los nuevos pasaportes para animales domésticos, éste podrá viajar con el consumidor a cualquier país de la UE.”⁸³

2.6.10. Indemnizaciones efectivas en caso de litigios transfronterizos

“Uno de los principios fundamentales de la política de protección de los consumidores consiste en reconocer que los consumidores son agentes económicos fundamentales y responsables en el mercado interior. Deberían darse a los consumidores los medios para poder elegir con conocimiento de causa los bienes y servicios que adquieren. Deberían promoverse y defenderse sus intereses, sobre todo teniendo en cuenta la creciente complejidad de los mercados en los que operan. En otras palabras, los consumidores deben tener la certeza de que pueden buscar las mejores oportunidades en cualquier lugar de Europa.”⁸⁴

⁸² **Ibid.**

⁸³ **Ibid.**

⁸⁴ **Ibid.**



CAPÍTULO III

3. Los derechos del consumidor y usuario en Guatemala

3. 1. Historia

“La historia de la protección al consumidor en Guatemala, fue a raíz del establecimiento de un gobierno constitucional y creyendo necesario reestructurar las instituciones, se dispuso a través del Decreto número 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.”⁸⁵

El Acuerdo Gubernativo de fecha 5 de junio de 1945, para la debida aplicación del Decreto numero 90 Ley de Emergencia Económica, crea la Oficina de coordinación de precios y abastecimientos con el objeto de impedir las fluctuaciones bruscas de los precios, velando por el mantenimiento de la estabilidad y el equilibrio económico del país, de acuerdo con las diversas leyes, reglamentos y disposiciones de emergencias.

En el Acuerdo Presidencial del 18 de febrero de 1946: se indica que la Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos no llenaba los fines para los cuales había sido creada, por lo que resulta oneroso su sostenimiento al erario nacional; por lo que se suprime y se crea la Oficina de Estabilización Económica, la cual tendrá todas las

⁸⁵ Dirección de atención y asistencia al Consumidor, **Historia**, <http://www.diaco.gob.gt/>, 24 de agosto 2013.



atribuciones de la anterior; ya que fue sustituida por que su estructura no era viable para los recursos de la nación.

“Dirección General de la Economía Nacional fue creada por Acuerdo Presidencial de fecha 5 de enero de 1948, debido a que en el Acuerdo Presidencial se dio una nueva organización complementaria distinta a la oficina anterior, por esta razón se suprimió para crear la Dirección General de la Economía Nacional; dándole las atribuciones que correspondía a la oficina suprimida. Debido a la confrontación que en ese tiempo tenía el Ministerio de Economía y Trabajo, se pensó que esta dirección controlaría y regularía todo lo concerniente a la Economía Nacional, de esa cuenta se formó entre su estructura el Departamento de Control de Precios y Abastecimiento el cual quedó de todo lo relativo a controles de ese tipo.”⁸⁶

En el Acuerdo Presidencial del 29 de julio de 1949, se manifestaba que por Acuerdo del presupuesto era necesario suprimir la Dirección General de la Economía Nacional y crear la Dirección General de Comercio Industria y Controles, dándole las atribuciones que aparecieran en su Reglamento Interno, el cual se sancionó en el Acuerdo Presidencial del 25 de julio de 1950, o sea un año después de su creación.

“El Departamento Administrativo de Economía y Trabajo. En el Acuerdo Presidencial del 28 de julio de 1953 se indicaba que debido a que en el presupuesto era necesario suprimir la Dirección General de Comercio Industria y Controles, y en su lugar se creaba el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, señalándose que las

⁸⁶ Ibid.

atribuciones serían las mismas que tenía la Oficina que se cancelaba. Un año después debido a las situaciones políticas imperantes en el país y al cambio en las posiciones, estructurales, en el Decreto 19 de la Junta de Gobierno de la República de Guatemala de fecha 15 de julio de 1954, se dispuso cancelar el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, indicándose que en tanto se hacen las revisiones pertinentes queda a cargo del Ministerio de Economía y Trabajo las aplicaciones de los acuerdos vigentes sobre los precios y los Artículos controlados.”⁸⁷

Actualmente mediante Decreto número 006-2003; el Congreso de la República de Guatemala se aprobó la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, habiendo sido publicado en el Diario de Centro América el día 11 de marzo del año 2003, entró en vigencia el 26 de marzo del 2003, donde fue creada la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) como dependencia del Ministerio de Economía según el Acuerdo Gubernativo número 425-95, de fecha 4 de septiembre de 1995 estableciéndose en el Artículo 53 “...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.”⁸⁸

El 10 de diciembre del 2003 se publicó el Acuerdo Gubernativo 777-2003 Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario entrando en vigencia el 22 de

⁸⁷ **Ibid.**

⁸⁸ **Ibid.**



diciembre de 2003. Su objetivo es desarrollar las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor, a efecto de regular la estructura administrativa y el funcionamiento de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor como la unidad administrativa responsable de la aplicación de la Ley.

El objetivo general de la DIACO es asistir los derechos e intereses de los consumidores y usuarios en sus relaciones comerciales con los proveedores y prestadores de servicios, y el objetivo específico es que procurará que las relaciones entre proveedores, consumidores y usuarios se llevan a cabo con apego a la Leyes en materia de protección al consumidor. Debe 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.

3. 2. Atribuciones

En cuanto a las atribuciones de la Dirección en el Decreto numero 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala, según el Artículo 54 son las siguientes:

- A. Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.
- B. Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.



- C. "Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor o usuario un mejor conocimiento de las características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.
- D. Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor y usuario.
- E. Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y usuario, así como prestar asesoría a consumidores, usuarios y proveedores.
- F. Promover y realizar investigaciones técnicas en las áreas de consumo de bienes y uso de servicios.
- G. Iniciar las actuaciones administrativas en caso de presunta infracción a las disposiciones de esta Ley, sus normas reglamentarias y resoluciones que en consecuencia se dicten, de oficio o por denuncia de quien invocare un interés particular o actuar en defensa del interés general de los consumidores y usuarios.
- H. Establecer procedimientos ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos, de los que tenga conocimiento de conformidad con esta Ley.
- I. Celebrar convenios con proveedores, consumidores y/o usuarios y sus organizaciones para alcanzar los objetivos que la Ley establece.
- J. Vigilar porque la oferta de productos y servicios se enmarquen en los principios que rigen la economía de mercado.
- K. Velar por la observancia, por parte de los proveedores, en coordinación con los entes administrativos especializados, de las disposiciones legales relacionadas con reglamentos técnicos o normas de calidad, pesas y medidas para la actividad.

comercial o la salud de la persona humana, así como requerir de la autoridad competente se adopten las medidas correctivas necesarias, en su caso.

- L. Aplicar las sanciones administrativas establecidas en esta Ley, cuando corresponda y publicar los resultados.
- M. Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores o usuarios, proporcionándoles capacitación y asesoría.
- N. Llevar registro de las organizaciones de consumidores o usuarios y, cuando sea posible, de los proveedores de determinados productos o servicios.
- O. Llevar a cabo en forma directa o indirecta un programa general de verificación de las mediciones de los servicios públicos, en coordinación con los entes administrativos especializados.
- P. Representar los intereses de los consumidores o usuarios abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan.
- Q. Dictar medidas administrativas en los casos que se presuma errores de cálculo de parte de los proveedores que afecten económicamente al consumidor o usuario.
- R. Establecer dependencias para diferentes áreas del país que la Dirección determine, atendiendo a su ubicación geográfica y de acuerdo a sus posibilidades presupuestarias.
- S. Registrar los contratos de adhesión cuando exista requerimiento de los proveedores y se llenen los requisitos legales.
- T. La Dirección deberá llevar una memoria mensual sobre los procedimientos administrativos que se inicien ante ella, la cual deberá publicar mensualmente, con indicación de las partes involucradas.
- U. Registrar de oficio los contratos de adhesión.



3. 3. Organización

Básicamente la organización en cuanto a figuras administrativas dentro de la dirección esta conformada por director, subdirector, consultores, asesores y auditoria interna; pero funcionalmente es decir la forma en que presta sus servicios es a través de distintos departamentos, por ello se establece que está organizada a través de dos formas una administrativa y la otra es funcional.

3.3.1. Organización administrativa interna

Las figuras administrativas internas dentro de la Dirección de la Protección al Consumidor y Usuario en Guatemala se encuentran el director quien la preside, el subdirector, consultores, asesores y finalmente la auditoria interna, se hará una breve referencia para determinar su función según la ley.

I. Director

El Decreto numero 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala, establece en sus Artículos 55, 56, 57, 58, y reglamento Acuerdo Gubernativo 777-2003 Artículo 34 la jerarquía, calidades, nombramiento, remoción, atribuciones, que a continuación se describirá:

La jerarquía que ejerce el nombramiento de Director de la DIACO es la autoridad administrativa superior y el funcionario ejecutivo de mayor nivel jerárquico de dicha



Dirección, ejercerá sus funciones con absoluta independencia de criterio, pero apegándose a criterios técnicos y legales, bajo su responsabilidad de conformidad con la ley, así mismo tiene a su cargo la representación legal de la Dirección.

Conjunto de cualidades positivas deseables de la persona que ejercerá esta función pública son la de ser guatemalteco, estar en el goce de sus derechos ciudadanos, ser persona de reconocida honorabilidad, probidad y experiencia; ser abogado y notario o profesional de las ciencia económicas, con colegiado activo.

Es nombrado y removido por el Ministerio de Economía a través del Ministro. En la remoción existen una serie de causales y estas son:

- A. Por cometer actos pertenecientes a tipos penales u otras leyes fraudulentos, ilegales o evidentemente opuestos a las atribuciones o intereses de los consumidores o usuarios, de la Dirección y del Estado en general.
- B. *Por actuar o proceder con manifiesta negligencia en el desempeño de sus funciones.*
- C. Por ser declarado judicialmente en estado de interdicción o por padecer incapacidad física que lo imposibilite para el ejercicio del cargo.
- D. Por haber sido condenado en sentencia firme por la comisión de un delito doloso.

En Asignación a su competencia el Director tiene por orden legal y reglamentario:



- E. Planificar, organizar, controlar, dirigir e integrar los recursos físicos, humanos y financieros de la Dirección.
- F. Velar por el cumplimiento de la presente Ley y sus respectivos reglamentos.
- G. Presentar el proyecto de presupuesto anual de la Dirección, al Ministerio de Economía para su discusión y aprobación.
- H. Crear las secciones técnicas que se requieran para el buen funcionamiento de la Dirección, señalándoles sus funciones.
- I. Promover la colaboración con otros organismos nacionales e internacionales u otros estados, en relación con las materias contenidas en la presente Ley y sus reglamentos.
- J. Diseñar las políticas de la Dirección para la consecución de sus objetivos.
- K. Las demás que sean inherentes a su cargo.
- L. Establecer la estructura organizacional que permita a La Dirección cumplir con los objetivos y atribuciones que se le asignan, para lo cual deberá emitir el instrumento legal correspondiente.

II. Subdirector

La figura del subdirector dentro de la Dirección es para qué en casos de ausencia o impedimento temporal del Director, asumirá el cargo el Subdirector y se requieren las mismas calidades del Director y así mismo será nombrado por el Ministerio de Economía. (Artículo 60 Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala).



III. Consultores y asesores

Dentro de la DIACO existe un banco de técnicos y profesionales en diferentes disciplinas, jurídicos, sociales y económicos que podrán ser requeridos por la Dirección durante el procedimiento administrativo y tienen que ser personas de reconocida honorabilidad, poseer conocimientos sobre las materias pertinentes a los derechos del consumidor y deberán estar en el goce de sus derechos civiles. En sus actuaciones se desempeñarán con independencia de criterio, aplicando sus conocimientos y experiencia.

De igual manera existe un grupo de asesores quienes serán nombrados por el Director y desempeñarán las funciones inherentes a su cargo. Su función principal será asesorar a la Dirección en el ámbito de su competencia según las atribuciones que le otorga la presente Ley.

Aunque doctrinariamente el significado de estos términos es muy parecido ya que “un consultor (del latín *consultus* que significa, asesoramiento) es un profesional que provee de consejo experto en un dominio particular o área de experiencia, sea contabilidad, tecnología, ley, recursos humanos, ventas, medicina, finanzas, relaciones públicas, comunicación u otros.”⁸⁹

⁸⁹ Wikipedia La enciclopedia libre; Wikipedia® Wikimedia Foundation, Inc; por Jimmy Wales y Larry Sanger **consultor**; Web: <http://es.wikipedia.org/wiki/>; agosto 2009.



Como una interpretación extensiva a la norma, la diferencia sería en la forma de actuación ya que el Artículo 61 del Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala; establece en su parte conducente los consultores "...podrán ser consultados por la Dirección durante el procedimiento administrativo..."

El cuerpo de asesores en el Artículo 62 del mismo cuerpo legal describe que "...Su función principal será asesorar a la Dirección en el ámbito de su competencia..." Entonces la diferencia radica en dos funciones el carácter permanente de los asesores y el carácter temporal de los consultores y la otra función es que los consultores estarán aconsejando dentro del procedimiento administrativo y el asesor en los demás actos de la DIACO.

IV. Auditoría interna

Esta tiene la función principal de inspección, fiscalización y control de las operaciones contables y financieras de la DIACO. El Artículo 65 de la citada ley establece que la integración de la auditoría interna está a cargo de un auditor interno, el cual será nombrado por el Director, y el personal necesario para el adecuado cumplimiento de sus fines, por analogía contadores y auxiliares de los mismos. El auditor interno debe poseer el título universitario de: contador público y auditor, ser colegiado activo y tener experiencia reconocida en la materia de por lo menos cinco años.

3.3.2. Organización funcional

La organización funcional de la DIACO, puede estar dentro de la concepción del servicio público ya que este es un sector de actividades que permiten a los habitantes del país acceder a los beneficios que otorga la ley y reglamento en materia de protección al consumidor y usuario.

Aunque no se encuentra todos los departamentos creados para poder proteger dicho derechos, un reporte de la organización funcional Ministerio de Economía realizado por gerencia general del Ministerio de Economía del año 2006 develo la existencia de los siguientes dentro de la Dirección:

- A. Departamento de servicios públicos y atención al cliente
- B. Departamento de verificación y vigilancia
- C. Departamento de promoción y asesoría al consumidor
- D. Departamento de servicios al consumidor
- E. Departamento de atención al proveedor
- F. Departamento administrativo
- G. Departamento financiero
- H. Departamento de informática
- I. Departamento de asesoría jurídica
- J. Departamento de ferias
- K. Sedes regionales



3. 4. Régimen económico y financiero

En la forma en que la Dirección se rige para su funcionamiento es a través de un patrimonio que está conformado según el Artículo 63 del Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala:

- A. Los fondos que se le asignen anualmente en el presupuesto general de ingresos y egresos del Estado "...este aporte deberán ser los que le permitan atender con eficiencia y eficacia los programas de tutela al consumidor y usuario, expresado en el Artículo 40 del Acuerdo Gubernativo 777-2003.
- B. Los aportes ordinarios y extraordinarios que reciba de entidades nacionales o internacionales.
- C. Los bienes de cualquier naturaleza, que le sean transferidos por el gobierno de la república o por entidades descentralizadas por el Estado.
- D. Las donaciones o subsidios que le otorguen personas individuales o jurídicas, salvo las de proveedores o prestadoras de servicios que pretendan un beneficio particular.
- E. Los fondos obtenidos mediante suscripciones de convenios de cooperación.
- F. Fondos provenientes del ingreso por pago por sanciones que incrementarán y constituirán sus fondos privativos. Los fondos privativos que provengan de los



ingresos de las sanciones y de las tasas de servicio que cobre la Dirección, será principalmente para promover la educación al consumidor y usuario; esto es la realización de seminarios, congresos, talleres, campañas publicitarias por los medios masivos de comunicación y la elaboración y distribución de cualquier material impreso que divulgue los derechos y protección de los consumidores y usuarios. (Artículo 41 Acuerdo Gubernativo 777-2003).

3. 5. Métodos de protección para implementar los derechos mínimos del consumidor y usuario por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

Para que pueda cumplirse el objetivo o fin primordial de la creación de esta entidad y se puede considerar que es la protección al consumidor y usuario en la adquisición de los diferentes bienes y servicios que proveen las empresas mercantiles en Guatemala, por ello es necesario crear una serie de métodos.

Dentro de la ley mencionada en los Artículos 66, 67, 68, 69 y el reglamento también ya expresado con anterioridad en los Artículos 42, 43, 44, 45, establece los procedimiento que utilizan la entidad en cuanto a cómo aplicar la protección, estos expresados en los concepto de programas de tutela, áreas de investigación y infracciones y sanciones que se describirán posteriormente.

3.5.1. Función y programas de tutela

El Artículo 66 del Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala, describe la operatividad de la función de protección implementada a través de programas de tutela que aboguen mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan en la protección al consumidor o usuario, siendo estos:

- A. Defensa legal del consumidor o usuario.
- B. Investigación de mercados y productos de consumo final, productos peligrosos y de riesgo en el consumo.
- C. Educación y orientación al consumidor o usuario.
- D. Apoyo técnico a la organización de consumidores y usuarios.
- E. Promoción de la resolución negociada de conflictos entre proveedores y consumidores y/o usuarios.
- F. Cooperación con entidades públicas y privadas para lograr mejoras en las condiciones del consumidor y usuario.
- G. Estudio, formulación y planteamiento de sugerencias para la emisión de nuevas leyes o reformas a las mismas para mejorar la defensa del consumidor o usuario.

3.5.2. Áreas de investigación

La búsqueda intencionada de conocimientos o soluciones a problemas de la Dirección, la determina a través de áreas de investigación que la entidad trabaja para generar las



formas para la defensa del consumidor o usuario dando énfasis a: la averiguación constante de los derechos del consumidor o usuario, publicidad engañosa, operaciones de crédito, obligaciones en la prestación de servicios, garantías comerciales, métodos de información, la advertencia en el uso o adquisición de bienes y servicios y alimentos. Artículo 67 Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala.

3.5.3. Infracciones y sanciones

A. Infracciones

El quebrantamiento de la norma según lo acatado por la ley y Reglamento de Protección al Consumidor y Usuario en Guatemala está en toda acción u omisión por parte de proveedores y consumidores y/o usuarios, organizaciones de consumidores y usuarios que implique violación de las normas jurídicas sustantivas en esta materia o el abuso del ejercicio de los derechos y obligaciones que establece la ley, asimismo delimita la responsabilidad si un funcionario público no denuncia la concurrencia de la infracción a las normas establecida y del orden jurídico en general. (Artículo 68 Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala).

De los anteriores Artículo citados; puede determinarse tres sujetos que incurren en trasgresión legal y son: el proveedor, el consumidor y/o usuario organizado o no, y el funcionario público que detecte la infracción.

La aplicación de las multas a las infracciones establecidas se observaran los criterios establecidos en las sanciones según el Artículo 42 del Acuerdo Gubernativo número 777-2003.

B. Sanciones

La infracción a las normas legales establecidas se encuentra descrita en los Artículos 69, 70, 71, 72, 74, 75, 76 del Decreto número 6-2003, y los Artículos 43, 44, del Acuerdo Gubernativo número 777-2003. Y se clasifican de la siguiente forma:

C. Sanciones a los consumidores o usuarios

La advertencia que se le hace al consumidor en las infracciones es: al que no abuse del derecho que se le concede legalmente, denominándose abuso del derecho o abuso de derecho a “la situación que se produce cuando el titular de un derecho subjetivo actúa de modo tal que su conducta concuerda con la norma legal que concede la facultad, pero su ejercicio resulta contrario a la buena fe, la moral, las buenas costumbres o los fines sociales y económicos del derecho. Igualmente, es el accionar de quien en ejercicio de un derecho actúa con culpa o dolo, sin utilidad para sí y causando daños a terceros.”⁹⁰

⁹⁰ Wikipedia La enciclopedia libre; Wikipedia® Wikimedia Foundation, Inc; por Jimmy Wales y Larry Sanger, **Abuso de Derecho**; Web: <http://es.wikipedia.org/wiki/>; agosto 2009.

Cuando los consumidores y/o usuarios incurran en violaciones a lo negociado o pactado con los proveedores o prestadores de servicios y tal circunstancia pueda ser comprobada por estos, podrán ser sancionados de acuerdo con lo establecido por el propio contrato o negociación de que se trate, y este podrá ejercitar su derecho de defensa, a través del procedimiento administrativo o legal que corresponda.

D. Sanciones a los proveedores o prestadores de bienes y servicios

Las penas impuestas a los proveedores o prestadores de bienes y servicios se van desarrollando paulatinamente; iniciado a través de apercibimiento escrito que formulará el funcionario o empleado debidamente autorizado por la Dirección, según lo establecido en esta Ley. Seguidamente este apercibimiento puede llegar a ser público, por la publicación en los medios masivos de comunicación las infracciones cometidas.

Ahora bien la ley determina después de los anteriores apercibimientos las multas y estas son calculada a través de Unidades de Multas Ajustables que abreviadas la ley las contemplan como UMAS, y valor de cada unidad será equivalente al salario mensual mínimo vigente para las actividades no agrícolas que no exceda del 100% del valor del bien o servicio.

Finalmente la Dirección ordena la publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor en el diario de mayor circulación del país. Para determinar la sanción de multa a imponer, toman en cuenta el tipo de infracción, el riesgo o daño causado, condición económica del infractor, perjuicio causado, intencionalidad, reincidencia, su



trascendencia a la población y el valor de los bienes y servicios objeto de la infracción. Estas sanciones como se describe en párrafos anteriores son de carácter progresivo, existen también multas y casos especiales de multas.

En casos de imposición de multas el Artículo 70 de la ley citada expresa en su parte conducente: la Dirección deberá sancionar con multa de quince a setenta y cinco UMAS a aquellos proveedores que incurran en las infracciones: 1.-Incurrir en alguna o algunas de las prohibiciones establecidas en la presente Ley; 2.- No cumplir con sus obligaciones; 3.-La omisión de proporcionar la información básica de los productos y servicios que se ofrecen a los consumidores y usuarios; 4.- No exhibir los precios de los bienes o servicios que se ofrecen al público; 5.- La omisión de la información cuando se expendan productos deficientes, usados, reparados, u otros en cuya elaboración o fabricación se hayan utilizado partes o piezas usadas, a los consumidores o usuarios; 6.- Omitir la información complementaria que le sea requerida por la Dirección siempre que no se viole la garantía del secreto profesional y cualquier información confidencial por disposición legal; 7.- Proporcionar información no susceptible de comprobación, o que induzca a error o engaño; 8.- Infringir las normas relativas a promociones de temporada o liquidaciones establecidas en esta Ley; 10.- No informar previamente al consumidor o usuario sobre las condiciones sobre las que se le otorga un crédito; 11.- No advertir, ni proporcionar las indicaciones sobre el uso de productos potencialmente dañinos para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios, o para la seguridad de sus bienes; 12.- Cuando, en el momento de tener conocimiento de que un producto sea dañino o peligroso para el consumo o uso, no informar al público y no retirarlo del mercado; 13.- No cumplir con la garantía extendida al consumidor o

usuario; 14.- No proveer el libro de quejas que establece la presente Ley o el medio legalmente autorizado por la Dirección; 15.- Impedir el acceso de los consumidores o usuarios que desean registrar sus reclamos, al medio legalmente autorizado o al libro de quejas, sea por pérdida o extravío, por deterioro o por estar agotados los folios respectivos. En ningún caso se puede negar al consumidor o usuario el derecho a inscribir sus reclamos; 16.- No mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, medidas, registradoras, básculas y los demás instrumentos de peso, que se utilicen en el negocio; 17.- Cobrar en exceso los intereses que se deban aplicar sobre saldos pendientes de créditos concedidos, o por exigir pagos por adelantado, sin la existencia de un pacto de anuencia por parte del consumidor o usuario; 18.-No registrar en la Dirección los contratos de adhesión.

Ahora las infracciones y sanciones constituida por casos especiales las describe el Artículo 71 de la ley mencionada y constituyen:

- a) Precio superior: Quien cobre un precio superior al exhibido, informado o publicado, se le impondrá una multa de quince a veinte UMAS;

- b) Fraccionamiento del precio: quien fije precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituye una unidad, cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio, se le impondrá una multa de diez a veinticinco UMAS.

- c) Condiciones de entrega: quien incumpla con las condiciones de entrega, plazos y características que fueron ofrecidas o pactadas con el consumidor, se le impondrá una multa de diez a veinte UMAS.

- d) Adulteración de productos: quien adultere productos, ya sea en sus componentes químicos, orgánicos, o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad, se le impondrá una multa de veinte a ochenta UMAS.

- e) Contenido Inferior: la fijación inferior en el envase o empaque, de la cantidad o del contenido neto de un producto, dará lugar a una multa de veinte a ochenta UMAS.

- f) Obstrucción o resistencia: por cualquier acto o acción dolosa que obstaculice o impida la acción de investigación y fiscalización de la Dirección, se le impondrá una multa de quince a cincuenta UMAS.

- g) Publicidad: por la utilización de publicidad engañosa por parte del proveedor, se le impondrá una multa de cuarenta a ochenta UMAS.

- h) Garantía: no extender garantía de los productos que vende el proveedor, de conformidad con lo establecido en la presente Ley o por no extenderla completa, se le impondrá una multa equivalente a cincuenta UMAS.

- i) Abuso de derecho: a las organizaciones de consumidores o usuarios que contravengan las limitaciones contenidas en el Artículo 10 de la Ley, se les impondrá una multa equivalente a veinticinco UMAS.

- j) Negligencia: quien en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, cause menoscabo al consumidor o usuario, debido a fallas o deficiencias en la identidad y procedencia del respectivo bien o servicio, y la seguridad en su uso, se le impondrá una multa de veinte a cincuenta UMAS.

La aplicación de las sanciones a causa de la transgresión de las infracciones la contempla el Artículo 99 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece que la competencia para proceder a esta le corresponde a la Dirección de atención al consumidor; salvo los casos que constituyan delitos, cuyo conocimiento y sanción corresponde a los órganos jurisdiccionales. En el trámite administrativo que se siga para determinar la comisión de una infracción a los derechos de los consumidores o usuarios, la Dirección debe actuar con oficiosidad, celeridad, imparcialidad y especialidad de las actuaciones. Si de la investigación que se realice apareciera la comisión de un delito, la Dirección se abstendrá de imponer sanción alguna y pondrá, de oficio, el hecho de conocimiento del Ministerio Público.

La responsabilidad por infracciones y las sanciones establecidas en esta Ley prescriben por el transcurso del plazo de tres años, los que principian a contarse a partir de la fecha que se cometió la infracción, y si se hubiere impuesto alguna sanción, desde la



fecha en que se notificó al infractor la resolución que la impuso. (Artículo 104 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario).

El plazo de prescripción se interrumpe por: a) La notificación al infractor de la orden de instrucción de procedimiento para determinar su responsabilidad; b) La notificación de la resolución que determina la responsabilidad del infractor y la sanción que se le impone; c) El reconocimiento expreso o tácito, por parte de la persona señalada como infractor, de que cometió la infracción; d) Por cualquier acto o gestión escrita de la persona señalada como infractor dentro del expediente administrativo, o cualquier otro tipo de actuación producida por funcionario o profesional que esté investido de fe pública; e) La renuncia del infractor a prescripción consumada. (Artículo 104 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario).

3.5.4. Reincidencia

Según el Diccionario de la Real Academia Española describe que reiteración de una misma culpa o defecto; es muy conocida dentro del ámbito penal y este se refiere a la circunstancia agravante de la responsabilidad criminal, que consiste en haber sido el reo condenado antes por el delito análogo al que se le imputa.

El Artículo 72 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece: la figura jurídica de reincidencias, en esta materia se da cuando en un período de dos años, una persona individual o jurídica, incurre en la infracción de la misma naturaleza y por la



cual ya había sido sancionado, en cuyo caso la sanción a imponer se aumentará en un veinticinco por ciento.

3.5.5. Registro

El Artículo 73 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece que la Dirección llevará un registro público de todas las quejas que se planteen ante ella; es así como el Acuerdo Gubernativo numero 777-2003, establece en su Artículo dos la definición de queja esta es “f)...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.”

Este registro se hace a través de un libro denominado en el Artículo 17 Ley de Protección al Consumidor y Usuario, como Libro de Quejas; y se crea con el efecto de garantizar el derecho de reclamo de los consumidores y usuarios, todo proveedor deberá poner a disposición de los mismos en un lugar visible, un libro de quejas o cualquier medio autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, el cual deberá ser de acceso irrestricto al público, el que debe contener como mínimo los espacios en los que se indique el nombre del consumidor o usuario afectado, el tipo de reclamo y la fecha en que quedó solucionado el mismo. Cuando el proveedor tenga agencias o sucursales deberá contar con un libro de quejas en cada una de ellas.



El Artículo 13 del Reglamento de la ley (Acuerdo Gubernativo 777-2003), establece que este libro será el punto de partida para la solución de conflictos que surjan entre los consumidores y proveedores o usuarios y prestadores de servicio.

Como procedimiento en el mismo Artículo el consumidor o usuario dejará constancia de su inconformidad en el libro de quejas y el proveedor tiene obligación de atender la queja consignada en el libro correspondiente y deberá resolver el conflicto con el consumidor o usuario en forma directa y conciliatoria.

La autorización la describe el Artículo 14 del Reglamento de la ley, y se da a través de la solicitud del proveedor; quien pide el formulario que proporcione la DIACO, ésta, autorizará los libros de quejas que requiera, donde determina la tasa por servicio de autorización, el libro deberá llenar los requisitos siguientes: a) Tener impreso el número de folio. b) Los espacios o columnas que permitan anotar la fecha en que se hace el reclamo, el nombre del consumidor o usuario afectado, domicilio, descripción del reclamo, fecha y breve explicación de la solución del mismo.

La supervisión de estos libros como cierre de ciclo de control para defender los derechos de los consumidores y usuarios la hará el Departamento de Verificación y Vigilancia dentro de su plan anual, donde contempla la verificación y cumplimiento de la ley. (Artículo 16 Acuerdo Gubernativo 777-2003).

3.5.6. Reparación, restitución, reposición o devolución

Como medidas eminentemente administrativas la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor en Guatemala establece en la ley de la materia en el Artículo 74, que sin perjuicio de la indemnización por daños ocasionados (porque en este caso procedería en ámbito procesal civil de daños y perjuicios), cuando proceda, el consumidor o usuario, previa devolución al proveedor, podrá optar entre la reparación gratuita del bien, su reposición o devolución de la cantidad pagada.

Como puede observarse estas son opcionales y el significado de cada uno de los términos es importante tenerlo claro ya que la reparación es la "acción y efecto de reparar cosas materiales mal hechas o estropeadas"⁹¹; restitución o reintegrar es "restituir o satisfacer íntegramente una cosa, reconstituir la mermada integridad de una cosa; o bien recobrase enteramente de lo que se había perdido, o dejado de poseer."⁹²

En cuanto a la reposición es "volver a poner, constituir, colocar a una persona o cosa en el empleo, lugar o estado que antes tenía, reemplazar lo que falta o lo que se había sacado de alguna parte."⁹³

Asimismo el Artículo 75 de la ley establece el procedimiento del caso especial de reposición de productos y describe "los productos que los proveedores, siendo estos distribuidores o comerciantes, hubieren debido reponer a los consumidores o usuarios y

⁹¹ Diccionario de la Real Academia Española, Pág. 503.

⁹² *Ibid.*

⁹³ *Ibid.*



aquellos por los que devolvieron la cantidad recibida en pago, deberán ser restituidos contra su entrega, por la persona de quien los adquirieron o por el fabricante o importador, siendo, así mismo, de cargo de estos últimos el resarcimiento, en su caso, de los costos de restitución o devolución, si los hubiere, y de las indemnizaciones que se hayan debido pagar, siempre que el defecto que dio lugar a una u otra le fuere imputable.”

Y por último el término de devolución siendo la acción de devolver y esta “es volver una cosa al estado que tenía; restituirla a la persona que la poseía o bien corresponder a un favor o a un agravio.”⁹⁴ Verificado cada contenido del término es posible observar dentro de cada definición que la ley trata de abarcar cada ámbito del proceder en la compra de un consumidor ya sea en un servicio o producto.

Ahora el Artículo 74 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece: que el ejercicio de estos derechos deberá hacerse efectivo ante el proveedor; dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto, siempre que no se hubiere deteriorado por el hecho imputable al consumidor o usuario. Si el producto se hubiere vendido con determinada garantía, prevalecerá el plazo por el cual ésta se extendió si fuera mayor. Para los productos perecederos el plazo no podrá ser mayor de siete días.

⁹⁴ *Ibíd.*

3. 6. Solución y defensa de conflictos

3.6.1. Inicio

El inicio del procedimiento se da a través de que la Dirección actué de oficio o por denuncia (queja), de consumidores o usuarios agraviados, o de parte interesada. (Artículo 77 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario).

3.6.2. Clases de procedimientos

La clasificación de los procedimientos en materia de derechos del consumidor la establece el Artículo 78; 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: administrativo, arreglo directo conciliatorio entre las partes, arbitraje de consumo, además en los Artículos 6 y 7 de la misma ley, describe la forma de cómo organizarse para prevenir y reprimir la violación a los derechos, que particularmente serán desarrollados para su mejor entendimiento a continuación:

I. Procedimiento administrativo.

El diccionario jurídico Espasa, define la actividad del procedimiento administrativo como la consecución de un fin y que es necesario una serie de actos que, unidos entre sí, conducen al fin pretendido. A esta unión de actos se le denomina procedimiento, "El



procedimiento administrativo, si bien constituye una garantía de los derechos de los administrados, no agota en ello su función, que es también, y muy principalmente, la de asegurar la pronta y eficaz satisfacción del interés general mediante la adopción de las medidas y decisiones necesarias por los órganos de la Administración, intérpretes de ese interés, y, al propio tiempo, parte del procedimiento y árbitro del mismo.⁹⁵

Los derechos del consumidor son discutidos a través del procedimiento administrativo como patrón principal en cada entidad gubernamental y este la establece en el Artículo 84 Decreto número 006-2003 del Congreso de la República de Guatemala, donde a través del procedimiento administrativo, la Dirección queda facultada para sancionar a los infractores de la Ley de materia

El Artículo 97 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece los principios procedimentales, aunque no son los generales establecidos en la doctrina para este tipo de actos; se basa en los principios de celeridad, oralidad, equidad, informalidad y publicidad.

En cuanto a la representación los consumidores o usuarios como los proveedores, podrán acudir ante la Dirección en nombre propio o por medio de sus representantes legales, puede hacer efectivo sus derechos, así también demostrar su inocencia. (Artículo 85 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario).

⁹⁵ Diccionario Jurídico Espasa, Pág. 435.

A. Trámite

Se inicia llenando un formulario que la Dirección, proporciona al consumidor o usuario que se considere agraviado, seguidamente se notifica a las partes (proveedor y consumidor); tomando en cuenta las normas generales establecidas en el Código Procesal Civil y Mercantil y según la dirección consignada en el formulario anterior, (Artículo 86, 87 de la ley). Dentro de la notificación La Dirección citará al presunto infractor y al consumidor o usuario que presentó el reclamo, señalando día y hora para la audiencia administrativa, dentro de los diez días siguientes a la fecha en que se presentó la queja, para que las partes comparezcan con elementos idóneos que fundamenten su posición; así mismo para informarles sobre los procedimientos a su disposición para resolver el conflicto, (Artículo 88 de la Ley de Protección del Consumidor y Usuario).

Debidamente notificados y citados se celebra audiencia, el conciliador nombrado por la Dirección buscará dirimir la controversia o conflicto, buscando la conciliación entre las partes. Si las partes voluntariamente lo desean, podrán someterse al arreglo directo o al arbitraje de consumo. Si el infractor no compareciere a la audiencia, o compareciendo a la misma manifiesta que no desea conciliación o someterse al arbitraje de consumo, la audiencia terminará. Si llegara a un acuerdo, el conciliador de la Dirección levantará acta que documente los acuerdos a que hayan llegado las partes (Artículo 89 de la ley). Si el infractor no evacua la audiencia la Dirección procederá a dictar la resolución correspondiente declarando su rebeldía (Artículo 91 de la Ley de Protección del Consumidor y Usuario).



Dentro del procedimiento habrá un período de prueba que tendrá un plazo de diez días, para que el supuesto infractor aporte sus pruebas de descargo, pudiendo utilizarse todos los medios legales de prueba, siendo relevante la prueba pericial. (Artículo 92 de la Ley de Protección del Consumidor y Usuario).

Si en la audiencia no se logra la conciliación o al sometimiento al arbitraje de consumo, la Dirección deberá iniciar el procedimiento administrativo para sancionar la infracción a la presente Ley. Para tal efecto, volverá a citar al infractor a una segunda audiencia administrativa para que éste sea oído y ofrezca las pruebas en que basa su defensa. (Artículo 90 de la ley). Concluido el procedimiento, se dictará resolución dentro de los cinco días siguientes. (Artículo 98 de la Ley de Protección del Consumidor y Usuario).

B. Impugnación

Los medios de impugnación a las resoluciones dictadas por la Dirección y que pongan fin al procedimiento administrativo son el recurso de revocatorio y reposición según las normas generales de la Ley de lo Contencioso Administrativo, según el Artículo 105 del Decreto 006-2003 del Congreso de la República de Guatemala.

Según la Ley de lo Contencioso Administrativo en los Artículos 7 y 9 describe los recursos mencionados y el de revocatoria, procede en contra de resoluciones dictadas por autoridad administrativa que tenga superior jerárquico dentro del mismo ministerio o entidad descentralizada o autónoma. Se interpondrá dentro de los cinco días siguientes

al de la notificación de la resolución, en memorial dirigido al órgano administrativo que le hubiere dictado. Por otro lado podrá interponerse recurso de reposición dentro de los cinco días siguientes a la notificación las resoluciones dictadas por los ministerios, y, contra las dictadas por las autoridades administrativas superiores, individuales o colegiadas, de las entidades descentralizadas o autónomas, el recurso se interpondrá directamente ante la autoridad recurrida.

I. Arreglo directo conciliatorio entre las partes

Conciliación es definido en el diccionario elemental de Guillermo Cabanellas como "avenencia de las partes en un acto judicial, previo a la iniciación de un pleito. El acto de conciliación, que también se denomina juicio de conciliación, procura la transigencia de las partes, con objeto de evitar el pleito que una de ellas quiere entablar."⁹⁶

En el derecho procesal según Andrés de la Oliva, citado por el diccionario jurídico Espasa; la conciliación "es un instituto jurídico tendente a evitar, mediante acuerdo previo concluido en la presencia de un juez o autoridad, que se produzca (o, excepcionalmente, que siga adelante) entre varios sujetos un proceso jurisdiccional sobre asunto litigioso civil."⁹⁷

En la protección de los derechos al consumidor en Guatemala, la ley especial que lo regula (Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala), en

⁹⁶ Diccionario elemental de Guillermo Cabanellas, Pág. 64.

⁹⁷ Diccionario Jurídico Espasa, **Ob. Cit.** Pág. 245.

especial el Artículo 80 establece que la Dirección "...contará con un cuerpo de conciliadores capacitado y especializado, quienes tendrán a su cargo la audiencia de conciliación. Es interesante resaltar que aquí se encuentra una especie de conciliación en el campo del derecho administrativo, y que funge como mediadores que provee de soluciones a diversos conflictos que se encuentra especialmente en esta materia."

Ahora en el Artículo 82 de cuerpo legal citado se fija una audiencia de conciliación donde literalmente establece "...en la primera audiencia, si las partes optan por el arreglo directo conciliatorio, esta audiencia se convertirá en audiencia de conciliación. El conciliador nombrado por la Dirección buscará avenir a las partes, proponiéndoles formulas ecuanimes de conciliación. Si se llegara a un acuerdo, el conciliador levantará un acta que documente el acuerdo y conciliación a que hayan llegado las partes. En cualquier momento las partes podrán conciliar quedando concluido el proceso."

II. Arbitraje de consumo

"El Arbitraje en el derecho mercantil, -según el diccionario Espasa- representa una forma no judicial de dirimir conflictos, mediante que las personas naturales o jurídicas convienen en someter a la decisión de uno o de varios árbitros (siempre número impar) las cuestiones litigiosas surgidas, o que puedan surgir, en materias de su libre disposición conforme a derecho."⁹⁸

⁹⁸ *Ibid.*



En Guatemala el Decreto número 67-95 del Congreso de la República de Guatemala Ley De Arbitraje en el Artículo 4 numeral uno define el Acuerdo de arbitraje como "...aquél por virtud del cual las partes deciden someter a arbitraje todas o ciertas controversias que hayan surgido o puedan surgir entre ellas respecto de una determinada relación jurídica, contractual o no contractual."

Ahora la Ley de Derecho del Consumidor y Usuario establece en el Artículo 83 el arbitraje de consumo, que por interpretación se establece como el arbitraje que es especial en esa materia, dentro del mismo Artículo en la primera audiencia o en cualquier momento las partes podrán someterse voluntariamente y se deberá formalizar de acuerdo con la Ley de Arbitraje, a su trámite y demás cuestiones aplicables.

III. Forma

Según la ley citada en títulos anteriores dentro del Artículo 79, establece que la forma de las actuaciones queden documentados por escrito dentro de los procedimientos que esta entidad ofrece las cuales se asentarán en actas.

IV. Actuación Judicial

Según Cabanellas, el proceso contencioso es en general lo litigioso, contradictorio. "El juicio seguido ante juez competente sobre derechos o cosas que disputan entre sí varias partes contrarias. Contenciosa es la jurisdicción de los tribunales que deben decidir contradictoriamente, en contraposición a los juicios de carácter administrativo y

a los actos de la jurisdicción voluntaria. La jurisdicción encargada de resolver las cuestiones surgidas entre los particulares y la Administración se denomina contencioso administrativo. (v. Juicio contencioso, Recurso contencioso administrativo.)⁹⁹

El Decreto numero 119-96 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de lo Contencioso Administrativo, en el único considerando, denomina el objeto de la ley que rige el proceso de lo contencioso administrativo y este es “estructurar un proceso que a la vez que garantice los derechos de los administrados, asegure la efectiva tutela administrativa y jurisdiccional de la juridicidad de todos los actos de la administración pública, asegurando el derecho de defensa del particular frente a la administración, desarrollando los principios constitucionales y reconociendo que el control de la juridicidad de los actos administrativos no debe estar subordinado a la satisfacción de los intereses particulares”; esto se hace ante el tribunal respectivo y para ello la Constitución Política de la República de Guatemala, en el Artículo 221 establece la función de este y “...es de contralor de la juridicidad de la administración pública y tiene atribuciones para conocer en caso de contienda por actos o resoluciones de la administración y de las entidades descentralizadas y autónomas del Estado, así como en los casos de controversias derivadas de contratos y concesiones administrativas.”

En consecuencia, si los particulares toman las distintas vías mencionadas anteriormente, para poder resolver su controversias en materia de protección al consumidor y usuario y no logran satisfacer la pretensión propuesta esta puede ir a un tribunal judicial que tiene su fundamento constitucional con un proceso establecido en

⁹⁹ Diccionario Jurídico Cabanellas de Torre, **Ob. Cit.**, Pág. 586.

su ley especial, basado esto en el Artículo 106 del Decreto número 6-2003 del Congreso de la Republica de Guatemala, y que literalmente establece “en contra de lo resuelto por el Ministerio de Economía, se podrá iniciar el proceso contencioso administrativo de conformidad con la Ley de lo Contencioso Administrativo.”

V. Asociaciones de consumidores en Guatemala

Según Cabanellas la asociación es “la acción y efecto de aunar actividades o esfuerzos; o bien en colaboración, unión, junta, reunión, compañía, sociedad. Relación que une a los hombres en grupos y entidades organizadas; donde al simple contacto, conocimiento o coincidencia, se agrega un propósito, más o menos duradero, de proceder unidos para uno o más objetos. Entidad que, con estructura administrativa, persigue un fin común. Económicamente, la organización que explota cosas o empresas, desde las asociaciones rudimentarias de artesanos y las familiares hasta los colosales empresas en que se produce un escisión notoria entre los gestores o gerentes (con todas las iniciativas y responsabilidades de la administración en el sentido más amplio, incluso la enajenación de bienes sociales y la potestad de conferir su representación) y los propietarios, que se concretan a aportar su capital y a cobrar los dividendos o utilidades que correspondan.”¹⁰⁰

El termino asociación se encuentra regulado en el Código Civil guatemalteco; y estas a su vez son catalogadas como personas jurídicas dentro del Artículo 15 del cuerpo legal y el numeral tres define sus funciones describiendo “...Las asociaciones sin finalidades

¹⁰⁰ *Ibíd.*, Pág. 98.



lucrativas, que se proponen promover, ejercer y proteger sus intereses sindicales, políticos, económicos, religiosos, sociales, culturales, profesionales o de cualquier otro orden, cuya constitución fuere debidamente aprobada por la autoridad respectiva. Los patronatos y los comités para obras de recreo, utilidad o beneficio social creados o autorizados por la autoridad correspondiente, se consideran también como asociaciones...”

En materia de derechos del consumidor y usuario en Guatemala se ve claramente que la ley de la materia, permite a los guatemaltecos que puedan unirse para poder conformar una asociación y está regulada en la sección dos del Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala, definiendo su creación específicamente en los Artículos 6, 7.

El concepto de las organizaciones de consumidores y usuarios son asociaciones civiles sin finalidades lucrativas, organizadas con la exclusiva finalidad de defender en forma colectiva los derechos de los consumidores y usuarios; deberán inscribirse en el Registro Civil y en el registro que para el efecto llevará la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, que le otorgara personalidad jurídica propia, distinta de ella y de sus asociados individualmente; siendo representados por la persona u órgano que designen sus estatutos o reglamentos.

En Guatemala existe el Centro Nacional Guatemalteco de Defensa y Protección del Consumidor y Usuario CENGUADECU, en un comunicado a la comunidad nacional e internacional describen la entidad tanto su historia de constitución donde la describen

como Asociación no lucrativa, para la protección de sus intereses económicos y sociales, en virtud de que la integran un grupo de personas que propugna por la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios: de los servicios públicos y privados, y de los productos y bienes nacionales e importados de la Republica de Guatemala.

Más adelante describen que es una entidad civil, privada, apolítica y no lucrativa que velará por el bienestar de sus asociados y de los consumidores y usuarios en general, de los servicios públicos y privados, y de los productos y bienes nacionales e importados de la República de Guatemala.

3. 7. Proceso de conversión de dirección a procuraduría

El Congreso de la Republica de Guatemala el 23 de noviembre de 2006, conoció en el pleno la iniciativa de ley numero 3578, donde dispone aprobar el precepto legal titulado Ley de la Procuraduría de la Defensa del Consumidor y el Usuario, para adentrar las razones por las cuales se realiza este cambio los ponentes en la exposición de motivos se fundamentaron básicamente en:

Los abusos que se pueden mencionar se encuentran: los precios disfrazados, ofertas no cumplidas, cláusulas abusivas, cobros excesivos e incluso una serie de conductas por parte de los proveedores que podrían encajar en algunos tipos penales contemplados en la legislación penal guatemalteca.



Derivado de esto, en el año 2003, se hace un primer esfuerzo para normar la relación entre consumidores y proveedores, y se crean las herramientas que permiten castigar la conducta abusiva y fraudulenta observada por los proveedores, mediante la promulgación del Decreto número 006-2003 del Congreso de la Republica de Guatemala, Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Este es un intento pionero por normar las relaciones entre consumidores y proveedores, con el cual se logra constituir una serie de mecanismos que permiten al consumidor defender sus derechos, con lo cual se logra equilibrar, en alguna medida, la relación entre el consumidor y proveedor.

Con los logros alcanzados a través de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario se logró alcanzar una primera generación de derechos que amparan a los consumidores de los abusos de los proveedores; sin embargo, este primer esfuerzo no es suficiente, y por ello es necesario crear una institución que permita velar por los derechos del consumidor de una manera amplia, eficiente y efectiva.

Luego de un intenso estudio –establecen los ponentes- de las instituciones que se dedican a la protección del consumidor en diversos países de Latinoamérica y recogiendo lo normado en el Artículo 107 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario se ha arribado a la conclusión de que la promulgación de la figura de la Procuraduría de la Defensa del Consumidor que se estableció en el Artículo 83 y que literalmente establece: “Creación. Se crea la Procuraduría de la Defensa del Consumidor y el Usuario como una institución descentralizada del Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía funcional y administrativa y con competencia en todo el territorio nacional...”



La organización administrativa de la Procuraduría está integrada por los siguientes órganos: Un Procurador; Sub Procuradores de Servicios; Verificación y Vigilancia; Asuntos Jurídicos; Promoción y Educación de los Derechos del Consumidor; Sección encargada de la persecución de los delitos cometidos en contra de los consumidores y usuarios; 20 Direcciones Generales además de poder crear otras, que por las necesidades del servicio se estime conveniente crear en el futuro.

Aspectos relevantes dentro de la ley pueden dividirse de la siguiente manera:

1. Se crea en el Artículo 85 de la iniciativa el auxilio de la fuerza pública y la persecución penal, que será llevada por el procurador.
2. Nacen la figura institucional de los Consejos Comunitarios de Defensa del Consumidor y el Usuario estableciendo su función en el Artículo 95 segundo párrafo que expresa: "...su función fundamental será la de recibir las quejas o denuncias presentadas por consumidores o usuarios que hayan sido afectados por infracciones a la presente ley, dentro de su jurisdicción territorial, así como la solución de conflictos con el apoyo de pasantes de las diferentes universidades del país", también se mencionan dentro del Artículo 83 de la iniciativa de ley donde menciona: la Procuraduría " Será también el órgano encargado de dirigir y coordinar el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y Usuario, que se integrara por todos los Consejos Comunitarios de Protección del Consumidor y Usuario, que deberán organizarse en todos y cada uno de los municipios del país.

3. Puede verse también la actuación de la Universidades del país a través de sus bufetes (Artículo 95 citado en párrafo anterior).
4. El Sistema Nacional de Asesoría del Procurador, en donde el Artículo 9 de la iniciativa mencionada establece su objeto y este es: "...la verificación y fiscalización del cumplimiento de la presente ley, además de constituirse en un órgano asesor del Procurador."
5. Otra entidad es el Sistema Nacional de Protección del Consumidor y Usuario en el Artículo 102 le atribuye, "La defensoría y será el ente coordinador del Sistema y servirá como oficina de enlace de la actuación conjunta de las entidades públicas para el cumplimiento de la ley."
6. En la Resolución de conflictos a diferencia de las opciones que ofrece la actual Dirección, dentro del Artículo 147 de la iniciativa mencionada, determina dos procedimientos: arreglo directo conciliatorio entre las partes; procedimiento administrativo.
7. Otro cambio importante es la prohibición de someterse a un proceso arbitral, aunque no se considera porque se da el cambio, tal es el extremo de la decisión que el Artículo 78, del proyecto expresa literalmente que "Nulidad del Acuerdo de Arbitraje. El acuerdo de arbitraje contenido en los contrato de adhesión será nulo de pleno derecho."



Los avances que hasta el año 2009 se han dado, para establecer la procuraduría según informe en la página oficial de la Dirección es la continuidad al trabajo a través de la creación de un Foro Multisectorial de Protección al Consumidor, que se formó para el fortalecimiento de la Iniciativa de Ley que crea la Procuraduría del Consumidor y Usuario.

Dentro de los principales avances mencionan la entrega de los aportes del foro multisectorial a la Comisión de Defensa del Consumidor y del Usuario del Congreso de la República de Guatemala como son: sistema nacional de defensa al consumidor y usuario, de los tiempos compartidos y programas de tutela, temas desarrollados en el proyecto de ley.



CAPÍTULO IV

4. Inseguridad jurídica en las relaciones económicas entre el proveedor y consumidor

4.1. Prácticas comerciales que crean inseguridad jurídica en el consumidor o usuario

“A estos efectos, se consideran prácticas comerciales de los empresarios con los consumidores y usuarios todo acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de un bien o servicio a los consumidores y usuarios, con independencia de que sea realizada antes, durante o después de una operación comercial”.¹⁰¹

Así, se reputa desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe; esta buena fe es un concepto jurídico indeterminado, en este caso se entenderá contrario a las exigencias de la buena fe el comportamiento de un empresario o profesional contrario a la diligencia profesional, entendida ésta como el nivel de competencia y cuidados especiales que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas del mercado, que distorsione o pueda distorsionar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio o del miembro medio del grupo destinatario de la práctica, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores.

¹⁰¹ Pipaón Pulido, Jorge Guillermo, *Ob. Cit.*, Pág. 96.

El comportamiento económico del consumidor que debe reflejarse como consecuencia de una actuación desleal contraria a las exigencias de la buena fe empresarial, entendiendo como comportamiento económico del consumidor o usuario toda decisión por la que éste opta por actuar o por abstenerse de hacerlo en relación con: “a) La selección de una oferta u oferente; b) La contratación de un bien o servicio, así como, en su caso, de qué manera y en qué condiciones contratarlo; c) El pago del precio, total o parcial, o cualquier otra forma de pago; d) La conservación del bien o servicio; e) El ejercicio de los derechos contractuales en relación con los bienes y servicios; f) La merma de manera apreciable de la capacidad del consumidor medio para adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa, haciendo así que tome una decisión sobre su comportamiento económico que, de otro modo, no hubiera tomado.”¹⁰²

4.1.1. Actos de engaño

“En lo relativo al concepto del acto de engaño, se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios. Siendo susceptible de alterar su comportamiento económico. Así, activamente se considera acto de engaño aquel que incida sobre alguno de los siguientes aspectos:”¹⁰³

¹⁰² **Ibíd.** Pág. 96.

¹⁰³ **Ibíd.** Pág. 99.



- a) La existencia o la naturaleza del bien o servicio.

- b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio.

- c) La asistencia posventa al cliente y el tratamiento de las reclamaciones.

- d) El alcance de los compromisos del empresario o profesional, los motivos de la conducta comercial y la naturaleza de la operación comercial o el contrato, así como cualquier afirmación o símbolo que indique que el empresario o profesional, o el bien o servicio, son objeto de un patrocinio o una aprobación directa o indirecta.

- e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio.

- f) La necesidad de un servicio o de una pieza, sustitución o reparación, y la modificación del precio inicialmente informado, salvo que exista un pacto posterior entre las partes aceptando tal modificación. La naturaleza, las características y los derechos del empresario o profesional o su agente, tales como su identidad y su solvencia, sus cualificaciones, su situación, su aprobación, su afiliación o sus



conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido.

- g) Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr.

“Negativamente se considera desleal la omisión u ocultación de la información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa. Es también desleal si la información que se ofrece es poco clara, ininteligible, ambigua. No se ofrece en el momento adecuado, o no se da a conocer el propósito comercial de esa práctica, cuando no resulte evidente por el contexto. Para la determinación del carácter engañoso de los actos, se atenderá al contexto fáctico en que se producen, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación utilizado.”¹⁰⁴

“Cuando el medio de comunicación utilizado imponga limitaciones de espacio o de tiempo, para valorar la existencia de una omisión de información se tendrán en cuenta estas limitaciones y todas las medidas adoptadas por el empresario o profesional para transmitir la información necesaria por otros medios.”¹⁰⁵

¹⁰⁴ **Ibíd.** Pág. 100.

¹⁰⁵ **Ibíd.** Pág. 100.

4.1.2. Prácticas agresivas

“Las prácticas agresivas son todo comportamiento que, teniendo en cuenta sus características y circunstancias, sea susceptible de mermar de manera significativa, mediante acoso, coacción, incluido el uso de la fuerza, o influencia indebida, la libertad de elección o conducta del destinatario en relación al bien o servicio y por consiguiente, afecte o pueda afectar a su comportamiento económico, estas son:”¹⁰⁶

a) Influencia Indebida

Se considera influencia indebida la utilización de una posición de poder en relación con el destinatario de la práctica para ejercer presión, incluso sin usar fuerza física ni amenazar con su uso.

b) Acoso

“Se considera desleal por agresivo realizar visitas en persona al domicilio del consumidor o usuario, ignorando sus peticiones para que el empresario o profesional abandone su casa o no vuelva a personarse en ella. Igualmente se reputa desleal realizar propuestas no deseadas y reiteradas por teléfono, fax, correo electrónico u otros medios de comunicación a distancia, salvo en las circunstancias y en la medida en que esté justificado legalmente para hacer cumplir una obligación contractual. El empresario o profesional deberá utilizar en estas comunicaciones sistemas que le

¹⁰⁶ *Ibid.* Pág. 105.

permitan al consumidor dejar constancia de su oposición a seguir recibiendo propuestas comerciales de dicho empresario o profesional. Para que el consumidor o usuario pueda ejercer su derecho a manifestar su oposición a recibir propuestas comerciales no deseadas, cuando éstas se realicen por vía telefónica, las llamadas deberán realizarse desde un número de teléfono identificable.”¹⁰⁷

c) Coacción

“Además del uso de la fuerza, se reputan acciones de coacción las prácticas comerciales que hagan creer al consumidor o usuario que no puede abandonar el establecimiento del empresario, profesional o el local en el que se realice la práctica comercial, hasta haber contratado.”¹⁰⁸

Lo anterior debe entenderse sin perjuicio de que la conducta sea constitutivo de delitos de retención ilegal u otros tipos penales que tendrán la preferencia en su aplicación, el cual se califica como agresiva incluir en la publicidad una exhortación directa a los niños para que adquieran bienes o usen servicios o convenzan a sus padres u otros adultos de que contraten los bienes o servicios anunciados.

d) Otros supuestos

Existen otros supuestos adicionales que se califican como agresivos, así:

¹⁰⁷ **Ibíd.** Pág. 106.

¹⁰⁸ **Ibíd.** Pág. 106.

- A. "Exigir al consumidor o usuario, ya sea tomador, beneficiario o tercero perjudicado, que desee reclamar una indemnización al amparo de un contrato de seguro, la presentación de documentos que no sean razonablemente necesarios para determinar la existencia del siniestro y, en su caso, el importe de los daños que resulten de ésta, o dejar sistemáticamente sin responder la correspondencia al respecto, con el fin de disuadirlo de ejercer sus derechos."¹⁰⁹
- B. Exigir el pago inmediato o aplazado, la devolución o la custodia de bienes o servicios suministrado por el comerciante, que no hayan sido solicitados por el consumidor o usuario, salvo cuando el bien o servicio en cuestión sea un bien o servicio de sustitución suministrado.
- C. Informar expresamente al consumidor o usuario de que el trabajo o el sustento del empresario o profesional corren peligro si el consumidor o usuario no contrata el bien o servicio.

"Para determinar si una conducta hace uso del acoso, la coacción o la influencia indebida debe tomarse en cuenta: a) El momento y el lugar en que se produce, su naturaleza o su persistencia. b) El empleo de un lenguaje o un comportamiento amenazador o insultante. c) La explotación por parte del empresario o profesional de cualquier infortunio o circunstancia específicos lo suficientemente graves como para mermar la capacidad de discernimiento del destinatario, de los que aquél tenga conocimiento, para influir en su decisión con respecto al bien o servicio. d) Cualesquiera obstáculos no contractuales onerosos o desproporcionados impuestos por el

¹⁰⁹ *Ibíd.* Pág. 107.

empresario o profesional cuando la otra parte desee ejercitar derechos legales o contractuales, incluida cualquier forma de poner fin al contrato o de cambio de bien o servicio o de suministrador. e) La comunicación de que se va a realizar cualquier acción, legalmente, no pueda ejercerse.”¹¹⁰

4.1.3. Prácticas agresivas en diferentes modalidades de ventas

“Las actividades de promoción de ventas mediante la enumeración de modalidades especiales diferenciando las ventas en rebajas, las ventas en oferta o promoción, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio y las ofertas de venta directa.”¹¹¹

a) Venta multinivel

“Esta venta constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un comerciante mayorista vende sus bienes o servicios a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial, y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que distribuye mediante la percepción de porcentajes variable sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los vendedores integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de

¹¹⁰ *Ibíd.* Pág. 107.

¹¹¹ *Ibíd.* Pág. 111.

negocios que cada componente haya creado. Los comerciantes y los agentes distribuidores independientes se consideran en todo caso empresarios.”¹¹²

Los problemas que puede presentarse son, que existen actos desleales, con los consumidores. Como prácticas comerciales encubiertas al considerar engañoso incluir como información, en los medios de comunicación, comunicaciones para promocionar un bien o servicio, pagando el empresario o profesional por dicha promoción, sin que quede claramente especificado en el contenido o mediante imágenes y sonidos claramente identificables para el consumidor o usuario que se trata de un contenido publicitario.

Asimismo, no se garantiza adecuadamente que los distribuidores cuenten con la oportuna contratación laboral o cumplan con los requisitos que vienen exigidos legalmente para el desarrollo de una actividad comercial.

b) Ventas en pirámide o en cadena

“Estas son definidas como prácticas comerciales engañosas, y es crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en el que el consumidor realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos. Específicamente esta consiste en ofrecer producto o servicios al público a un precio inferior a su valor de mercado o de forma gratuita, a condición de

¹¹² *Ibid.* Pág. 112.

que se consiga la adhesión de otras personas. Indudablemente esto supondría que el consumidor no sería tal, sino que se trataría de una persona que, a cambios de una retribución en especie - obtener productos por precio inferior o en mejores condiciones a las normales-, capten a verdaderos consumidores o en su caso a nuevos captadores de consumidores finales."¹¹³

En la venta piramidal se impone cuantiosas inversiones destinadas a la compra de mercancía para introducirse en la red y se imponen obligaciones de captación de nuevos socios. El beneficio llega, más que por la venta del producto -como ocurriría en las ventas multinivel-, por la habilidad para captar nuevos miembros a los que de nuevo se obliga a comprar el producto para entrar en la red, por lo que se percibe una comisión. La red va creciendo por progresión geométrica y, supuestamente, todos los niveles sacan provecho de los socios que desde estratos inferiores van reclutando nuevas personas.

c) Ventas en rebajas

“Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de ésta se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta. No cabe calificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con

¹¹³ *Ibíd.* Pág. 114.

anterioridad, así como la de los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser entendidos a precio inferior al ordinario.”¹¹⁴

Las ventas en rebajas sólo podrán tener lugar como tales en dos temporadas anuales una iniciada al principio de año, y la otra en torno al periodo estival de vacaciones. La duración de cada periodo de rebajas será como mínimo de una semana y como máximo de dos meses, de acuerdo con la decisión del comerciante.

d) Ventas en promoción

“Se consideran ventas de promoción o en oferta aquellas que se realicen por precio inferior o en condiciones más favorable que las habituales y que no se puedan englobar en ninguna de las restantes categoría de ventas especiales. Los productos en promoción no podrán estar deteriorados o ser de peor calidad que los mismos productos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal. Es relevante en materia de información al consumidor que debe pretender evitar situaciones de abuso o engaño.”¹¹⁵

“Otras obligaciones de este tipo de venta el comerciante debe contar con la existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible de los consumidores, salvo que se trate de una venta en liquidación; que se señale el tiempo de duración de la promoción; que se haga visible al consumidor en el etiquetado o de cualquier otra forma de sencillo

¹¹⁴ *Ibíd.* Pág. 114.

¹¹⁵ *Ibíd.* Pág. 116.



acceso el precio ordinario con que se haya valorado el artículo con anterioridad y el precio actual durante la promoción; etc.”¹¹⁶

e) Venta de saldos

“Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa de su deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia. No cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para el comprador, ni la de aquellos productos que no se venden realmente por precio inferior al habitual. Tampoco cabe calificar como venta de saldos aquella en que los productos no pertenecieran al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo de este tipo de actividad comercial, excepción hecha de los establecimientos dedicados específicamente al referido sistema de venta.”¹¹⁷

“Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de venta de restos. Cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos deberá constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible. Debe diferenciarse la venta de saldos de la denominada venta a pérdida. Esta se considerará que existe venta con pérdida cuando el precio aplicado a un producto sea inferior al de adquisición según factura, deducida la parte proporcional de los descuentos que figuren en ella, o al de reposición si éste fuese inferior a aquél o al coste efectivo de producción si el

¹¹⁶ **ibíd.** Pág. 116.

¹¹⁷ **ibíd.** Pág. 117.



artículo hubiese sido fabricado por el propio comerciante, incrementados en las cuotas de los impuestos indirectos que graven la operación.”¹¹⁸

f) Ventas en liquidación

“Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación u otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél en alguno de los casos siguientes: a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación. b) Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio. c) Cambio de local o realización en él de obras de importancia. d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.”¹¹⁹

“No podrán ser objeto de este tipo de actividad comercial aquellos productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con el objeto de incluirlos en la liquidación misma. En todo caso deberá cesar la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó, o si se

¹¹⁸ **Ibíd.** Pág. 117.

¹¹⁹ **Ibíd.** Pág. 118.



liquidan efectivamente los productos objeto de ésta. Los anuncios de las ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.”¹²⁰

g) Ventas con regalo, obsequio o prima

“Son ventas con prima aquellas que ofrezcan cualquier incentivo o ventaja vinculada a la adquisición de un bien o servicio. Cuando el incentivo consista en un sorteo, esta es regulada por la legislación correspondiente. Las ventas con obsequio o prima pueden también realizarse en forma desleal.”¹²¹

4.1.4. Inseguridad Jurídica en relaciones económicas entre consumidor y proveedores mediante contratos

Un contrato, en términos generales, es definido según Wikipedia La enciclopedia libre, como “un acuerdo privado, oral o escrito, entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada, y a cuyo cumplimiento pueden ser compelidas. Es un acuerdo de voluntades que genera derechos y obligaciones para las partes. Por ello se señala que habrá contrato cuando varias partes se ponen de acuerdo sobre una manifestación de voluntad destinada a reglar sus derechos.”¹²²

Doctrinariamente, -determina la enciclopedia mencionada en párrafo anterior- ha sido definido como un negocio jurídico bilateral o multilateral, porque intervienen dos o más

¹²⁰ **Ibíd.** Pág. 118.

¹²¹ **Ibíd.** Pág. 119.

¹²² Wikipedia La enciclopedia libre, **Contrato**, Alabama, Estados Unidos de America, www.es.wikipedia.org/, agosto 2013.



personas (a diferencia de los actos jurídicos unilaterales en que interviene una sola persona), y que tiene por finalidad crear derechos y obligaciones (a diferencia de otros actos jurídicos que están destinados a modificar o extinguir derechos y obligaciones, como las convenciones). También se denomina contrato el documento que recoge las condiciones de dicho acto jurídico.

En el derecho romano clásico, -se refiere la enciclopedia mencionada- a la concreta situación de estar ligadas las partes por un vínculo jurídico que crea derechos y obligaciones. No se refiere al acto jurídico mediante el cual las partes contraen dichos derechos, sino a lo contratado (*contractus*, lo contraído), la relación jurídica que ha quedado indisolublemente constituida mediante la convención generadora.

Las partes en un contrato son personas físicas o jurídicas. En un contrato hay dos polos o extremos de la relación jurídica obligacional, cada polo puede estar constituido por más de una persona revistiendo la calidad de parte. El contrato, en general, tiene una connotación patrimonial, y forma parte de la categoría más amplia de los negocios jurídicos. La función del contrato es originar efectos jurídicos.

En cada país puede existir un concepto de contrato diferente, y esa divergencia tiene que ver con la realidad socio-cultural y jurídica de cada país es así como concepto legal del contrato dentro del ordenamiento jurídico guatemalteco Código Civil de Guatemala establece en los Artículos 1517, 1518 y 1519 las generalidades de un contrato y establece que hay contrato cuando dos o más personas convienen en crear, modificar o extinguir una obligación y estos se perfeccionan por el simple consentimiento de las



partes, excepto cuando la ley establece determinada formalidad como requisito esencial para su validez; obligando a los contratantes al cumplimiento de lo convenido, siempre que estuviere dentro de las disposiciones legales relativas al negocio celebrado, y debe ejecutarse de buena fe y la común intención de las partes.

Los efectos que causa un contrato al celebrarse según el cuerpo legal mencionado es que la partes contratantes están obligadas a concluirlo y resarcir los daños y perjuicios resultantes de la inejecución o contravención por culpa o dolo (Artículo 1534). Es así que se produce una fuerza obligatoria del contrato a través de una ejecución de buena fe con lealtad y cooperación.

Ahora un contrato mercantil, es una clase de contrato que tiene por objeto el tráfico comercial de la empresa. Su principal característica es el estar concebido para la realización de operaciones en serie, conteniendo cláusulas generales preestablecidas por lo que puede considerarse un contrato de adhesión siendo el lucro su principal móvil.

En los derechos de contratación pueden mencionarse: Derecho a la información previa; a la integración; a la igualdad en el contrato; a la integración favorable del contrato; a no comparecer; de desistimiento

4.1.5. Cláusulas no negociadas individualmente y cláusulas abusivas

Según el abogado Antonio Urgarte Tundidor en la publicación del boletín informativo del Colegio de Abogados de la Rioja, España asevera que “nadie desconoce que, en el moderno tráfico mercantil, buena parte de los contratos se instrumentan en formularios-tipo que contienen una serie de condiciones generales, unilateralmente impuestas por una de las partes desde una situación de privilegio, y a las que la otra debe adherirse necesariamente si quiere contratar. En otras palabras: No sería imposible definir los contratos de adhesión como aquellos en los que una de las partes, cuya libertad contractual se reduce a la mínima expresión imaginable, debe someterse a todas las estipulaciones previamente redactadas por la otra, de manera que la única manifestación de su voluntad contractual consiste en: la firma del contrato y la consiguiente automática asunción del hermético y pre ordenado condicionado del mismo.”¹²³

La libertad contractual –Pipaón Pullido- “queda reducida a la libertad de contratar o no hacerlo, como simple facultad alternativa que puede resultar excesivo denominar como libertad contractual.”¹²⁴

Estos contratos, debido principalmente a esa posición de privilegio o supremacía desde la que se redactan, suelen contener, prácticamente sin excepción, una serie de condiciones que, tanto desde la óptica del jurista como desde la del profano, resultan

¹²³Urgarte Tundidor, Antonio, Contratos de adhesión y cláusulas abusivas, España, <http://www.ugarte.com.es/contratos.htm>, 12 de agosto 2013.

¹²⁴ Pipaón Pulido, Jorge Guillermo, **Ob. Cit.**, Pág., 172.

francamente abusivas, rompiendo el justo equilibrio entre los derechos y las obligaciones de las partes

Aunque teóricamente según el autor Sigfrido Gross Brown en su Artículo Ley de Defensa del Consumidor y los Bancos del Tema: Derecho Civil y Comercial; describe “que los contratos seriados cuentan con la manifestación de la voluntad de ambas partes (proponente y adherente) y están revestidos con las garantías clásicas que rodean a los contratos, en la práctica, una contratación seriada mediante el empleo de formularios o modelos, permite a la empresa afirmar su poder absoluto en la determinación del contenido del negocio. Es este poder el que la empresa debe moderar, para así evitar caer en abuso de esta ventaja en detrimento del consumidor, con el consecuente daño económico que un resarcimiento por daños puede acarrear.”¹²⁵

Hasta hace poco la doctrina –expresa Doris Duran Bustamante en su Artículo Las cláusulas abusivas de los contratos por adhesión, “...no se ponía de acuerdo en determinar su naturaleza jurídica, así algunos autores señalaban que la adhesión no constituía voluntad o era insuficiente para generar un contrato, mientras que otros sostenían que la adhesión es una forma de manifestación de la voluntad del adherente que genera el contrato por adhesión.”¹²⁶

¹²⁵ Gross Brown, Sigfrido, **Derecho civil y comercial**, Pág. 45.

¹²⁶ Duran Bustamante, Doris, **Las cláusulas abusivas de los contratos por adhesión**, Pág. 23.

Pero la naturaleza jurídica –según Duran Bustamante- "...no es el único tema a discutir. Un tema importante y de gran utilidad práctica son las cláusulas abusivas que puede contener este contrato, ya que al omitirse la negociación es el oferente quien distribuye los derechos y las cargas, lo que le otorga una cierta peligrosidad al permitir la introducción de cláusulas abusivas."¹²⁷

Para avanzar en la defensa de los derechos de los consumidores es una aspiración que se viene afirmando con fuerza, por lo que resultan plausibles todas las medidas que tienden a garantizarlos. Según registros en otros países que son oficiales y datos de asociaciones de consumidores, las modalidades de venta de bienes y servicios donde existe un mayor número de reclamos son aquellas que involucran los llamados contratos de adhesión. En este tipo de contratación, el usuario o consumidor que desea acceder al bien o servicio de que se trate debe aceptar una serie de cláusulas preestablecidas por el vendedor, sin opción a modificación alguna. Generalmente, son relativas a bienes o servicios que se prestan de manera uniforme a una gran cantidad de personas que se adhieren a esa modalidad estandarizada.

Desde los seguros y los créditos hasta la adquisición de electrodomésticos en cuotas y la compra de los llamados tiempo compartido, todos los contratos que les dan forma son del tipo de adhesión. Las principales quejas de los consumidores apuntan a la oscuridad semántica o a la poca visibilidad -letra muy chica- con que están redactadas las cláusulas de los formularios impresos, especialmente aquellas que fijan las obligaciones o las condiciones menos ventajosas para el comprador. En muchos casos,

¹²⁷ *Ibíd.*, Pág. 23.



esta situación puede inducir a engaño al consumidor respecto del compromiso que debe asumir o del objeto mismo de su compra, más aún si la operación de contratación se concreta mediante la utilización de ciertas técnicas de venta que estimulan la compra por impulso y poco meditada.

4. 2. Debilidades institucionales, legales y políticas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y Usuario actualmente, tienen muchas deficiencias que no le permiten prestar a la población guatemalteca, la protección debida, en los diversos abusos entre las relaciones económicas, entre proveedores y usuarios, en base al estudio anterior y tomando en consideración la realidad de la institución se hará un breve análisis, respecto a la debilidades institucionales, legales y políticas de dicha institución.

4.2.1. Debilidades Institucionales

Como organismo o grupo social, que con determinados medios, persigue la realización de fines o propósitos, la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, no ha logrado abarcar –según la realidad del país- los problemas que confrontan día a día los guatemaltecos; al momento de los abusos que se producen entre las relaciones económicas entre consumidores y proveedores, que ofrecen bienes o servicios en el país; una demostración de ello es la poca efectividad la fiscalización de empresas; la

ley se limita solamente al registro. Entre los puntos importantes de esta debilidad institucional se encuentran:

- A. No existe una coordinación vertical y horizontal de la administración pública, con objeto de conseguir una protección integral del consumidor, tanto desde un punto de vista territorial como desde un punto de vista sectorial.
- B. La Dirección no ha tenido relevancia en cuanto a solicitar ayuda dentro de las diferentes entidades públicas tanto como la coordinación o subordinación para poder ejercer un control en los abusos que causan las relaciones económicas entre consumidor y proveedor.
- C. Por otro lado la seguridad de los productos y servicios, no tienen un eficaz control de mercado y fomentando el autocontrol de las empresas en el marco de la responsabilidad social empresarial.

Según Hugo H. Calderón Morales, define el control administrativo "...es aquel que se desarrolla dentro de la esfera de la administración pública. Refiere el autor que el control dentro de la administración pública está dotado de dos tipos principalmente el primero es el jerárquico; que provee la jerarquía, es decir al poseer este tipo de control la institución llega a formar parte de uno de los núcleos en todo el escalafón en el poder estatal, concedido dicho control la entidad puede lograr tanto la coordinación, subordinación, o la imposición de una orden. El segundo tipo de control es el que se da

a petición de parte, este suele solicitarlo los particulares a la administración pública y poner en movimiento el poder público.”¹²⁸

El autor anterior agregó que “...existe un control de tipo técnico ejercido por entes públicos con controles especiales y estos pueden tener un control tanto interno y externo, quiere decir que es posible que esta tenga la autoridad para ordenar y establecer parámetros ya sea al sector publico y/o privado, en la materia que le atañe, (ejemplos Superintendencia de Bancos: controla Bancos en área privada, Contraloría General de Cuentas: esta a las entidades públicas en cuanto a fiscalización del gasto publico).”¹²⁹

La importancia de obtener el correcto control en la actividad pública radica principalmente que este permite “comprobación, inspección, fiscalización e intervención”¹³⁰, por lo tanto la Dirección mencionada, no ha logrado tener una jerarquía que logre ejercer sus funciones con plenitud por la debilidad institucional que actualmente ejerce. Para ello es necesario la promulgación, sanción, publicación y desarrollo del proyecto de ley mencionado en capitulo tres, donde se establece la creación de una Procuraduría de Protección a los derechos del Consumidor y Usuario.

¹²⁸ Calderón Morales, Hugo H., **Derecho administrativo**, Pág. 25.

¹²⁹ **Ibid.**, Pág. 25.

¹³⁰ Diccionario de la Real Academia Española, Pág. 312.

4.2.2. Debilidades legales

Los preceptos legales existentes dentro de los contratos realizados por adhesión en Guatemala; no cubren la realidad del país. Tal aseveración es afirmativa ya que en el apartado donde se establecido la regulación legal con respecto a dichos contratos, en el presente trabajo, dota al particular de muy pocas armas para poder ejercer su control. Asimismo el Código de Comercio de Guatemala, no contiene un detalle de las diferentes modalidades de ventas y la prohibición en caso de abusos.

La ley actualmente en la prevención para evitar estas arbitrariedades por parte de los proveedores, dicta conceptos muy generales y sustantivos, es decir no llena los espacios que infringe estas entidades en cuanto a los principios de interpretación.

4.2.3. Debilidades políticas

El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, de Naciones Unidas en el año 2003, describe una serie de directrices tendientes a velar por la protección al consumidor, dentro de estas se encuentra la necesidad de que los gobiernos formulen, o mantengan una política enérgica de protección del consumidor, teniendo en cuenta las directrices al hacerlo, cada gobierno debe establecer sus propias prioridades para la protección de los consumidores, según las circunstancias económicas, sociales y ecológicas del país y las necesidades de su población y teniendo presentes los costos y los beneficios que entrañan las medidas que se propongan.



Las directrices que rigen la actuación de la Dirección de atención y asistencia al consumidor no tienen un campo determinado, políticamente, por el poco poder que tiene dicha entidad, entre las principales debilidades a señalar se menciona las siguientes:

- A. En materia de protección de las personas consumidoras de bienes o servicios y que las obtienen mediante contratos por adhesión; no tienen la oportunidad de abocarse a un mayor número de Oficinas Municipales de Información al Consumidor con modelos de actuación en aquellos municipios de menor población.
- B. La sociedad civil no recibe la educación para que pueda constituir Asociaciones de Consumidores con carácter político, que conjuntamente puedan ejercer eficazmente su labor de defensa de los intereses y derechos de las personas consumidoras y usuarias.
- C. Actualmente en el sector privado no se visualizan los intereses empresariales en las políticas de protección a la persona consumidora, que fomenten la calidad de los bienes y servicios y mejorando a la vez la competitividad.

4. 3. Propuesta para combatir la inseguridad jurídica en las relaciones económicas entre el proveedor y consumidor

El desarrollo del presente trabajo demuestra que existe una inseguridad jurídica, en todos los ámbitos, respecto a las relaciones económicas que se dan entre el proveedor

y consumidor, hay muchas causas de este problema, por ello se analizaron las más importantes, que son las institucionales, legales y políticas.

Además para poder tener claro que es lo que actualmente no está establecido tanto legal, institucional y político con respecto a la protección del consumidor y usuario es necesario implementar las siguientes soluciones:

4.3.1. Aplicación de directrices

En el ámbito político las directrices mencionadas por Naciones Unidas, en cuanto a la promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores; y que los gobiernos de todo el mundo debe adoptar son una solución eficaz, siendo estas:

- A. Las políticas de los gobiernos deben tratar de hacer posible que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos. También deben tratar de alcanzar las metas en materia de producción satisfactoria y normas de funcionamiento, procedimientos adecuados de distribución, prácticas comerciales leales, comercialización informativa y protección efectiva contra las prácticas que puedan perjudicar los intereses económicos de los consumidores y la posibilidad de elegir en el mercado.

- B. Deben intensificar sus esfuerzos para impedir el empleo de prácticas que perjudiquen los intereses económicos de los consumidores, garantizando que los productores, los distribuidores y cuantos participan en la provisión de bienes y

servicios cumplan las leyes y las normas obligatorias vigentes. Se debe dar aliento a las organizaciones de consumidores para que vigilen prácticas perjudiciales como la adulteración de alimentos, la comercialización basada en afirmaciones falsas o capciosas y los fraudes en la prestación de servicios.

- C. Elaborar, reforzar o mantener, según proceda, medidas relativas al control de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo abusivo que puedan perjudicar a los consumidores, así como medios para hacer efectivas esas medidas. Al respecto, los gobiernos deben guiarse por su adhesión al conjunto de principios y normas equitativos convenidos multilateralmente para el control de las prácticas comerciales restrictivas, aprobado por la Asamblea General en la resolución 35/63, de 5 de diciembre de 1980.

- D. Adoptar o mantener políticas que especifiquen las responsabilidades del fabricante para asegurar que los artículos satisfagan los requisitos normales de durabilidad, utilidad y fiabilidad y sean aptos para el fin a que se destinan y que el vendedor vele por que estos requisitos se cumplan. Las mismas políticas deben regir la prestación de servicios.

- E. Alentar la competencia leal y efectiva a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos.

- F. Velar, si procede, por que los fabricantes o minoristas aseguren la disponibilidad adecuada de un servicio confiable posterior a la venta y de piezas de repuesto.

- G. Los consumidores deben gozar de protección contra abusos contractuales como el uso de contratos uniformes que favorecen a una de las partes, la no inclusión de derechos fundamentales en los contratos y la imposición de condiciones excesivamente estrictas para la concesión de créditos por parte de los vendedores.

- H. Las prácticas de promoción empleadas en la comercialización y la venta deben basarse en el principio del trato justo de los consumidores y deben satisfacer los requisitos jurídicos. Ello requiere el suministro de la información necesaria para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas e independientes, así como la adopción de medidas para asegurar la exactitud de la información suministrada.

- I. Alentar a todos los interesados a participar en la libre circulación de información exacta sobre todos los aspectos de los productos de consumo.

- J. Debe procurarse que los consumidores tengan más acceso a información inequívoca sobre los efectos de los productos y los servicios en el medio ambiente, recurriendo a medios como la elaboración de perfiles ambientales de los productos, la presentación de informes sobre el medio ambiente por parte de la industria, el establecimiento de centros de información para los consumidores, la ejecución de

programas voluntarios y transparentes de etiquetado ecológico y los servicios de consulta telefónica directa sobre los productos.

- K. En estrecha colaboración con los fabricantes, los distribuidores y las organizaciones de consumidores, deben adoptar medidas contra las afirmaciones o la información capciosas en relación con el medio ambiente en las actividades de publicidad y otras actividades de comercialización. Debe fomentarse la elaboración de códigos y normas de publicidad adecuadas para reglamentar y verificar las afirmaciones que se hacen en relación con el medio ambiente.
- L. Dentro de sus propios países, promover la formulación y aplicación por parte de las empresas, en colaboración con las organizaciones de consumidores, de códigos de comercialización y otras prácticas comerciales para asegurar una adecuada protección del consumidor. También pueden concertarse acuerdos voluntarios conjuntos por parte de las empresas, las organizaciones de consumidores y otras partes interesadas. Estos códigos deben recibir una publicidad adecuada.
- M. Examinar periódicamente las normas jurídicas relacionadas con pesas y medidas y determinar la eficacia de sus mecanismos de aplicación.

4.3.2. Creación de códigos de conducta

A partir de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, se ha creado diversas instituciones y estrategias para combatir a quien o quienes infringen las máximas contenidas en dicha declaración. En virtud de ello también se ha trabajado por los

derechos que tienen los consumidores y usuarios frente a las relaciones económicas que se dan con sus proveedores. Entre las estrategias actualmente existen planteamientos de índole ética contenidos en este documento persiguen, a través de criterios e conducta y transparencia, garantizar y profundizar la legitimidad de las asociaciones de consumidores ante la opinión pública.

Al adoptar este código, las asociaciones de consumidores manifiestan un compromiso con el público y asumen la responsabilidad de rendir cuentas a sus integrantes y usuarios, y ante la comunidad entera.

4.3.3. Creación de tipo penal

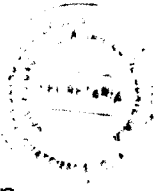
Las sanciones actuales contenidas en la ley y el reglamento para la protección de los consumidores y usuarios, son de tipo administrativo y pecuniario, sin embargo, es necesario reforzar el sistema penal, para que a través de órganos jurisdiccionales, puedan juzgarse delitos de fraude al consumidor y usuario, cometidos por los proveedores, en sus relaciones económicas, además de las sanciones ya cometidas; porque existe un detrimento o pérdida económica cuando consumidor obtiene un producto o servicio de mala calidad. Es necesario que el Estado en la tutela del patrimonio de los ciudadanos, también incluya al consumidor y usuario, creando un delito contra el patrimonio, de fraude al consumidor, que permita iniciar un proceso penal y la imposición de una pena o medida de seguridad.





CONCLUSIONES

1. La Dirección de Asistencia al Consumidor y/o Usuario, entidad dependiente del Ministerio de Economía en Guatemala tiene una serie de debilidades institucionales, no permitiéndole una comunicación tanto vertical como horizontal con las diferentes instituciones del estado, para cumplir con los fines que la ley contempla, por tener una estrecha colocación en el poder público.
2. El poder que ejerce la Dirección de Asistencia al Consumidor y/o Usuario en Guatemala, es deficiente en cuanto a decisiones dentro del marco político esto no le permite trascender con propuesta de cambio para cumplir sus funciones, o ejercer las que actualmente ya tiene.
3. Existen diversos abusos de los proveedores en las relaciones económicas de los diferentes actos de comercio como modalidades de venta, contratación y prestación de servicios, con el consumidor o usuario, que provocan un detrimento en su patrimonio, derivado de poca tutela estatal, porque no plantean soluciones eficaces a la resolución de conflictos.



4. No existen suficientes asociaciones civiles sin finalidades lucrativas, que puedan coadyuvar en la estructuración e implementación de políticas, estrategias y proyectos para la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios siendo un ente vital en la sociedad civil, para la supervisión y denuncia de anomalías, en las diversas relaciones económicas que se dan con los proveedores.

5. Se determinó que el Estado de Guatemala, no ha realizado los esfuerzos suficientes para implementar directrices de ámbito internacional que permitan que el consumidor o usuario tenga el máximo de beneficios de sus recursos económicos, en las relaciones comerciales con el proveedor, dejando al arbitrio del mismo, la oferta y la demanda de la prestación de servicios y venta de productos.



RECOMENDACIONES

- 1 El Congreso de la República de Guatemala, debe acelerar el proceso de conversión de dirección a Procuraduría, para fortalecer el poder institucional de la defensa del consumidor y usuario y así tener un control institucional con más fuerza que permita la comunicación tanto vertical como horizontal, para la adecuada protección del consumidor y usuario frente al proveedor.
- 2 El Ministerio de Economía debe crear políticas públicas ejecutivas para reforzar y crear un departamento de inspectores, que permitan una amplia participación de la Dirección de Asistencia al Consumidor y Usuario, en la supervisión y sanción correspondiente a los abusos que se presentan en las relaciones económicas entre consumidor y proveedor.
- 3 La Corte Suprema de Justicia a través de su cámara de amparo debe proponer y crear un tipo penal, y presentarlo ante el Congreso de la República, para su promulgación y sanción, que prohíba y castigue al infractor de los diversos fraudes cometidos en las relaciones económicas entre consumidor y proveedor, para que mediante la persecución, control y enjuiciamiento penal, puedan crearse una tutela Estatal efectiva.



- 4 El Estado de Guatemala y la sociedad civil ya organizada debe promover la creación de más sociedades sin finalidades lucrativas en todos los aspectos del comercio, que protejan los intereses de los consumidores y usuarios, implementando criterios de conducta y transparencia para garantizar y profundizar la legitimidad de las asociaciones de consumidores ante la opinión pública.

- 5 La Dirección de Asistencia al Consumidor y Usuario, deben incluir entre sus atribuciones, a través de una propuesta de reforma, la implementación de directrices de carácter internacional, con la intención de actualizar e implementar nuevas formas de protección al consumidor y usuario, para combatir y erradicar los diversos abusos que comete el proveedor al momento de la consumación de una relación comercial.

BIBLIOGRAFÍA

ACEDO PENCO, Ángel. **La noción de consumidor y su tratamiento en el derecho comunitario, estatal y autonómico**. España: Ed. UE, 2008.

Asociación de Consumidores y Vecinos. **¿Cuáles son los derechos de los consumidores y usuarios?**. 27 de septiembre de 2009, <http://www.eurosur.org/CONSUEC/portada.html>, 21 de agosto de 2013.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Fondo Multilateral de Inversión y Fomento (FOMIN), Ministerio de Industria y Comercio (MIC), Subsecretaría de Estado de Comercio Convenio de Cooperación Interinstitucional, **Defensa del consumidor manual del docente**. Paraguay año 2009, página Web <http://www.mic.gov.py/snipc>, Asunción, 22 de agosto de 2013.

CABANELLAS DE TORRE, Guillermo. **Diccionario jurídico elemental. Diversas consultas**. 18 edición, Buenos Aires: Ed. Heliasta, 2006.

Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor. **Derechos del consumidor y usuario**. año 2009, <http://www.sica.int/concadeco/>, 21 de agosto 2013.

CALDERÓN MORALES, Hugo H. **Derecho administrativo**. tomo 1º, Guatemala: Ed. Fenix, 2003.

— Diccionario Jurídico Espasa. **Diversas consultas**. España: Ed. Espasa Calpe, 1998.

Diccionario de la Real Academia Española. **Diversas consultas**. España: Ed. Larousse, 2009.

Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor. **Historia**. <http://www.diacogob.gt/>, 24 de agosto 2013.

DURAN BUSTAMANTE, Doris. **Las cláusulas abusivas de los contratos por adhesión**. Chile: Ed. TALCA, 2004.



Europe Direc A Coruña. **Política Europea de consumidores: Derechos y reclamaciones.** <http://www1.dicoruna.es/>, 19 de agosto de 2013.

GROSS BROWN, Sigfrido. **Ley de defensa del consumidor y los bancos.** Derecho Civil y Comercial, http://www.uca.edu.py/revista_juridica/printable.php?id=139, 12 de agosto de 2013.

Instituto Nacional de la Administración Pública. **La protección del consumidor en el MERCOSUR, análisis comparativo de los sistemas de Argentina, Brasil y Chile.** por Luiz Carlos Pavan, Buenos Aires; Argentina: 1997. pág. 13

MALPARTIDA CASTILLO, Víctor. **El derecho del consumidor en el Perú y en el derecho comparado.** Lima Perú: Ed. UNMSM, 2013.

PIPAÓN PULIDO, Jorge Guillermo. **Derechos de los consumidores y usuarios.** España: Ed. Lex Nova, 2010.

Unión de Consumidores de Andalucía - UCA/UCE. **La Protección de los Consumidores y Usuarios en la Unión Europea.** <http://www.uniondeconsumidores.com/index.php?option>, 22 de agosto de 2013.

URGARTE TUNDIDOR, Antonio. **Contratos de adhesión y cláusulas abusivas.** España, <http://www.ugarte.com.es/contratos.htm>, 12 de agosto 2013.

Wikimedia Foundation, Inc., Wikipedia®, la enciclopedia libre. **Derecho del consumo y psicofísica.** año 2009, página Web <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>, Alabama, Estados Unidos, 19 de agosto de 2013.

Legislación

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

Declaración Universal de Derechos Humanos. Naciones Unidas, 1948.



Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Decreto número 006-2003; del Congreso de la República de Guatemala, publicado en el Diario de Centro América el día 11 de marzo del año 2003.

Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Acuerdo Gubernativo número 777-2003, 22 de diciembre de 2003.

Ley de la Procuraduría de la Defensa del Consumidor y el Usuario. Iniciativa de ley número 3578, del congreso de la República de Guatemala el 23 de noviembre de 2006.