

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

**EL COBRO DE TARIFAS EN LOS PARQUEOS DESTINADOS AL SERVICIO DEL  
PÚBLICO**

**CARLOS IVÁN VLADIMIR AJCOT ITZEP**

**GUATEMALA, FEBRERO DE 2016**

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

**EL COBRO DE TARIFAS EN LOS PARQUEOS DESTINADOS AL SERVICIO DEL  
PÚBLICO**

**TESIS**

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

por

**CARLOS IVÁN VLADIMIR AJCOT ITZEP**

Previo a conferírsele el grado académico de

**LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

y los títulos profesionales de

**ABOGADO Y NOTARIO**

Guatemala, febrero de 2016

**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. Jhonathan Josué Mayorga Urrutia |
| VOCAL V:    | Br. Freddy Noé Orellana Orellana    |
| SECRETARIO: | Lic. Daniel Mauricio Tejeda Ayestas |

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ  
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

**Primera fase:**

|             |  |
|-------------|--|
| Presidente: | Lic. Cesar Augusto Conde Rada          |
| Vocal:      | Lic. Eduardo Samuel Camacho de la Cruz |
| Secretaria: | Licda. Heidy Yohana Argueta Pérez      |

**Segunda fase:**

|             |                                       |
|-------------|---------------------------------------|
| Presidenta: | Licda. Crista Ruiz Castillo de Juárez |
| Vocal:      | Licda. Evelyn Malu Hernández Pineda   |
| Secretario: | Lic. Gustavo Adolfo Barreno Queme     |

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



Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala,  
 28 de julio de 2015.

Atentamente pase al (a) Profesional, MARVIN VINICIO HERNANDEZ HERNANDEZ  
 \_\_\_\_\_, para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante  
CARLOS IVÁN VLADIMIR AJCOT ITZEP, con carné 200925022,  
 intitulado EL COBRO DE TARIFAS EN LOS PARQUEOS DESTINADOS AL SERVICIO DEL PÚBLICO.

Hago de su conocimiento que está facultado (a) para recomendar al (a) estudiante, la modificación del bosquejo preliminar de temas, las fuentes de consulta originalmente contempladas; así como, el título de tesis propuesto.

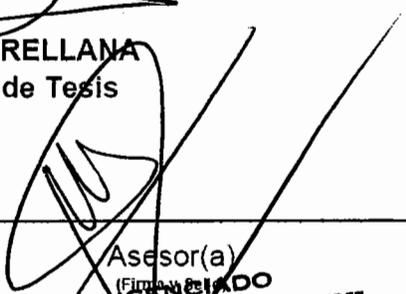
El dictamen correspondiente se debe emitir en un plazo no mayor de 90 días continuos a partir de concluida la investigación, en este debe hacer constar su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, la conclusión discursiva, y la bibliografía utilizada, si aprueba o desaprueba el trabajo de investigación. Expresamente declarará que no es pariente del (a) estudiante dentro de los grados de ley y otras consideraciones que estime pertinentes.

Adjunto encontrará el plan de tesis respectivo.

  
**DR. BONERGE AMILCAR MEJIA ORELLANA**  
 Jefe(a) de la Unidad de Asesoría de Tesis



Fecha de recepción 03 / 08 / 2015

  
 Asesor(a)  
 LICENCIADO  
**MARVIN VINICIO HERNANDEZ HERNANDEZ**  
 ABOGADO Y NOTARIO

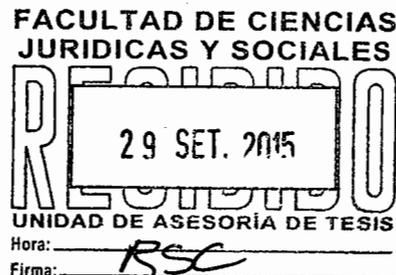




**MARVIN VINICIO HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ**  
**Ruta 3 2-70 zona 4 Oficina tres Nivel 3**  
**Teléfono 57986240**  
**Cuidad de Guatemala**

Guatemala, 21 de Septiembre de 2015.

**Dr. Bonerge Amílcar Mejía Orellana**  
**Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis**  
**Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**  
**Universidad de San Carlos de Guatemala.**



Apreciable doctor:

Respetuosamente a usted informo sobre mi nombramiento como asesor de tesis del bachiller **CARLOS IVÁN VLADIMIR AJCOT ITZEP**, con carné **200925022** la cual se intitula: **“EL COBRO DE TARIFAS EN LOS PARQUEOS DESTINADOS AL SERVICIO DEL PÚBLICO”**; declarando expresamente que no soy pariente del bachiller dentro de los grados de ley; por lo que me complace manifestarle lo siguiente:

- a) Respecto al contenido científico y técnico de la tesis, en la misma se analizan aspectos legales importantes y de actualidad; ya que trata sobre el cobro de tarifas en los parqueos destinados al servicio del público.
- b) Los métodos utilizados en la investigación fueron el análisis, la inducción, la deducción y la síntesis; mediante los cuales el bachiller no sólo logró comprobar la hipótesis sino que también analizó y expuso detalladamente los aspectos más relevantes relacionados con el cobro de tarifas en los parqueos destinados al servicio del público. La técnica bibliográfica permitió recolectar y seleccionar adecuadamente el material de referencia.
- c) La redacción de la tesis es clara, concisa y explicativa, habiendo el bachiller utilizando un lenguaje técnico y comprensible para el lector; asimismo, hizo uso de las reglas ortográficas de la Real Academia Española.

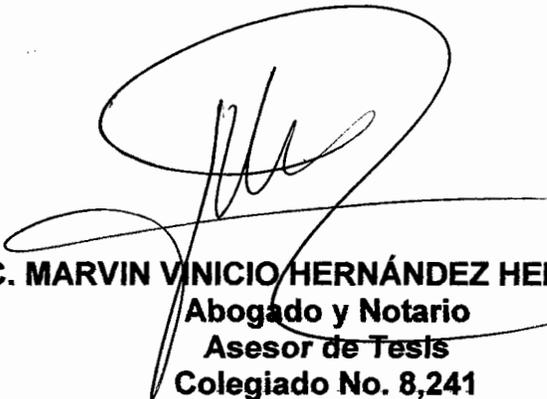


**MARVIN VINICIO HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ**  
**Ruta 3 2-70 zona 4 Oficina tres Nivel 3**  
**Teléfono 57986240**  
**Ciudad de Guatemala**

- d) El informe final de tesis es una gran contribución científica para la sociedad y para la legislación guatemalteca; puesto que es un tema muy importante que no ha sido investigado suficientemente. En todo caso puede servir como material de consulta para futuras investigaciones.
- e) En la conclusión discursiva, el bachiller expone sus puntos de vista sobre la problemática del cobro que deben cancelar los guatemaltecos de las tarifas en los parqueos destinados al servicio del público, debido el contrato de parqueo o garaje no está contemplado en la legislación guatemalteca, por tal motivo es utilizado como un contrato atípico de adhesión ya que nace de necesidad social.
- f) La bibliografía utilizada fue la adecuada al tema, en virtud de que se consultaron exposiciones temáticas tanto de autores nacionales como de extranjeros.
- g) El bachiller aceptó todas las sugerencias que le efectué y realizó las correcciones necesarias para una mejor comprensión del tema; en todo caso, respeté sus opiniones y los aportes que planteó.

En base a lo anterior, hago de su conocimiento que la tesis cumple con todos los requisitos estipulados en el Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público; por lo que apruebo el trabajo de investigación, emitiendo para el efecto **DICTAMEN FAVORABLE**, para que la misma continúe el trámite correspondiente.

Atentamente,



**LIC. MARVIN VINICIO HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ**  
**Abogado y Notario**  
**Asesor de Tesis**  
**Colegiado No. 8,241**

LICENCIADO  
MARVIN VINICIO HERNANDEZ HERNANDEZ  
ABOGADO Y NOTARIO



**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
Universidad de San Carlos de Guatemala



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 26 de enero de 2016.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis del estudiante CARLOS IVÁN VLADIMIR AJCOT ITZEP, titulado EL COBRO DE TARIFAS EN LOS PARQUEOS DESTINADOS AL SERVICIO DEL PÚBLICO. 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.

Lic. Avidán Ortiz Orellana  
DECANO





## DEDICATORIA

### **A DIOS:**

Ser divino y supremo quien me ha regalado la vida, en quien he puesto mi fortaleza día con día y quien me ha sostenido en las circunstancias adversas, pero sobre todo por llenar mi vida de muchas bendiciones, en especial por permitirme culminar esta importante etapa de mi vida.

### **A MIS PADRES:**

Carlos Ajcot Tay y Gloria Itzep, por haberme dado la vida, por su apoyo incondicional, por ser el soporte de mi vida, por enseñarme que en esta vida todo es posible, gracias por su esfuerzo y dedicación y por enseñarme que Dios siempre debe ser el motor de mi vida. Pero sobre todo, gracias por tenerme siempre en sus oraciones, por estar presentes en cada uno de mis logros y confortarme en mis derrotas.

### **A MIS HERMANOS:**

Muchas gracias, por estar en todo momento conmigo y ser un apoyo grande cuando más lo necesito.

### **A MI ABUELITA:**

Virginia, por el apoyo y cuidado que me ha brindado desde niño, gracias por estar siempre para mí y por ser una motivación en mi vida.

### **A MIS TÍOS:**

Infinitas gracias por cada ayuda, por cada consejo que me han dado a lo largo de mi vida, por hacerme creer



que las cosas pueden suceder con esfuerzo y honradez.

**A MIS AMIGOS:**

Gracias por su apoyo y por las experiencias compartidas en el recorrido de mi vida y de mi carrera universitaria, pero en especial a: Estuardo Aragón, Saúl de León, Fernando Castillo, Héctor Gantembein, Silvia Dávila y Gabriela Meléndez.

**A LOS PROFESIONALES:**

Lic. Marvin Vinicio Hernández Hernández, Lic. Douglas Rogelio Orozco y Lic. Juan Carlos Ríos Arevalo. Por ayudarme en el proceso final de la meta alcanzada.

**A:**

La gloriosa y tres veces centenaria Universidad de San Carlos de Guatemala; en especial a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, por albergarme durante el tiempo de mi preparación profesional.



## PRESENTACIÓN

La ciudad de Guatemala es la ciudad más grande a nivel centroamericano, esto ha generado el aumento de vehículos automotores que día a día se desplazan por la ciudad capital. Debido a la necesidad que tienen las personas de desplazarse de un lugar a otro en el menor tiempo posible y en forma segura, paralelamente se ha generado un aumento de demanda de lugares destinados a estacionar vehículos, los cuales son buscados por los conductores para el resguardo de su bien, debiendo pagar como contraprestación, la tarifa impuesta por el propietario del parqueo; pero este cobro contiene una transgresión, ya que es calculado en forma desproporcional al tiempo real que se utiliza el servicio, esto como consecuencia de la falta de control, vigilancia y reglamentación legal de las tarifas que han de cobrar los parqueos públicos.

El presente trabajo de investigación propone establecer la necesidad de reglamentar la autorización legal de tarifas a cobrar en los parqueos públicos, evaluar un monitoreo y vigilancia en los parqueos para supervisar el cumplimiento de las normativas legales y sancionar a proveedores que infrinjan estas disposiciones. Para comprobar la necesidad de dicha reglamentación, fueron analizadas diferentes legislaciones que demuestran la plena efectividad que conlleva tener reglado el cobro de tarifas en los parqueos públicos. El tipo de investigación que se llevó a cabo es cualitativa, en virtud, que se hizo un estudio sobre la importancia de reglamentar una base legal para el cobro de tarifas en los parqueos; su naturaleza jurídica es privada y de carácter mercantil; el período tomado para la presente investigación es del año 2013 al 2014.



## **HIPÓTESIS**

La hipótesis planteada para la presente investigación es: la vulneración de los derechos del consumidor y el usuario, como consecuencia de la falta de control y vigilancia de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) en el cobro de las tarifas hechas en los parqueos destinados al servicio del público, así también, la falta de la regulación legal de tarifas justas, que los parqueos públicos deberían realizar.



## COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Se realizó una investigación sobre la importancia de establecer una tarifa legal de cobro en los estacionamientos vehiculares, así como la importante tarea de supervisión que el ente encargado debe realizar para velar por los derechos del consumidor y usuario en el control de un cobro justo y proporcional al tiempo real utilizado. Se encontró también en la investigación del presente tema, el quebrantamiento a los derechos de las personas que hacen uso de los parqueos públicos, sobre todo en el momento que deben pagar por el servicio prestado; debido a esto se propone dicha reglamentación como la forma adecuada para que sean respetados los intereses de las personas que hacen uso del servicio de aparcamiento, aunado a la vigilancia en el cumplimiento de las disposiciones legales existentes en materia de protección al consumidor y usuario, para dar como efecto una lógica y viable solución a la problemática del cobro justo en los estacionamientos vehiculares.

En cuanto a los métodos y técnicas de investigación, se utilizaron: a) el método deductivo, con la finalidad de comprobar la hipótesis planteada; b) el método inductivo, para determinar la importancia de la reglamentación de autorización legal de tarifas a cobrar en los parqueos; c) el método analítico, empleado para analizar doctrinaria y jurídicamente la figura del servicio de parqueo, el contrato por el que deviene, sus características y elementos; d) el método sintético, utilizado para realizar una síntesis de la investigación en su totalidad y llegar a la comprobación de la hipótesis; y e) fichas bibliográficas, tesis de grado y páginas web.



## ÍNDICE

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| Introducción .....   | i           |
| <b>CAPÍTULO I</b>  |             |
| 1. Derecho de consumo.....   | 1           |
| 1.1. Historia y evolución del derecho de consumo.....                  | 1           |
| 1.2. Definición del derecho de consumo.....                            | 7           |
| 1.3. Características del derecho de consumo.....                       | 8           |
| 1.4. Relación del derecho de consumo con otras ramas del derecho ..... | 13          |
| 1.5. Principios del derecho de consumo .....                           | 15          |
| <b>CAPÍTULO II</b>   |             |
| 2. El contrato de parqueo o garaje .....                               | 19          |
| 2.1. Generalidades del contrato de parqueo o garaje.....               | 19          |
| 2.2. Definición del contrato de parqueo o garaje .....                 | 21          |
| 2.3. Características.....  | 23          |
| 2.3.1. Contrato de adhesión .....                                      | 23          |
| 2.3.2. Contrato consensual y real .....                                | 24          |
| 2.3.3. Contrato atípico .....  | 25          |
| 2.3.4. Contrato oneroso .....  | 25          |
| 2.3.5. Contrato bilateral .....  | 26          |
| 2.3.6. Contrato principal .....  | 26          |
| 2.3.7. Contrato conmutativo .....                                      | 27          |



**Pág.**

|  |    |
|--|----|
| 2.3.8. Contrato de tracto sucesivo o tracto único .....            | 27 |
| 2.4. Elementos.....  | 28 |
| 2.4.1. Elementos personales .....                                  | 28 |
| 2.4.2. Elementos reales .....                                      | 28 |
| 2.4.3. Elementos formales .....                                    | 29 |
| 2.5. Derechos y obligaciones de las partes .....                   | 30 |
| 2.5.1. Derechos y obligaciones del garajista .....                 | 30 |
| 2.5.2. Derechos y obligaciones del automovilista o conductor ..... | 32 |
| 2.6 Perfeccionamiento del contrato de parqueo o garaje .....       | 33 |
| 2.7 Extinción del contrato de parqueo o garaje .....               | 34 |
| 2.8 El contrato de parqueo es un contrato estándar o en masa ..... | 35 |
| 2.9 Cláusulas abusivas en el contrato de parqueo o garaje .....    | 36 |

### **CAPÍTULO III**

|   |    |
|---|----|
| 3. Dirección de Atención y Asistencial al Consumidor.....                                   | 39 |
| 3.1. Antecedentes.....  | 39 |
| 3.2. Misión y visión de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor<br>(DIACO)..... | 40 |
| 3.3. Objetivos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor<br>(DIACO) .....      | 41 |
| 3.4. Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor<br>(DIACO).....    | 42 |
| 3.5. Función y programas de tutela de la Dirección de Atención y Asistencia al              |    |



**Pág.**

|   |    |
|---|----|
| Consumidor (DIACO) .....  | 45 |
| 3.6. Consumidor y usuario .....   | 46 |
| 3.6.1. Derechos del consumidor y usuario .....  | 47 |
| 3.6.2. Obligaciones del consumidor y usuario .....  | 48 |
| 3.7. Proveedor .....  | 49 |
| 3.7.1. Derechos del proveedor .....   | 49 |
| 3.7.2. Obligaciones del proveedor .....   | 50 |
| 3.7.3. Prohibiciones del proveedor .....  | 53 |
| 3.8. Libro de quejas .....  | 55 |
| 3.8.1. Autorización del libro de quejas .....   | 55 |
| 3.8.2. Uso del libro de quejas .....  | 58 |
| 3.9. Precedentes a la protección de derechos del consumidor y usuario en<br>Guatemala ..... | 59 |
| 3.10. Organizaciones para la protección al consumidor y usuario .....                       | 64 |
| 3.10.1. Consumidores internacionales .....  | 64 |
| 3.10.2. Asociación de consumidores y usuarios de Guatemala .....                            | 66 |

#### **CAPÍTULO IV**

|  |    |
|--|----|
| 4. La falta de protección a los derechos del consumidor y usuario en el cobro de<br>tarifas de parqueo .....           | 69 |
| 4.1. Reglamento de dotación y diseño de estacionamientos en el espacio<br>no vial para el municipio de Guatemala ..... | 69 |
| 4.2. Legislación extranjera que regula a los estacionamientos .....  | 70 |



**Pág.**

|   |           |
|---|-----------|
| 4.2.1. Ley reguladora de estacionamientos públicos, 7717, Costa Rica .....  | 71        |
| 4.2.2. Ley 40/2002, de 14 de noviembre, reguladora del contrato de aparcamiento vehicular, España .....   | 73        |
| 4.2.3. Providencia administrativa mediante la cual se regula la prestación del servicio de estacionamientos y garajes públicos No. 056/2014, República Bolivariana de Venezuela ..... | 75        |
| 4.3. Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor.....  | 76        |
| 4.4. Análisis de la problemática que afrontan los usuarios en el cobro de tarifas de parqueos públicos .....  | 78        |
| 4.5. Posibles soluciones para regular de forma legal las tarifas que deban cobrar los parqueos en la ciudad de Guatemala .....  | 82        |
| <b>CONCLUSIÓN DISCURSIVA .....</b>  | <b>87</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>  | <b>89</b> |



## INTRODUCCIÓN

El considerable aumento del tránsito vehicular que afronta la ciudad de Guatemala ha generado que las personas se vean en la necesidad de aparcar sus vehículos de manera segura en lugares no muy lejanos a su lugar de trabajo o lugar de destino, es por ello que buscan dejarlos en parqueos públicos los cuales tienen establecidas tarifas altas y que no corresponden al tiempo real de uso del servicio.

Esta situación es generada por la falta de control y supervisión del ente encargado de velar por la protección del consumidor y usuario como también de la falta de aplicación de medidas que propicien equidad y seguridad jurídica a los mismos, como lo sería la existencia de una reglamentación para autorizar de manera legal las tarifas que pueden cobrar los parqueos al servicio del público, por tal motivo los propietarios de los parqueos en su mayoría realizan cobros excesivos o adicionales que no tienen fundamento en la real utilidad del servicio que prestan, paralelo a ello el usuario no puede hacer algún reclamo en cuanto al valor que le están cobrando.

La problemática de las tarifas de parqueos públicos es una omisión de reglamentación legal por parte de las autoridades, puesto que éstas tienen el deber de garantizar el bienestar común a las personas y el de garantizar los derechos que competen a las personas en el uso de un servicio destinado a satisfacer una necesidad. El objetivo de la presente tesis es, el análisis de los preceptos legales y doctrinales existentes que compete al aparcamiento vehicular en el país, analizar la legislación extranjera donde



existe una regulación legal de autorización de tarifas a cobrar en parqueos al servicio del público, analizar las implicaciones de hacer uso de un parqueo público y las vulneraciones que pueden existir, ya que la ley que protege al consumidor y usuario no es suficiente al respecto.

Para lograr los objetivos y buscar una solución objetiva es indispensable desarrollar los temas de la presente tesis por capítulos para lograr una mayor comprensión en lo referente al contrato de parqueo o garaje, el derecho de consumo, los antecedentes al derecho de consumo, las organizaciones nacionales e internacionales que velan por la protección al consumidor y usuario, la dirección de atención y asistencia al consumidor y sus funciones de protección y tutela, la legislación extranjera que contiene regulado montos estándar a cobrar en el servicio de aparcamiento, la omisión de regulación de tarifas autorizadas a cobrar en los parqueos públicos y la posible solución a esta problemática.

La presente investigación se desarrolla utilizando los métodos y técnicas de investigación analítica, sintética, inductiva y deductiva en la consulta de fuentes doctrinarias, jurídicas y materiales de las diferentes figuras e instituciones jurídicas a exponerse, llegando a ello a la conclusión discursiva de la problemática que expone la presente tesis.



## CAPÍTULO I

### 1. Derecho de consumo

#### 1.1. Historia y evolución del derecho de consumo

El derecho de consumo es una rama jurídica reciente que surge como consecuencia de la necesidad de regular las relaciones jurídicas entre los particulares. El consumidor visto como sujeto jurídico hizo su aparición en la medida en que los países occidentales iban alcanzado grados avanzados de capitalismo, pues hasta entonces el destinatario de productos o servicios era sólo el eslabón final del sistema, era digno de atención únicamente como medio de valoración del comportamiento del *homo economicus*.

Esa necesidad de protección se hizo palpable en el siglo pasado en el cual la sociedad estadounidense empezó a conformar asociaciones con la finalidad de proteger los intereses de los consumidores, algunos hombres políticos asumieron la valentía de la protección a los consumidores y es recordado por el contexto de los Estados Unidos en el discurso que el 15 de marzo de 1962 pronunciara el presidente Kennedy donde afirmaba que todos son consumidores y defendía el derecho que tienen los consumidores a ser informados, el derecho a la seguridad, el derecho a escoger y ser oídos. Fue en el territorio de los Estados Unidos que la normatividad de protección al consumidor se fue desarrollando, surgiendo para el efecto movimientos a los cuales se



les fue denominando movimientos consumeristas; fueron tres movimientos consumeristas los cuales se distinguieron principalmente en las décadas de los años de 1900, 1930 y 1960.

“El primer movimiento se dio en la administración del presidente Teodoro Roosevelt de 1901 a 1909 en la cual se aprobó el Pure Food an Drug Act de 1906, como consecuencia de graves denuncias efectuadas por periodistas, escándalos en materia de farmacéuticos y los escritos polémicos de Upton Sinclair quien en 1906 publicó The Jungle, un texto en el que este socialista denunciaba graves irregularidades en plantas de procesamiento y empaque de alimentos en Chicago. En 1914 fue creada la federal trade commission, entidad encargada de regular la competencia en el mercado y velar por mantener el mercado libre de engaños. En la década de 1920 la consolidación del automóvil como medio de transporte y el fortalecimiento de los medios publicitarios que promovían un estilo de vida americano aumentaron el consumismo.”<sup>1</sup>

En lo que respecta al segundo movimiento consumerista; “Se dio a mediados de los años treinta a causa del aumento excesivo de los precios en medio de la crisis económica mundial denominada “la gran depresión”, la huelga de las amas de casa en Detroit y el escándalo de la sulfanilimida. Como resultado, el gobierno de Franklin Delano Roosvelt en 1938 aprobó una ley que fortalecía el Pure Food an Drug Act y le daba nuevos poderes a la federal trade commission para combatir la publicidad engañosa. Después de la segunda guerra mundial los Estados Unidos vivieron una

---

<sup>1</sup> Villalba Cuellar, Juan Carlos. **Aspectos introductorios al derecho del consumo**. Pág. 79.

época de gran prosperidad, los ciudadanos norteamericanos consumían en exceso, carros, electrodomésticos, entretenimiento, etc.”<sup>2</sup>

El tercer movimiento se dio en la mitad de la década de los años sesenta debido al impulso que le dio al movimiento el presidente Kennedy en el referido discurso y la promulgación de la carta de derechos de los consumidores, también fue importante la labor del abogado Ralph Nader, quien en 1965 publicó el libro *Unsafe at Any Speed* en el cual revelaba graves irregularidades en la industria automotriz, la cual se preocupaba más por el diseño y la comodidad de los automóviles que por la seguridad de las personas.

La sociedad estadounidense se hizo consciente de la necesidad de promover la protección al consumidor en la medida que el país se iba consolidando como una potencia industrial, puesto que la capacidad adquisitiva de los ciudadanos era más alta y las grandes industrias de ese país se fueron posicionando en los mercados mundiales. En el país modelo del capitalismo la necesidad de hacer contrapeso al ímpetu de la sociedad de consumo dio lugar a la aparición de legislación y entidades protectoras de los intereses de los consumidores.

Por otro lado en la década de los años sesenta en la comunidad económica Europea, hoy Unión Europea, se comenzó a legislar en la materia de protección al consumidor, fue en el año de 1972 en un encuentro de jefes de Estado y de gobierno reunidos en

---

<sup>2</sup> *Ibid.* Pág. 79.



París donde se determinó que la comunidad debería ir más allá de la expansión económica y propender por mejorar las condiciones de vida y de trabajo de sus ciudadanos, para lo cual deberían adoptarse nuevas políticas en materia de mejoramiento de las medidas adoptadas para proteger a los consumidores. En el año de 1975 se presentó un programa preliminar de la comunidad económica Europea para una política de protección y de información a los consumidores, que se refería a cinco derechos fundamentales de los consumidores: el derecho a la protección de la salud y la seguridad, el derecho a la protección de sus intereses económicos, el derecho a la reparación de los daños, el derecho a la información y la educación y el derecho a ser oído.

Este programa fue seguido por otro en 1981, y el de 1986 para un nuevo impulso de una política de protección y promoción de los consumidores.

Puede afirmarse que la protección al consumidor en la comunidad europea tiene dos grandes etapas, la época anterior al tratado de Maastrich que sirvió como la concepción del derecho del consumo comunitario en aras de lograr la consolidación del mercado interior; después del tratado de Maastrich la Unión Europea asume una política clara de protección al consumidor y define la necesidad de unificar y armonizar las normatividades nacionales sobre la materia como un punto clave para el desarrollo del mercado interior. Después de haberse aceptado la protección a los consumidores como un principio necesario para el desarrollo de la integración económica y social, en el derecho europeo del consumo se fueron creando directrices comunes, tales como la



protección de la salud y la seguridad, la protección de intereses económicos de los consumidores, publicidad engañosa, venta a distancia, ventas a crédito, cláusulas abusivas, prácticas comerciales agresivas y desleales, la reparación de daños sufridos por los consumidores y principalmente la información dada a los consumidores.

En lo que cuenta a América Latina la intervención en materia de consumo se inicia con el advenimiento de las democracias, la incorporación de la temática en la agenda estatal latinoamericana se da en paralelo a la implementación de las políticas neoliberales del consenso de Washington que minimizan su sentido. En el año de 1975 Venezuela crea una ley en defensa del consumidor, México lo hace un año después y en Brasil se empiezan a formar las primeras organizaciones civiles de protección al consumidor, pero es hasta en el año de 1980 con la recuperación de la democracia en América Latina que surge la idea de velar por los derechos de los consumidores en la región latinoamericana, es así que en Argentina se crea la Liga de Acción del Consumidor -ADELCO- que comienza a publicar la revista "El ojo del consumidor" donde se dan a conocer a los consumidores opiniones, críticas, consejos y evaluaciones de los productos que se encuentran en el mercado.

Para el año de 1985, la Asamblea General de Naciones Unidas aprueba las Directrices para la protección de los consumidores y es en 1986 cuando se crea la oficina regional para América Latina y el Caribe de consumers international con sede en Uruguay, esto conllevaría que la protección del consumidor se plasme normativa e institucionalmente en América Latina. En 1990, la aplicación del modelo económico neoliberal fomento un



estallido en el consumo a corto plazo, de igual forma en Chile se crea el Servicio Nacional del Consumidor -SERNAC- cuyas funciones naturales es la mediación en los conflictos entre consumidores y proveedores.

La revolución en las comunicaciones impone pasar de la esfera estatal a la supraestatal, se le agrega al Estado una tarea de control del daño ambiental producido por los ejemplos de producción y consumo contemporáneo es así que en 1998 el Consejo Económico y Social de la ONU formula una propuesta para ampliar las directrices para la protección de los consumidores, introduciendo el tema del consumo sustentable; en el mismo año en Argentina se crean los tribunales arbitrales de consumo. Para el año 2007, se llevó a cabo el movimiento apagón de celulares móviles promovido por asociaciones de consumidores con el objeto de protestar por el alza en las tarifas de teléfonos móviles.

Actualmente con la expansión del internet y el nacimiento del comercio electrónico, la defensa del consumidor asume una dimensión global, sin olvidar que a partir del siglo XXI el acceso al agua potable, a los alimentos y el cuidado de los recursos naturales ocupan un lugar destacado en la agenda de los gobiernos y el consumo sustentable empieza a ser el gran desafío para las políticas de consumo de los Estados. La revolución en las comunicaciones impone pasar de la esfera nacional a la supraestatal, se le agrega al Estado una tarea de control del daño ambiental producido por las pautas de producción y consumo contemporáneo. Paso de una tarea fiscalizadora y punitiva a otra informática y de concientización.



## 1.2. Definición del derecho de consumo

El derecho del consumo surge de cualquier relación jurídica obligacional de naturaleza contractual en donde se encuentra en uno de los extremos un consumidor, para tal efecto se concibe al derecho del consumo como: "Aquel que regula los intereses de los consumidores y las relaciones de consumo en general"<sup>3</sup>, pues su finalidad es la regulación de todas las situaciones jurídicas que pongan en juego intereses de los consumidores.

Derecho de consumo es la denominación que se le da al conjunto de normas brotadas del poder público destinadas a la protección del consumidor o usuario en la adquisición de bienes y prestación de servicios, otorgándole y regulando derechos y obligaciones inherentes a su persona.

El derecho del consumo no es una rama autónoma del derecho, sino una disciplina transversal, con elementos que se encuentran enmarcados dentro del derecho mercantil, el derecho civil y otros dentro del derecho administrativo e incluso del derecho procesal.

En las definiciones anteriores es necesario indicar las sub definiciones que a las mismas pertenecen, como lo son:

---

<sup>3</sup> Pérez Bustamante, Laura. **Derechos del consumidor**. Pág. 2.



- a) Consumidor o usuario: toda persona física o jurídica que contrata a título oneroso, para su consumo final o beneficio, o de su grupo familiar o social, la adquisición de bienes o bien la prestación o arrendamiento de servicios.
  
- b) Proveedor: persona natural o jurídica que suministra bienes o prestan servicios a los consumidores.
  
- c) Protección al consumidor: es un medio que las leyes nacionales e internacionales otorgan a quienes compran una mercadería o utilizan un servicio, sean personas físicas o jurídicas, para que puedan reclamar que han sido engañados o perjudicados por los prestadores del servicio en sus intereses patrimoniales.
  
- d) Regulación respecto a la protección de los consumidores o usuarios, se ciñe en los siguientes aspectos: cambios en el proceso de producción y distribución en el mercado; transformación de una sociedad de consumo de bienes a una sociedad de consumo de servicios; y el crecimiento de los contratos relacionales.

### **1.3. Características del derecho de consumo**

El derecho de consumo, como en las demás ramas del derecho, contiene características que las distingue de las demás ello con el fin de comprender mejor su

estudio y aplicación, en ese sentido a continuación se exponen las características más importantes y relevantes para la presente investigación.

- a) El derecho de consumo es un derecho transversal: el derecho del consumo no es una nueva rama del derecho, es una disciplina jurídica nueva que no pertenece completamente al derecho privado o al derecho público, porque el derecho del consumo se ubica transversalmente en el ordenamiento jurídico. “En efecto, desde la Constitución hasta los decretos, de las sentencias al contrato, de las normas escritas a las no escritas, todo el ordenamiento jurídico tiene que ver con el derecho del consumidor. Precisamente por ello, por cortar transversalmente todo el ordenamiento jurídico, es que el derecho del consumidor no puede ser limitado o encasillado en un sistema determinado, sea este el derecho civil, constitucional, penal, administrativo, etc.”<sup>4</sup> Siendo una rama del derecho relativamente joven, tiene como propósito fundamental la protección al consumidor, el cual tiene derecho a ser protegido contra riesgos provocados por la provisión de productos y la prestación de servicios.
- b) Es un derecho pluridisciplinario: esta característica está íntimamente relacionada con la anterior, ya que el derecho del consumo no se registra dentro de la clasificación de las disciplinas jurídicas tradicionales: derecho penal, civil, o administrativo; el derecho del consumo hace parte de una nueva categoría de disciplinas jurídicas que atraviesan las demás, tales como el derecho de la

---

<sup>4</sup> Rivero Sánchez, Juan Marcos. **Derecho del consumidor**. Pág. 33.

competencia, el derecho del medio ambiente, entre otras. “El hecho de que los intereses de los consumidores ofrezcan una diversa naturaleza en cada uno de los momentos del proceso económico, explica el carácter pluridisciplinario de la tutela jurídica del consumidor, por cuanto que la naturaleza de las normas jurídicas protectoras de los intereses de los consumidores varía en cada uno de esos momentos del proceso económico.”<sup>5</sup>

c) Es un derecho económico: el derecho del consumo es parte de lo que se conoce como derecho económico, el cual alberga el conjunto de normas jurídicas de contenido económico que tienen como finalidad regular la economía, para alcanzar un punto de equilibrio que la haga lo más eficiente posible. “En materia económica la protección al consumidor se requiere por la asimetría de la información que puede haber antes de la realización del negocio, y en el daño al mercado proveniente de los costos de transacción tan altos a los que deberían someterse los consumidores, entre ellos la obtención de la información principalmente. En un mercado de competencia perfecta, la información de los agentes es completa, es decir, todos los agentes tienen acceso a toda la información del mercado. Esta información completa se transmite a través del precio de los bienes y de los servicios.”<sup>6</sup>

d) Es un derecho especial: frente a las ramas del derecho tradicional, como el derecho civil, el derecho mercantil, el derecho administrativo, el derecho del consumo es de

---

<sup>5</sup> Durand Carrión, Julio. **Tratado de derecho del consumidor**. Pág. 53.

<sup>6</sup> Márquez Robledo, Felipe. **Apuntes de derecho económico y de la competencia**. Pág. 209.



carácter especial y por lo tanto su aplicación es preferente en relación a las normas de carácter general.

- e) Es un derecho proteccionista: en el derecho del consumo se rompe con el esquema tradicional de la igualdad de los individuos en las relaciones jurídicas, ya que en materia contractual las relaciones de consumo son consideradas asimétricas, porque el consumidor es la parte débil del vínculo obligacional, ya sea contractual o extracontractual, en otros casos se considera que el productor o prestador del servicio se encuentra en posición de dominio frente a su contratante. El postulado de la autonomía de la voluntad privada sufre una derogación en esta materia, porque en materia de contratos de consumo el legislador interviene a favor del consumidor, a pesar de que este se hubiere obligado en este u otro sentido. “Los principios civilísticos tradicionales no son suficientes y deben, como en el derecho del trabajo, buscarse otras soluciones para relativizar el desnivel de poder entre el empresario y el consumidor.”<sup>7</sup> Se puede afirmar que el carácter proteccionista del derecho del consumo ha permeado necesariamente el derecho de los contratos, por lo cual se habla de una nueva categoría de contratos, los contratos de consumo.
- f) Las normas del derecho del consumo son de orden público: las normas del derecho del consumo son por regla general de orden público, de tal forma que no pueden ser derogadas por la voluntad de los particulares. Esta característica encuentra su razón de ser en que una disposición proteccionista no cumpliría su finalidad si su

---

<sup>7</sup> Mosset Iturraspe, Jorge y Ricardo Luis Lorenzetti. **Defensa del consumidor**. Pág. 22.

aplicación dependiera de la mera voluntad de los ciudadanos. Este carácter adquiere mayor relevancia en aspectos como la contratación internacional y la celebración de contratos por medios electrónicos, como quiera que al tratarse de normas de orden público su aplicación no puede ser esquivada bajo pretexto de la libertad contractual.

- g) Posee fundamento constitucional: el Artículo 119 literal i) de la Constitución Política de la República establece que una de las obligaciones fundamentales del Estado es la defensa de consumidores y usuarios, velar por la preservación de la calidad de productos de consumo interno, así como los de exportación con el propósito de garantizar la salud, seguridad y el legítimo interés económico de los consumidores y usuarios. Es de mencionar que el deber de información y el deber de seguridad que tienen los productores frente a los consumidores constituyen dos principios que hoy en día son la columna vertebral de la protección a los consumidores y se relacionan con los derechos que tradicionalmente se han reconocido a los consumidores, el derecho a ser informado, el derecho a la seguridad, el derecho a asociarse y el derecho a ser escuchado.
- h) Es un derecho de gran contenido social: el derecho del consumo busca la protección de sujetos en situación de debilidad, es decir, los consumidores. Se trata de un nuevo derecho social, al igual que el derecho laboral se independizó del derecho civil para convertirse en un conjunto de normas que regulan las relaciones desiguales entre empleadores y trabajadores, el derecho del consumo tomó un

rumbo propio en el ámbito del derecho privado y del derecho público. Ante la evidente necesidad contemporánea de proteger los intereses difusos, se debió superar la concepción clásica, tradicional e individualista, que se centra fundamentalmente en la defensa de los intereses subjetivos e intereses legítimos de las personas, dándose paso a una verdadera transformación del derecho, con una visión más solidaria y humana, que tienda a enaltecer las denominadas calidades de vida de las personas, por lo que se hace válida la antigua y repetida frase: consumidores somos todos.

#### **1.4. Relación del derecho de consumo con otras ramas del derecho**

El derecho de consumo, caracterizado como un derecho pluridisciplinario, tiene relación con las siguientes ramas del derecho de carácter general:

- a) Con el derecho civil: debido a que las relaciones de consumo dan lugar en la mayoría de los casos a contratos de naturaleza privada, que implican la aplicación de aspectos como los vicios del consentimiento, los vicios ocultos de la cosa vendida, la responsabilidad civil. El derecho del consumo se integra en el derecho civil al reemplazar algunas veces las reglas del derecho común para darle paso a reglas de carácter especial.
- b) Con el derecho mercantil: existen ciertas disposiciones en el derecho mercantil que imponen obligaciones específicas a los comerciantes, tales como el deber de

información en materia de fijación de precios, la obligatoriedad de la oferta a persona indeterminada en materia de publicidad y etiquetaje, en igual forma el deber de garantía sobre los productos vendidos. Es importante notar que la relación de consumo está conformada por un productor y un consumidor, siendo el primero en todos los casos un comerciante, por lo cual se puede afirmar que los contratos de consumo son contratos que tienen facilidad a que la norma comercial se aplique de manera general, aunque por ser un derecho especial prevalezca la aplicación de la norma de consumo. El derecho mercantil ha sido tradicionalmente el derecho de los comerciantes y se focaliza en los actos de comercio, sin embargo, en algunos aspectos de su interés se relaciona actualmente con el derecho del consumo.

- c) Con el derecho de competencia: este constituye una rama del derecho económico que guarda estrecha relación con el derecho de consumo, el cual al regular los comportamientos de los agentes del mercado tiene en cuenta al consumidor. “En efecto, sean cuales sean las finalidades que persiga el derecho de la competencia, lo cierto es que el objetivo principal y primario del mismo es el bienestar de los consumidores. La competencia lleva a que las empresas sean eficientes, y esas eficiencias hacen que a los consumidores se les garantice la calidad y el precio de los bienes y servicios en términos crecientemente satisfactorios, si no existiera competencia, los consumidores se verían abocados a adquirir el único bien que se les ofrezca, sin importar calidad y precio, pues no habría otro en el mercado.”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Rubio Escobar, Jairo. **Derecho de los mercados**. Pág. 8.

d) Con el derecho administrativo: en la mayoría de los casos existen autoridades encargadas de velar por el cumplimiento de las normas de protección al consumidor. En el país es la dirección de atención y asistencia al consumidor la que tiene encargada esta labor. Esta competencia implica que a través de procedimientos administrativos se investiguen las infracciones a estas normas y se impongan sanciones administrativas. Además, en el ejercicio de la protección al consumidor se verán siempre involucradas entidades de naturaleza pública o que desarrollan actividades de interés colectivo, por ejemplo, empresas prestadoras de servicios públicos, entidades financieras, hospitales, empresas de transporte, entre otras.

### **1.5. Principios del derecho de consumo**

Dentro del derecho de consumo se llevan a cabo actividades mercantiles donde se promueven productos o bienes de proveedores los cuales son adquiridos por los consumidores o usuarios, por lo tanto, es impensable que este desvirtuado el consumo con la actividad mercantil, ante tal situación la base sobre la que descansan estas actividades parten de los siguientes principios:

a) Principio de buena fe guardada: modo sincero con que proceden las partes en los contratos, que no buscan engañar a la otra parte sino actuar de modo honesto y sincero de conformidad con las rectas y honorables intenciones de los proveedores, consumidores o usuarios.



- b) Principio de verdad sabida: principio por el cual se presume que las partes contratantes conocen la verdad y alcance de sus derechos y sus obligaciones, la palabra dada por las partes se considera como verdad sabida lo que genera confianza entre ambas.
  
- c) Principio de toda prestación se presume onerosa: según este principio en la contratación de los consumidores nada es gratuito, sino que todo debe tener una contraprestación económica, ya que siempre existe una intención de lucro.
  
- d) Principio de intención de lucro: en el actuar del comerciante como proveedor de un producto o servicio siempre existe la intención de obtener ganancia que a lo último es la compensación del riesgo corrido en el negocio.
  
- e) Principio de ante la duda deben favorecerse las soluciones que hagan más segura la circulación: según este principio, los comerciantes como proveedores de bienes y servicios en su actividad poco formalista deben a través de la buena fe y verdad sabida, posibilitar el tráfico mercantil en forma segura de tal modo que el consumidor o usuario tenga la certeza de estar protegido en los derechos que le corresponden.
  
- f) Principio de que los contratos debe interpretarse, a favor de quien no realizó el contrato de adhesión: este principio se inclina en defensa de la parte vulnerable a



sufrir lesiones en sus derechos, es decir, protege al consumidor frente al prestador del servicio.

Es de mencionar que lo anterior, según la doctrina, son los postulados sobre los que descansa el derecho de consumo y los pilares de los mencionados principios se desarrollan a través de principios que regulan los derechos básicos de los consumidores y usuarios, los cuales se mencionan a continuación:

- a) **Protección de los intereses económicos y sociales:** se trata que en las relaciones de consumo que se realicen, sean en condiciones equitativas, que las cláusulas contractuales no sean abusivas, que sean claras y comprensibles y que las ofertas o promociones sean verdaderas y que duren el tiempo que se indica.
- b) **Protección de la salud y la seguridad:** los productos que se adquieran, deben estar en perfectas condiciones contando para el efecto con el debido registro sanitario otorgado por la autoridad competente. Los productores y prestadores de servicios, deben velar por la salud y seguridad de los consumidores y usuarios.
- c) **Derecho a la información correcta:** el consumidor o usuario debe conocer el producto o servicio que va a adquirir, por ello el fabricante tiene la obligación de especificar claramente las características en la correspondiente etiqueta, mencionar



si el producto es importado, traducción al español la información que este en otro idioma.

- d) Principios que se refiere al derecho a formación en materia de consumo: se refiere a que los consumidores para poder hacer valer sus derechos deben primero que conocerlos, para luego ejercerlos.



## CAPÍTULO II

### 2. El contrato de parqueo o garaje

#### 2.1. Generalidades del contrato de parqueo o garaje

El término contrato es hoy en día una noción normal y cotidiana, la acepción general implica una unión de voluntades a la que se atribuye un sentido meramente económico.

Etimológicamente, se puede ligar el concepto de contrato a la voz *contractus*, más esta parece no haber tenido un significado técnico jurídico y es que *contractus* es el participio pasivo del verbo *contrahere*, por lo que designa lo contraído. Como participio, lo contraído, puede ser de naturaleza variada e inexacta y normalmente se atribuiría a contraer un negocio o una obligación.

De acuerdo con la legislación civil guatemalteca, existe contrato desde que dos o más personas consienten en crear, modificar o extinguir una obligación, de tal forma que el contrato sea una manifestación certera de voluntades entre las partes que lo celebren.

En la actualidad, existe una diversidad de negocios jurídicos que dan vida a manifestaciones de voluntades a través de los contratos, que por la necesidad social en ocasiones se otorgan aún cuando no estén regulados legalmente, tal es el caso del



contrato de parqueo o garaje, denominado por la doctrina como atípico, el cual se ha vuelto común en la actualidad, derivado del aumento vehicular que afronta la ciudad de Guatemala y la necesidad que se ha vuelto poseer un vehículo automotor para el traslado o trabajo que las personas deben efectuar en su diario vivir; ante esto los automovilistas ven la necesidad de buscar un centro o lugar destinado al estacionamiento, en donde puedan aparcar su vehículo de forma segura de los daños o robos que puedan sufrir al dejarlos a la intemperie de las calles públicas pagando como contraprestación las tarifas que imponen dichos centros de estacionamiento destinados al servicio del público.

El término garaje y estacionamiento es conocido indistintamente, tanto por los tratadistas como por la población en general, aunque cabe mencionar que en el contorno, el término estacionamiento se utiliza más a los predios particulares que prestan el servicio de parqueo, y garaje es más utilizado al lugar donde una persona guarda su vehículo en su casa. Según con el Diccionario de la Real Academia Española, al referirse a los dos términos anteriores los define con semejanza, al referirse a estacionamiento expresa: lugar o recinto reservado para estacionar vehículos y garaje como el local destinado a guardar automóviles.

El contrato de parqueo o garaje extiende la obligación del propietario del estacionamiento a vigilar y guardar el bien mueble del usuario, confiriéndole seguridad física y jurídica al automóvil del usuario, en contraprestación el usuario se obliga a pagar la tarifa establecida por el estacionamiento por todo el tiempo que estuvo



estacionado dentro del sitio. Se ha dicho que este contrato tiene similitudes con el contrato de depósito y el de arrendamiento, pero el arrendamiento es un contrato en el cual dos partes se obligan recíprocamente, una a conceder el uso y goce de un bien y la otra de pagar por ese goce un precio, pero el contrato de parqueo, que es motivo de estudio de esta investigación, no es así, ya que el propietario también paga para que se le proteja el vehículo de su propiedad, el cual queda a la guarda del propietario del bien inmueble.

A pesar de ser un contrato muy practicado en el diario vivir de las personas, su desarrollo ha sido pobre tanto en la doctrinaria como legalmente, dando así origen a la problemática que surge en el momento de su aplicación, la cual es objeto de la presente investigación haciendo énfasis en el cobro de las tarifas a cobrar por los estacionamientos al servicio del público, es por eso que se desarrollará aspectos tales como características, elementos, derechos y obligaciones de los contratantes, para poder así plantear las soluciones de la problemática que de él deviene.

## **2.2. Definición del contrato de parqueo o garaje**

En la actualidad, es frecuente que las personas se vean socializadas con el contrato de parqueo o garaje por su evidente utilidad y la necesidad que tienen de buscar un lugar seguro para el aparcamiento de sus automóviles, pero poco se sabe de este contrato y el significado que conlleva el mismo, por ser atípico, puesto que nace de necesidades sociales.

El contrato de parqueo o garaje es aquel en donde: “El propietario de un vehículo adquiere el derecho de estacionarlo en un lugar propiedad de otro y para una contraprestación por ese concepto.”<sup>9</sup>

Mencionando a la legislación internacional, la Ley 40/2002 del 14 de noviembre, de la República de España, denominada, Ley Reguladora del Contrato de Aparcamiento de Vehículos, establece que es el contrato mediante el cual una persona cede, como actividad comercial, un espacio en un local o recinto que es titular para el estacionamiento de vehículos de motor, con los deberes de vigilancia y custodia durante el tiempo de ocupación, a cambio de precio determinado en función del tiempo real de prestación de servicio.

“El contrato de garaje vincula al propietario de un vehículo con el dueño del garaje donde es dejado para su guarda mediante el pago de un precio, y debe ser reputado atípico, ya que participa de las características de la locación y del depósito. El garajista responde por los daños del vehículo y objetos que contiene, su obligación es de resultado, toda vez que la restitución se debe hacer en identidad e integridad. El hurto no constituye caso fortuito, por lo tanto, las obligaciones de guarda y custodia del dueño del garaje, determinan que deba responder por los daños y perjuicios padecidos por el actor.”<sup>10</sup> Por lo anterior, el contrato de parqueo o garaje se puede definir como aquel contrato atípico mediante el cual una persona denominada automovilista, deja bajo guardia y custodia su vehículo a otra persona denominada garajista, cediéndole ésta un

---

<sup>9</sup> Viteri, Ernesto. **Los contratos en el derecho civil guatemalteco**. Pág. 405.

<sup>10</sup> <http://legales.com/tratados/c/cgaraje.htm>. Consultado el 21 agosto de 2015.

espacio para el aparcamiento y seguridad del bien mueble, recibiendo como contraprestación el pago de una tarifa previamente establecida.

### **2.3. Características**

Habiendo definido lo que es el contrato de parqueo o garaje es beneficioso el mencionar las características que a éste le son propias, siendo las siguientes:

- a) Es un contrato de adhesión.
- b) Es un contrato consensual y real.
- c) Es un contrato atípico.
- d) Es un contrato oneroso.
- e) Es un contrato bilateral.
- f) Es un contrato principal.
- g) Es un contrato conmutativo.
- h) Es un contrato de tracto sucesivo o tracto único.

#### **2.3.1. Contrato de adhesión**

Se le denominan contratos por adhesión a todos aquellos contratos que se redacta por una sola de las partes y el aceptante simplemente se adhiere o no al mismo, aceptando o rechazando el contrato en su integridad. El contenido del contrato se materializa a



través de formularios impresos, pólizas, modelos preestablecidos, etc., que en su mayoría presentan cláusulas abusivas para el consumidor. Se hace válido mediante la firma del consumidor o usuario en el formulario contractual, una vez llenados sus datos personales.

El servicio de parqueo cuenta con la característica de ser un claro ejemplo de contrato por adhesión ya que el titular del parqueo ha establecido previamente todas aquellas condiciones para su utilización y el automovilista solo se adhiere a ellas.

### **2.3.2. Contrato consensual y real**

Contrato consensual es aquel que se perfecciona por la mera voluntad explícita en la manifestación del consentimiento de las partes contratantes.

El contrato real es aquel para cuya perfección se necesita la entrega de la cosa que constituye su objeto. La entrega no es el resultado del cumplimiento del contrato, sino que es el presupuesto de su propia existencia, es el requisito de su perfección.

El contrato de parqueo o garaje se perfecciona con el consentimiento de las partes, por eso es consensual, y además es real, ya que es necesario la entrega de la cosa, es decir aparcar el vehículo y entregar el ticket o comprobante del estacionamiento, para que nazca el contrato a la vida jurídica.

### **2.3.3. Contrato atípico**

Los contratos atípicos son aquellos que no encuentran su sede dentro de la ley, aquellos que carecen, no de un nombre, sino de una estructura o regulación legal. Son el producto de la libertad contractual y de las necesidades de la vida jurídica, no nacen de la invención de los legisladores, sino de la necesidad práctica que plantea el tráfico comercial, como por ejemplo el contrato de garaje, el contrato de camping, el contrato de factoring. El contrato de parqueo es de los denominados atípicos, debido a que en el ordenamiento jurídico guatemalteco carece de regulación legal, por lo tanto, nace de la evidente necesidad social de las personas de manifestar su voluntad de contratar libremente, atendiendo a sus necesidades.

### **2.3.4. Contrato oneroso**

Las características del contrato de parqueo es su variabilidad en cuanto a sus formas de prestación, ya que dicho servicio puede prestarse a cambio de una retribución económica, atendiendo al tiempo de uso de la plaza destinada para parqueo o puede prestarse de forma gratuita, como parte de un servicio proporcionado por el dueño de un establecimiento comercial. El contrato de parqueo o garaje es un tipo de contrato en que ambas partes tienen obligaciones y ventajas económicas recíprocas, por lo general, supone la existencia de beneficios y obligaciones recíprocas, con un sacrificio equivalente de ambas partes, es decir, en su celebración ambas partes reciben provechos o ganancias con el mismo.

### **2.3.5. Contrato bilateral**

El contrato bilateral es aquel contrato que genera obligaciones recíprocas para ambas partes contratantes. En los contratos bilaterales, la parte que resulta obligada, lo es a causa de la obligación cumplida por la otra, y viceversa.

En ese sentido, en el contrato de parqueo las partes contraen obligaciones; por parte del propietario del bien inmueble la de ceder un espacio para estacionar el vehículo así como tener la guarda y vigilancia del mismo; por la otra parte, existe la obligación del pago de la tarifa impuesta por ese servicio prestado por todo el tiempo que estuvo dentro del estacionamiento.

### **2.3.6. Contrato principal**

Los contratos principales son aquellos que su existencia y validez no dependen de la existencia o validez de una obligación preexistente o de un contrato previamente celebrado.

El contrato de parqueo es un contrato principal porque pueden existir por sí mismo, sin necesidad de obligación o convención independiente a la cual adherirse ya que para su perfeccionamiento no necesita de otro contrato, ni de obligaciones previas, ni situaciones especiales que lo condicionen. Así, el contrato es principal ya que el

propietario del establecimiento se obliga a ceder un espacio dentro del mismo y el automovilista a pagar la tarifa convenida.

### **2.3.7. Contrato conmutativo**

Es contrato conmutativo, todo aquel en que la retribución está fijada de antemano y es siempre jurídicamente exigible por las dos partes. En el caso del contrato de parqueo cuando es oneroso, se estaría en presencia de un contrato netamente conmutativo, dado que las prestaciones estarían plenamente determinadas. En dicho caso, se pagaría una tarifa preestablecida por el propietario del establecimiento en función del tiempo de uso de la plaza destinada para parqueo o una tarifa única por su utilización quitando así la variable de la temporalidad

### **2.3.8. Contrato de tracto sucesivo o tracto único**

Los contratos de tracto sucesivo son los que regulan una serie de entregas o prestaciones periódicas que perviven durante un tiempo prolongado. Los contratos de tracto único, son aquellos en que la consumación se realiza mediante un solo acto por parte de cada contratante.

En lo que se refiere al contrato de parqueo o garaje, será de tracto único, si se realiza de una manera cuya duración del contrato sea por un corto tiempo, es decir que se

utilice el servicio por unos minutos u horas, pero si es por un largo tiempo, como por ejemplo una semana o mes, éste se realizará como de tracto sucesivo.

## **2.4. Elementos**

### **2.4.1. Elementos personales**

- a) Usuario: llamado automovilista o conductor, es la persona titular del vehículo o quien lo conduce en el momento, que recurre al servicio prestado por un establecimiento destinado al aparcamiento y vigilancia de vehículos, pagando, como retribución, la tarifa pre establecida por el tiempo utilizado.
  
- b) Garajista: es la persona individual o jurídica que presta el servicio de estacionamiento, parqueo o garaje; recibiendo a cambio el pago de una tarifa, por proveer de guarda y vigilancia al bien mueble durante el tiempo que esté dentro del establecimiento.

### **2.4.2. Elementos reales**

Como elemento real se encuentra que existen obligaciones reciprocas, por parte del automovilista y existirá la obligación de pagar el precio correspondiente al período de tiempo que el automóvil se encuentre estacionado; siendo posibles pactar períodos que

podrán variar entre una hora, fracción de hora, un día o hasta un mes, dependiendo de la manifestación de voluntad del conductor.

Por parte del garajista, la obligación es, ceder un espacio físico apropiado para velar por la guarda y vigilancia del vehículo que el automovilista ha dejado estacionado en el establecimiento, haciéndose responsable de lo que al vehículo pudiera acaecer, incluyendo: daños, robos parciales, pérdida o robo del vehículo estacionado, etc., recibiendo a cambio el pago del servicio prestado.

### **2.4.3. Elementos formales**

El contrato de parqueo es atípico y sufre de inexistencia formal para su celebración, por lo cual en la práctica, se utiliza el denominado ticket, que es el que recibe el automovilista al momento de dejar su vehículo bajo la guarda y custodia del garajista, y dentro de su contenido se encuentran algunos derechos y obligaciones, pero hacia el usuario, más no para el titular del estacionamiento ocasionando desigualdad y vacío legal al respecto.

Es importante tener en cuenta que en la práctica cotidiana para realizar cualquier reclamo se debe conservar el ticket, ya que el mismo es un medio de prueba que se tiene para poder demostrar que efectivamente el vehículo estaba en ese momento en el garaje o estacionamiento y por ende si coexiste la relación de consumo.

## **2.5. Derechos y obligaciones de las partes**

### **2.5.1. Derechos y obligaciones del garajista**

#### **a) Derechos:**

- I. Como primer término se señalaría el derecho a percibir una remuneración económica correspondiente al tiempo que estuvo estacionado el vehículo dentro del establecimiento.
- II. El derecho de cobrar al usuario una remuneración extra si el automovilista solicitó algún otro servicio como: lavado, aspirado, limpieza del interior, etc., o cualquier servicio que sea factible prestar mientras el vehículo permanezca estacionado.
- III. El derecho de abstenerse a entregar el vehículo por causa del extravío del ticket correspondiente, sino hasta comprobar fehacientemente que la persona que lo reclama es verdaderamente el dueño del mismo.
- IV. Derecho a establecer las normas e instrucciones del aparcamiento respecto al uso y seguridad del mismo, sus empleados y usuarios.

**b) Obligaciones:**

- I. Proporcionar al automovilista el espacio físico para que estacione el automóvil.
- II. Entregar al automovilista el ticket o cualquier otro medio que compruebe el depósito del vehículo, donde se expresará la hora en que fue estacionado, el valor o cuota que se tendrá que hacer efectiva al momento del retiro del mismo, y demás circunstancias que el garajista quiera dejar constancia.
- III. Indicar de manera fácilmente perceptible los precios, horarios y las normas de uso y funcionamiento del estacionamiento.
- IV. Velar porque el automóvil estacionado no sufra daños, robos, extracciones y la pérdida misma del vehículo, mientras esté en el predio.
- V. Responder por los daños, menoscabos o perjuicios que se causen a los vehículos en el interior del estacionamiento por dolo o culpa atribuible al titular del estacionamiento o quien tenga la administración del mismo.
- VI. Entregar el comprobante o factura de pago, mediante la cual el establecimiento hace constar que ya se efectuó el pago correspondiente al servicio prestado.

## **2.5.2. Derechos y obligaciones del automovilista o conductor**

### **a) Derechos:**

- I. Ocupar el espacio o lugar concedido para el aparcamiento de su vehículo.**
- II. La protección del vehículo tanto de las cosas principales como de las accesorias que se encuentren en el mismo.**
- III. Que se le entregue el ticket o constancia que deja su vehículo en el interior del establecimiento.**
- IV. Derecho a retirar el vehículo, inmediatamente después de realizado el pago correspondiente.**
- V. Derecho al reclamo por los daños o perjuicios ocasionados al vehículo, mientras éste permanecía estacionado.**

### **b) Obligaciones:**

- I. Estacionar el vehículo en el lugar asignado por el garajista.**

- II. Efectuar el pago correspondiente, por el servicio prestado.
  
- III. Presentar el ticket o constancia correspondiente al momento de recoger el vehículo.
  
- IV. Demostrar fehacientemente la pertenencia del vehículo, en caso de haber extraviado el ticket, para poder retirar el vehículo del estacionamiento.
  
- V. Responder por los daños que ocasione dentro del estacionamiento y que le sean atribuibles.
  
- VI. Tomar las medidas de seguridad necesaria, como activar la alarma, cerrar las puertas y ventanas, etc., para garantizar la protección del vehículo.

## **2.6. Perfeccionamiento del contrato de parqueo o garaje**

En el contrato de parqueo o garaje se puede decir que su perfeccionamiento está íntimamente relacionado con el ticket, puesto que éste constituye la base para determinar en qué momento se perfeccionó el contrato en mención, pudiendo ser al momento que ingresa el automovilista al parqueo o inmediatamente después de estacionarse cuando el garajista extiende el ticket o comprobante respectivo que constituye la prueba documental del contrato.



En el denominado ticket o comprobante se establece el número de placa que identifica al vehículo, la fecha, hora, minutos de ingreso, en algunos se observa el valor de las tarifas, y por lo general, se establecen las cláusulas o condiciones de las que es susceptible el servicio.

En la actualidad existen establecimientos que hacen uso del avance tecnológico, ya que el uso del ticket impreso en papel lo han dejado en el pasado, dándose paso a la utilización de la tarjetas electrónicas inteligentes, de material plástico, que en su interior contiene, si no todos, algunos de los datos anteriormente mencionados, trayendo consigo consecuencias negativas al usuario, ya que puede ser objeto de ilegalidades o arbitrariedades en sus derechos.

## **2.7. Extinción del contrato de parqueo o garaje**

Se puede mencionar en palabras sencillas que este contrato se extingue en el momento que el usuario retira el vehículo del establecimiento, pagando previamente lo relativo al uso del servicio, así como la entrega de la factura, por parte del titular del parqueo.

En el caso que no se quiera realizar el pago, se podría proceder conforme lo establecido en el Artículo 682 del Código de Comercio de Guatemala, haciéndose el uso del derecho de retención que: “Es la facultad que se concede al acreedor mercantil para retener bienes muebles o inmuebles de su deudor, que se hallen en su poder; o de





íntimamente ligados, como lo son: a) la formulación de las cláusulas contractuales de manera típica para todos los contratos, con un mismo contenido y mismas reglas contractuales, que reciben el nombre de condiciones generales de contratación; y b) la prestación del consentimiento de una de las partes que se hace mediante la simple adhesión al contrato previamente redactado.

En el contrato de parqueo o garaje, el garajista posibilita y brinda a los automovilistas en general la utilización del servicio que presta, llevando a cabo una oferta pública de carácter vinculante que anima la conducta o el comportamiento de la persona que la aprovecha, constituyendo la misma un acto de aceptación del que se deriva la relación contractual de adhesión. Es claro, que si el automovilista desea obtener el servicio de garaje debe contratar con el garajista, quien, por lo mismo, en el efectivo ejercicio de su industria implica necesariamente la consumación de sucesivos contratos de garaje con los clientes que demandan sus servicios; pues bien, cada uno de aquéllos presenta el perfil característico de los contratos celebrados en masa.

## **2.9. Cláusulas abusivas en el contrato de parqueo o garaje**

La industrialización y la globalización han obligado a los proveedores, consumidores y usuarios a buscar mecanismos que agilicen sus relaciones comerciales; dichas actividades comerciales han ido evolucionando y creciendo de acuerdo a las necesidades sociales que puedan afectar a las personas, es por ello que ante la

demanda de satisfacer estas necesidades, la respuesta a ello se ha convertido en un fenómeno masivo.

Es de señalar que la producción en masa ha permitido a los proveedores de bienes y servicios imponer, en su mayoría de veces, las condiciones contractuales, condiciones que en ocasiones puedan ser contrarias a la buena fe y al justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que normalmente se traduce en perjuicio para el consumidor, esto como consecuencia del poder económico que los sitúa evidentemente en una posición de privilegio frente a los consumidores y usuarios; estas condiciones son a las que se le denominan: cláusulas abusivas.

La celebración del contrato de parqueo o garaje, que normalmente resulta en un contrato celebrado por adhesión, las cláusulas predeterminadas por el garajista incluye expresamente su irresponsabilidad en casos de siniestros o percances que puedan ocurrirle a los vehículos que están bajo su vigilancia, así también se incluyen beneficios o derechos arbitrales a su favor y una carga de obligaciones irracionales o ilegales al usuario del servicio. Ante tal realidad es de preguntarse: ¿Son válidas tales cláusulas o condiciones preestablecidas?.

En principio se está en presencia de contratos de consumo, regidos por la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, esta normativa provee una especial protección a los consumidores, considerando abusivas y por lo tanto nulas, aquellas cláusulas o condiciones contractuales que impliquen desnaturalización de obligaciones, limitación o



exención de responsabilidad del proveedor del bien o servicio al consumidor, renuncia o restricción de derechos en perjuicio de este último.

Por esta razón, todas aquellas cláusulas, generalmente predispuestas, que impliquen la exención lisa y llana de responsabilidad y obligaciones del garajista, son consideradas nulas, y se tendrán por no escritas; y las cláusulas de los contratos de adhesión se interpretarán de acuerdo con el contenido literal de las mismas; en caso de duda, deberán interpretarse en el sentido más favorable al consumidor o usuario, tal como lo establece la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.



## CAPÍTULO III

### 3. Dirección de atención y asistencial al consumidor

#### 3.1. Antecedentes

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), fue creada como dependencia del Ministerio de Economía el 4 de septiembre de 1995, conforme el Artículo 1 del Acuerdo gubernativo número 425-95. En esa fecha, se suprimió la oficina de control de precios del Ministerio de Economía, encargada del control de los precios de los productos de consumo básico y se estableció su competencia en cuanto a orientar, asistir e informar al consumidor lo relativo a calidad, cantidad, peso y demás características de los productos y servicios que constituyen la oferta del mercado.

El reglamento del acuerdo de creación de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), contenido en acuerdo ministerial número 250-95 de fecha 10 de octubre del mismo año, indica sus funciones y atribuciones, las cuales están relacionadas con la asistencia a los consumidores en sus reclamaciones contra los proveedores, así como facilitar información sobre las condiciones y buen uso de los productos, contribuir a minimizar la utilización de prácticas perjudiciales a los intereses económicos de los consumidores y otras. De esa manera, se inicia su fortalecimiento institucional y dados los cambios que implicaba el mejoramiento y la modernización del



marco jurídico de protección al consumidor y usuario, dentro de las corrientes mundiales enfocadas hacia la globalización y al manejo de una economía moderna en un ambiente de libre mercado y de competencia, el Organismo Ejecutivo elaboró y envió al Organismo Legislativo el Proyecto de la ley vigente de Protección al Consumidor y Usuario, considerando los enfoques modernos sobre la materia.

Dicho proyecto finalmente fue aprobado el 18 de febrero de 2003 mediante el Decreto 006-2003, vigente a partir del 26 de marzo de 2003, proporcionando a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), entidad responsable de su aplicación, nuevos instrumentos para hacer más eficiente la tutelaridad en la defensa de los consumidores y usuarios que dicha ley le confiere y que la Constitución Política de la República garantiza.

### **3.2. Misión y Visión de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)**

Misión de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO): educar e informar a los consumidores y usuarios, acerca de sus derechos y obligaciones.

Visión de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO): la visión es que los consumidores guatemaltecos conozcan y ejerzan sus derechos de consumidores y usuarios a través de los programas de información y tutela que brinda la institución.



### **3.3. Objetivos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)**

El objetivo primordial de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) es defender los derechos de los consumidores y usuarios, cumpliendo con la legislación a través de procesos eficaces, aplicando la mejora continua; fomentando para ello relaciones equitativas entre consumidores y proveedores.

Entre los objetivos específicos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) están los siguientes:

- a) Procurar que las relaciones entre prestadores de servicios y usuarios, se lleven a cabo, con apego a las leyes en materia de protección al consumidor;
- b) Atender al consumidor y usuario, orientándolo en lo relacionado a calidad, peso, precio y demás característica de los productos existentes en el mercado;
- c) Informar y educar al consumidor sobre los productos a elegir.
- d) Generar los conocimientos indispensables para la defensa del consumidor o usuario a través de las áreas de investigación de derechos del consumidor o usuarios, publicidad engañosa, operaciones de crédito, obligaciones en la prestación del servicio, garantías comerciales y metodología de información.



### **3.4. Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)**

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, en su Artículo 54, establece las atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), siendo 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 programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y usuario.



- f) Promover y realizar investigaciones técnicas en las áreas de consumo de bienes y uso de servicios, así como prestar asesoría legal a los consumidores, usuarios y proveedores.
  
- g) Iniciar las actuaciones administrativas en caso de presunta infracción a las disposiciones de la ley, sus normas reglamentarias y resoluciones que en consecuencia se dicten, de oficio o por denuncia de quien invocare un interés particular o actuare en defensa del interés general de los consumidores y usuarios.
  
- h) Establecer procedimientos ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos de los que tenga conocimiento de conformidad con la ley.
  
- i) Celebrar convenios con proveedores, consumidores y/o usuarios y sus organizaciones para alcanzar los objetivos de la ley.
  
- j) Vigilar porque la oferta de productos y servicios se enmarque en los principios que rigen la economía de mercado.
  
- k) Velar por la observancia, por parte de los proveedores, en coordinación con los entes administrativos especializados, de las disposiciones legales relacionadas con reglamentos técnicos o normas de calidad, pesas y medidas para la actividad comercial o la salud de la persona humana.



- l) Aplicar las sanciones administrativas establecidas por la 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 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, y las demás que le asigne la ley.

### **3.5. Función y programas de tutela de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)**

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor representa los intereses de consumidores y usuarios, abogando por los mismos mediante el ejercicio de acciones, recursos, trámites y gestiones que deriven a la protección de sus derechos. Para poder realizar tal protección, la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) deberá implementar los siguientes programas de tutela:

- 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) Estudios, formulación y planteamiento de sugerencias para la emisión de nuevas leyes o reformas a las mismas, para mejorar la defensa del consumidor o usuario.

### **3.6. Consumidor y usuario**

Consumidor es una persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera, que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza.

Usuario es una persona individual o jurídica que adquiere a título oneroso o por derecho establecido, servicios prestados o suministrados por proveedores públicos o privados.

### **3.6.1. Derechos del consumidor y usuario**

- a) La protección a la vida, salud, y seguridad en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios.
  
- b) Libertad de elección del bien o servicio.
  
- c) La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios, indicando además si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre precios, características, calidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieren presentarse.
  
- d) La reparación, indemnización, devolución del bien, del servicio o del dinero, también se puede aceptar el cambio del bien, por incumplimiento de lo convenido en la transacción y las disposiciones que regulan las leyes o por los vicios ocultos que pudieran surgir por la responsabilidad del proveedor o del prestador del servicio.
  
- e) Exigir la reposición del producto o servicio prestado, o en su defecto, optar por la bonificación de su valor en la compra o prestación de otro bien o servicio, o bien exigir la devolución del dinero que se hay pagado en exceso, cuando la calidad del bien obtenido sea inferior, o la cantidad sea menor a la anterior que el consumidor o usuario haya pagado.



- f) Exigir la sostenibilidad de los precios con el que se oferte, promocióne, publicite o marque el producto, aun cuando ya halla vencido el tiempo de vigencia de la oferta del producto en el establecimiento comercial respectivo, si es que todavía cuenta con la etiqueta o rótulo que lo identificaba con menor valor.
  
- g) La devolución al proveedor de aquellos bienes que éste le haya enviado sin requerimiento previo. En este caso, el consumidor o usuario no está obligado a asumir responsabilidades ni ha efectuar pago alguno, salvo si se comprueba que ha aceptado expresamente el envío o entrega del bien o lo ha utilizado o consumido.
  
- h) Recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones.
  
- i) Utilizar el libro de quejas o el medio legalmente autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y Usuario, para dejar registro de su disconformidad con respecto a un bien adquirido o un servicio contratado.

### **3.6.2. Obligaciones del consumidor y usuario**

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



- b) Utilizar los bienes y servicios en observancia a su uso normal y de conformidad con las especificaciones proporcionadas por el proveedor y cumplir con las condiciones pactadas.
  
- c) Prevenir la contaminación ambiental mediante el consumo racional de bienes y servicios.

### **3.7. Proveedor**

Persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera que en nombre propio o por cuenta ajena, con o sin ánimo de lucro, realiza actividades de producción, fabricación, transformación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores o usuarios en el territorio nacional y por las que cobra un precio o tarifa.

#### **3.7.1. Derechos del proveedor**

- a) Percibir las ganancias o utilidades que por sus actividades económicas apegadas a la ley, la ética y la moral les correspondan.
  
- b) Exigir al consumidor o usuario el cumplimiento de los contratos válidamente celebrados.



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

### **3.7.2. Obligaciones del proveedor**

Son obligaciones de los proveedores las siguientes:

- a) Cumplir las disposiciones legales que le sean aplicables tanto nacionales como internacionales, derivadas de los convenios o tratados internacionales de los que Guatemala sea parte.
- b) Respetar la vida, la salud y la seguridad del consumidor o usuario, al proveerle bienes o prestarle servicios.
- c) Proporcionar la información básica sobre los bienes y servicios que provee.
- d) Cumplir con las leyes tributarias del país.
- e) Extender al consumidor y/o usuario la factura correspondiente de conformidad con la ley. Así como utilizar el idioma español en las especificaciones de contenido, uso, fecha de producción, de vencimiento y demás indicaciones de los productos.



- f) Traducir al idioma español las especificaciones completas de los productos importados que las traigan impresas en idioma extranjero, así como identificar plenamente al importador.
  
- g) Indicar con caracteres gráficos notorios cuando se ofrezcan al público productos deficientes, usados o reparados, así como la indicación de que son reconstruidos, lo cual deberá además constar en la factura.
  
- h) Entregar los bienes y sus accesorios completos cuando formen parte integrante del bien objeto de la transacción, o sean indispensables para su funcionamiento óptimo, en el tiempo y lugar convenidos.
  
- i) Responder por los vicios ocultos que tuvieren los productos motivo de la transacción o por daños a instalaciones, aparatos u otros, imputables a personal del proveedor en la instalación de productos o servicios contratados.
  
- j) Devolver el pago de lo indebido mediante procedimientos sencillos y ágiles, cuando alguna persona creyéndose deudora emita pago a su favor.
  
- k) Entregar al consumidor o usuario los productos según las especificaciones que se le ofrecen por medio de la publicidad y probarle al consumidor y/o usuario, antes de su entrega, los productos que por su naturaleza sean susceptibles de ello.



- l) 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.**
  
- m) Incorporar en listados, rótulos, letreros, etiquetas o envases, el precio de los bienes o servicios que se ofrecen al público, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado - IVA-.**
  
- n) Respetar las especificaciones de los productos, así como las ofertas, promociones y liquidaciones hechas sobre los mismos, cumpliendo exactamente con los términos contractuales.**
  
- o) Responsabilizarse por la idoneidad y calidad de los productos y servicios, por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben los productos, por la veracidad de la propaganda comercial de los productos, por el contenido y la vida útil del producto, así como poner a disposición del público número telefónico para la atención de reclamos, atendido por persona idónea, capacitada para ese servicio.**
  
- p) Cumplir sin mayores formalismos con las garantías a las que se hubiere obligado por medio del certificado que haya librado a favor del cliente. Así como responsabilizarse por los productos cuyo uso resulte peligroso para la salud o integridad física de los consumidores.**



- q) Responsabilizarse porque, al introducir un bien en el mercado del cual se tenga conocimiento de existencia de peligro o riesgo, se comuniquen e informe al público sobre la existencia de dichos peligros o riesgos en el uso o consumo del mismo, especialmente para la salud.
  
- r) Resarcir al consumidor y/o usuario de acuerdo a las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasione debido al incumplimiento de lo convenido con él, de las disposiciones de las leyes del país que sean aplicables.
  
- s) Respetar la dignidad de la persona humana no discriminando al consumidor o usuario, negándose injustificada o arbitrariamente a proveer un bien o prestar un servicio.
  
- t) Atender los reclamos formulados por los consumidores o usuarios, sin condición alguna y proporcionar la información que le sea requerida por la autoridad competente.

### **3.7.3. Prohibiciones del proveedor**

Es prohibido al proveedor realizar los siguientes actos:

- a) El cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicado.



- b) La fijación de 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.
  
- c) La adulteración de los productos, sea en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad.
  
- d) La adulteración de peso, masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada en los productos que se ofrecen al público.
  
- e) La venta al público de cualquier clase de productos con posterioridad a la fecha de su vencimiento o adulterando dicha fecha. Así como el acaparamiento, especulación, desabastecimiento o negativa a vender productos esenciales o básicos, con la finalidad de provocar el alza de sus precios.
  
- f) La producción, fabricación, importación, construcción, distribución y comercialización de alimentos, medicamentos u otros bienes prohibidos por leyes específicas.
  
- g) Cobrar por un servicio que no se ha prestado, o que no se ha prestado en su totalidad, o no se ha demostrado que se ha prestado mediante la factura correspondiente, salvo que así lo convengan las partes y exista constancia de ello.



- h) Cobrar por concepto de intereses por moras y cheques rechazados, recargos evidentemente desproporcionados.
  
- i) Cualquier acción u omisión que redunde en perjuicio de los derechos de los consumidores y usuarios contenidos en la ley del país.

### **3.8. Libro de quejas**

Es el medio utilizado por el consumidor y el proveedor, como mecanismo instrumental para lograr una conciliación inmediata y para dejar constancia escrita de lo acontecido.

A 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 quedo solucionado el mismo.

#### **3.8.1. Autorización del libro de quejas**

Para la autorización del libro de quejas la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), establece que se debe cumplir con los siguientes requisitos:



a) Si es pequeño contribuyente:

- I. Formulario de autorización.
- II. Fotocopia del Documento Personal de Identificación (DPI) del propietario de la empresa.
- III. Fotocopia de constancia de inscripción del propietario al Registro Tributario Unificado. En caso de tener patente de comercio, presentarla.

b) Si es empresa individual:

- I. Formulario de autorización.
- II. Presentar fotocopia de patente de comercio de la empresa. Si tiene sucursales o agencias, adjuntar las fotocopias de las respectivas patentes de comercio de cada una (en este caso deberá solicitar un libro por cada sucursal o agencia y llenar un formulario por cada una).
- III. Fotocopia de constancia de inscripción del propietario al Registro Tributario Unificado.



IV. Fotocopia del Documento Personal de Identificación (DPI) del propietario de la empresa.

c) Si es sociedad mercantil:

- I. Formulario de autorización.
- II. Fotocopia de patente de comercio de la empresa. Si tiene sucursales o agencias, adjuntar las fotocopias de las respectivas patentes de comercio de cada una.
- III. Fotocopia de patente de sociedad.
- IV. Fotocopia del nombramiento de representación legal y fotocopia del Documento Personal de Identificación (DPI) del representante legal de la empresa.
- V. Fotocopia de la constancia de inscripción del propietario al Registro Tributario Unificado.

Posteriormente se debe realizar el pago de Q.50.00 del arancel respectivo, para el registro y autorización del libro de quejas. Se entenderá los libros nuevos por autorizar, los libros que requieran autorizarse luego de haberse agotado los folios disponibles.



### **3.8.2. Uso del libro de quejas**

- a) El consumidor solicita al proveedor el libro de quejas, que debe estar debidamente autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) y a la vista del consumidor.
  
- b) El proveedor debe permitir que el consumidor asiente su queja.
  
- c) El consumidor y el proveedor pueden utilizar este mecanismo para lograr una conciliación inmediata y dejar constancia en el libro, en el espacio de resolución de la queja.
  
- d) Si el proveedor, por el contrario no resuelve la queja en un plazo máximo de ocho días, el consumidor deberá darle seguimiento ratificando su queja en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).
  
- e) La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) se pondrá en contacto con el consumidor y el proveedor para resolver la queja.
  
- f) Los proveedores serán responsables de la custodia y salvaguarda del libro de quejas.



### **3.9. Precedentes a la protección de derechos del consumidor y usuario en Guatemala**

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

Esta situación se dio en un ambiente internacional propicio, ya que las Naciones Unidas, en su Resolución número 39/248 del 9 de abril de 1985, definieron el quehacer de los gobiernos en cuanto a la protección de los derechos de los consumidores. Guatemala, como país miembro, adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices emanadas en este sentido por dicha organización; de esa cuenta se promulgaron la ley y el reglamento antes indicados. Esa normativa, era de aplicación para toda persona individual o jurídica que en sus actividades comerciales cometiera actos de especulación, acaparamiento, alza inmoderada de precios, variación de pesos, medidas y calidad de los bienes y servicios, no anunciados, los cuales eran tipificados como delitos económicos.



En el año de 1986, es cuando se inicia un esfuerzo formal para hacer efectiva la obligación del Estado en este campo, con la vigencia, a partir del 14 de enero del mismo año, de la Constitución Política de la República de Guatemala, la que en el Artículo 119 señala que son obligaciones fundamentales para el Estado, entre otras, la defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación, para garantizar su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.

El gobierno constitucional creyendo necesario reestructurar las instituciones, se dispuso a través del Decreto 93 del Congreso de la República, 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.

“Las dependencias que han sido creadas para la defensa y tutela del consumidor y usuario a través de la historia de Guatemala, son las siguientes:

- a) Oficina de coordinación de precios y abastecimientos: creada por el acuerdo gubernativo de fecha 5 de junio de 1945, para la debida aplicación del Decreto número 90 Ley de Emergencias Económicas, 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.



- b) Oficina de estabilización económica: 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 atribuciones de la anterior; ya que fue sustituida por que su estructura no era viable para los recursos de la Nación.
- c) Dirección general de la economía nacional: 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.
- d) Dirección general de comercio industrial y controles: 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 industrial 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.
- e) 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 industrial y controles, en su lugar se



creaba el departamento administrativo de economía y trabajo, señalándose que las atribuciones serían las mismas que tenía la oficina que se cancelaba. Un año después debido a las situaciones políticas del país y al cambio estructural, 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.

- f) Dirección de política comercial y financiera: el 31 de mayo de 1966, se dispuso en el reglamento interno del Ministerio de Economía, la creación de la dirección de política comercial y financiera, entre las atribuciones que se le daban, se decía que debía recomendar las medidas pertinentes para lograr la estabilización de precios en el mercado interno.
- g) Dirección de comercio interno y exterior: en el acuerdo gubernativo del 3 de enero de 1968, se dispuso fusionar la dirección de política comercial y financiera y la dirección de comercio exterior, creándose la dirección de comercio interior y exterior, disponiéndose en lo que se refiere a precios.
- h) Oficina de control de precios: por acuerdo número 79 del Ministerio de Economía de fecha 17 de septiembre de 1979 se creó la oficina de control de precios, adscrita a

la dirección de comercio interior y exterior, para lograr los objetivos de las medidas anti inflacionarias que se ha fijado el gobierno.

- i) Dirección general de comercio: en el acuerdo gubernativo número 88-85 fecha 11 de febrero de 1985, el Jefe de Estado, considera crear la dirección general de comercio, como dependencia del Ministerio de Economía, en sustitución de la dirección de comercio interior y exterior y la oficina de regulación de precios del citado Ministerio, tendrá jurisdicción en toda la República y una duración indefinida. Se canceló el centro nacional de promoción de las exportaciones (GUATEXPRO), con el objeto de racionalizar los recursos y evitar la duplicidad de funciones.”<sup>12</sup>

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), funciona como una dependencia del Ministerio de Economía, con independencia funcional y técnica y con competencia en todo el ámbito nacional.

El reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, está contenido en el Acuerdo Gubernativo número 777-2003, entró en vigencia el 22 de diciembre de 2003 y desarrolla los procedimientos administrativos para la aplicación de la ley.

Dentro del actual marco legal, una de las principales funciones tutelares que debe implementar la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), es la de

---

<sup>12</sup> <http://www.proteccionalconsumidorenguatemala.blogspot.com/2008/2007/proteccion-los-derechos-del-consumidor.html>. Consultado el 25 de agosto de 2015.



educar y orientar al consumidor o usuario en cuanto a saber elegir y escoger los bienes y servicios que desee adquirir o contratar en las mejores condiciones, así como hacer valer los derechos que le asisten como tal, cómo y dónde puede ejercer y reclamar dichos derechos. Otro aspecto importante es el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, para que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se convierta en Procuraduría de la Defensa del Consumidor y del Usuario, mediante disposición legal del Congreso de la Republica.

### **3.10. Organizaciones para la protección al consumidor y usuario**

#### **3.10.1. Consumidores internacionales**

La organización mundial consumidores internacionales, anteriormente denominada como organización internacional de asociaciones de consumidores, es una federación mundial de organizaciones de consumidores que trabaja en conjunto con sus asociados, más de 250 organizaciones miembros en 120 países, y actúa como la única voz global autorizada e independiente de los consumidores.

Desde su creación en 1960, ha facilitado la protección al consumidor a través de la instauración de leyes modelos emitidas por la oficina regional de América Latina y el Caribe. Dichas leyes modelo, pretenden ser una herramienta para los gobiernos de los países latinoamericanos, en la creación de normas jurídicas que protejan efectivamente



al consumidor. De las leyes modelos se originaron las directrices emitidas por la Organización de las Naciones Unidas en 1985, ofreciendo una cobertura conceptual adaptada a cada situación regional, así como, la determinación de una base de requisitos mínimos obligados a respetar para la protección del consumidor. El objetivo de las mismas es lograr determinar la necesidad de estándares mínimos para la protección del consumidor y, han sido usadas para la elaboración de legislación nacional en varios países latinoamericanos.

Consumidores internacionales lleva a cabo campañas sobre temas internacionales que interesan a los consumidores de todas las regiones del mundo, buscando lograr cambios reales en las políticas de gobiernos y en las conductas de las empresas, mientras se avanza en la toma de conciencia entre los consumidores acerca de sus derechos y responsabilidades.

Esta institución, está llevando a cabo lo anterior mediante el trabajo con organizaciones para influenciar a los gobiernos para hacer claridad sobre los abusos del mercado y aumentar el apoyo de las bases sociales; presentando las preocupaciones de los consumidores a través de las representaciones oficiales de organismos como Naciones Unidas (ONU), Organización Mundial de la Salud (OMS), Organización Internacional de Estandarización (ISO), y la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), entre otras.

El objetivo primordial de consumidores internacionales, desde el inicio ha sido: “El promover la construcción de una sociedad justa mediante la defensa de los derechos de los consumidores en todo el mundo, particularmente de los grupos vulnerables. Enfatiza la responsabilidad que tienen los consumidores de usar su poder en el mercado para eliminar los abusos y promover prácticas comerciales sanas, además de apoyar el consumo y la producción sostenibles.”<sup>13</sup>

### **3.10.2. Asociación de consumidores y usuarios de Guatemala**

Es una organización que se constituye legalmente el 18 de octubre del año 2010, iniciando su trabajo a partir del año 2001, con su involucramiento en los temas relacionados al transporte colectivo urbano de la ciudad de Guatemala y sus áreas de influencia. La Asociación de Consumidores y Usuarios de Guatemala (ACUSGUA), ha hecho incidencia en el mejoramiento de dicho servicio.

Es hasta el año 2007, cuando surge la iniciativa de constituirse en una asociación que busque además la promoción, divulgación y defensa de los consumidores y usuarios en general.

Esta institución de defensa al consumidor tiene como visión, ser un instrumento social que garantice a los consumidores y usuarios la prevención o solución de los problemas

---

<sup>13</sup> <http://es.consumersinternational.org/who-we-are/about-us/>. Consultado el 27 agosto de 2015.



que afecten sus condiciones físicas, psicológicas, morales y económicas; y como misión, que cada uno de los guatemaltecos goce de seguridad y certeza al momento de adquirir un producto y/o utilizar algún servicio, evitando o reduciendo cualquier riesgo al que se vea propenso.

El objetivo de la Asociación de Consumidores y Usuarios de Guatemala (ACUSGUA) es velar por la defensa y el fiel cumplimiento de los derechos de los consumidores, establecidos en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, ley que también le da vida a la Dirección de Atención al Consumidor y Usuario (DIACO).





## CAPÍTULO IV

### **4. La falta de protección a los derechos del consumidor y usuario en el cobro de tarifas de parqueo**

#### **4.1. Reglamento de dotación y diseño de estacionamientos en el espacio no vial para el municipio de Guatemala**

En lo que respecta a la legislación nacional, en materia de aparcamientos o estacionamientos destinados al servicio del público, únicamente encontramos al Reglamento de Dotación y Diseño de Estacionamientos en el Espacio no Vial para el Municipio de Guatemala, Acuerdo COM-003-09, del consejo de la municipalidad de Guatemala, en el cual se establece como objetivo: regular la dotación, ubicación y diseño de estacionamientos de vehículos terrestres en inmuebles privados y en inmuebles públicos de uso no común con la finalidad de minimizar los problemas que causa el tránsito sobre el espacio vial.

Dentro del contenido de dicho reglamento, objeto de análisis, se hace mención a lo que son las áreas de maniobra, entradas, espacio de acumulación, los espacios no vehicular, público, privado, espacio vehicular, estacionamientos, límite de propiedad; línea de bordillo, de fachada, número de plazas de aparcamiento, rampa, espacio de salida y transición, que ha de tener como mínimo cada lugar destinado al estacionamiento, desde los destinados para el uso residencial, de uso no residencial y



estacionamiento, desde los destinados para el uso residencial, de uso no residencial y personas con discapacidad. Así también, se establece el estacionamiento sobre el espacio público, concesión de aceras, licencias de construcción, multas por incumplimiento al reglamento y, arbitrios por espacios públicos concesionados.

En el desarrollo del referido reglamento, no se encuentra ninguna referencia a las responsabilidades que según la doctrina deben tener los garajistas, como el sujeto que presta el servicio de estacionamiento, tampoco se hace mención a los derechos que asisten al usuarios del mismo, lo que representa una total desprotección a sus derechos y, en lo que respecta a la presente investigación, no existe pronunciamiento alguno de autorización de tarifas legales que han de cobrar los prestamistas del servicio de una manera justa y real al tiempo utilizado por el usuario o interesado, lo cual es objeto de diversos problemas o abusos que perciben los mismos en el uso diario del servicio de estacionamiento.

#### **4.2. Legislación extranjera que regula a los estacionamientos**

En el ámbito extranjero, existen varios países que cuentan con normas legales que regulan a los estacionamientos destinados al servicio del público, entre ellos se encuentran los siguientes países: Costa Rica, España y Venezuela; legislaciones que serán analizadas una por una en el siguiente apartado, puesto que las mismas son de materia completa y de aplicación directa en el tema del presente trabajo de investigación.



#### **4.2.1. Ley reguladora de estacionamientos públicos, 7717, Costa Rica**

En Costa Rica la prestación de servicios de guarda y custodia de vehículos en los estacionamientos públicos, edificios o lotes destinados a este fin, están normados por la presente ley, misma que se encuentra vigente desde el 20 de Noviembre de 1997. Esta ley demarca diversos temas que son de gran importancia para los derechos que deben asistir a los sujetos que intervienen en el servicio de aparcamiento, como lo es el hecho de haber establecido la responsabilidad del garajista, sujeto que presta el servicio, de la guarda y custodia de los vehículos, mientras estos permanezcan dentro del estacionamiento y que deberán actuar con la mayor diligencia y buena fe posibles, además deben responder del daño, menoscabo o perjuicio que se cause a los vehículos por dolo o culpa atribuible al prestatario del servicio o sus empleados; por el otro lado le atribuye una responsabilidad al usuario en cuanto a que debe de reportar los objetos que se encuentran dentro del vehículo, las cuales se deben de reportar en boletas de declaración.

Otra circunstancia notable es el normar que en cada lugar de estacionamiento debe existir un rótulo, el cual debe de colocarse en un lugar visible, con caracteres legibles y mayúsculos, y con la siguiente leyenda: Por disposición de la ley reguladora de los estacionamientos públicos, este negocio está obligado a garantizar la seguridad de los vehículos a su cargo, así como la de sus accesorios y objetos guardados en ellos. El incumplimiento de esta obligación autoriza al cliente para cobrar por daños y perjuicios, en la vía judicial. Toda renuncia, expresa o tácita, de esta obligación, se reputará como



nula. Esa misma leyenda debe de imprimirse en el dorso del comprobante o ticket que se le ha de entregar al usuario. También, se mencionan los requisitos que deben de contar los predios para su funcionamiento, entre los cuales están que se debe de dar un espacio para las motocicletas, y para los vehículos conducidos por personas de capacidades diferentes, los cuales deben de ser un cinco por ciento del total del estacionamientos, no menor a dos espacios, debiéndose de ubicar cerca de la entrada principal de dicho establecimiento.

En cuanto a quienes quieran prestar los servicios de estacionamiento deberán solicitar el permiso de funcionamiento ante la Dirección General de Ingeniería de Tránsito, quien entregará al propietario del estacionamiento un cartel sellado y fechado, que indique la autorización para funcionar y la capacidad máxima de aparcamiento, que deberá colocarse a la vista de los usuarios y la autoridad competente.

Pero sin lugar a dudas, una de las cualidades más importantes que contiene esta ley es el hacer referencia a la fijación de tarifas, puesto que es la Dirección General de Ingeniería de Transito quien debe autorizar la fijación de las mismas. La tarifa de los estacionamientos públicos podrá ser horaria, diaria, semanal o mensual y será determinada por sus propietarios, de acuerdo con los costos reales que implique prestar el servicio, observando siempre los principios de equidad y razonabilidad para ambas partes. Es de resaltar que la supervisión del cobro adecuado de las tarifas en los parqueos es llevada a cabo por dos entidades estatales, las cuales son: a) el Ministerio de Economía, Industria y Comercio y, b) la municipalidad de cada cantón, dentro de su



competencia territorial; circunstancia que es vista como una evidente protección de intereses, en dónde hay equilibrio de derechos y obligaciones.

#### **4.2.2. Ley 40/2002, de 14 de noviembre, reguladora del contrato de aparcamiento vehicular, España**

Esta ley “Constituye el fruto de la conjunción de las proposiciones de ley de varios grupos parlamentarios planteadas durante la séptima legislatura, que finalmente se tramitaron como proposición única, con el objeto de tipificar el ya denominado por la doctrina y jurisprudencia contrato de aparcamiento, en aras de otorgar mayor seguridad jurídica a una realidad social en auge y especialmente problemática desde hace tiempo.”<sup>14</sup>

En la exposición de motivos de la referida ley, se justifica que su creación es resultado de la realidad social que impone la figura del aparcamiento de los vehículos, atendiendo a la masificación del fenómeno, así como los problemas que se derivan de la falta de un desarrollo legislativo específico. Esta ley delimita, en primer término, cuáles son los aparcamientos objeto de la misma, distinguiéndoles de aquellos que, por su menor trascendencia, pueden ser tratados dentro de la normatividad de otras figuras contractuales. Así también, aborda la regulación de las responsabilidades de los sujetos, por parte del titular del aparcamiento, el responder por los daños y perjuicios que respectivamente les ocasione al usuario, en orden a la restitución del vehículo y de

---

<sup>14</sup> Álvarez Lata, Natalia. **El contrato de aparcamiento de vehículos**. Pág. 3.



sus accesorios; por su parte el usuario, además de tomar las precauciones esenciales con lo que deja en el vehículo y cómo lo deja, debe pagar el precio convenido por el servicio prestado.

La ley 40/2002, de 14 de noviembre, tuvo una mejora que se materializó mediante la ley 44/2006, de 29 de diciembre de 2006, en donde se mejora el abuso que los aparcamientos cometían al momento de cobrar por fracciones de tiempo horarias, incluso aunque el usuario hubiera sólo consumido unos minutos de una hora. Esta situación se reparó con la reestructuración del Artículo 1 de la ley 40/2002 que especifica que el precio que cobra el titular del aparcamiento será determinado en función del tiempo real de prestación del servicio, vemos entonces una protección real de los derechos del usuario.

Otra mejora de la ley del 2006, es la obligación de indicar por cualquier medio a los usuarios, antes de contratar y de manera fácilmente perceptible, los precios, horarios y las normas de uso y funcionamiento del aparcamiento, incluido si es práctica habitual del aparcamiento requerir al usuario la entrega de las llaves del vehículo.

En la forma que se analizó esta norma legal se evidencia, sino es total, en buena parte, que garantiza y protege los derechos que le deben asistir al automovilista, velando por que los mismos encuentren un equilibrio frente a las obligaciones que tiene el titular del parqueo o garajista, pero si en algo es carente, es en cuanto a la omisión de autorizar



legalmente el cobro de las tarifas que debe recibir como contraprestación el garajista, algo que aún está en la sola intención de regular jurídicamente.

#### **4.2.3. Providencia administrativa mediante la cual se regula la prestación del servicio de estacionamientos y garajes públicos No. 056/2014, República Bolivariana de Venezuela**

La enunciada normativa es relativamente joven, pues entra en vigencia el 17 de octubre del año 2014; dicha norma legal tiene como objetivo principal el regular, en todo el territorio de la República Bolivariana de Venezuela, el precio máximo de la prestación del servicio de estacionamiento público, exceptuándose los concesionarios para la guarda y custodia de vehículos a la orden de las autoridades de tránsito y transporte terrestre, cuerpos policiales y tribunales de justicia.

En el referido instrumento legal, las tarifas establecidas han sido fijadas como una limitante hacia el propietario del estacionamiento, aspecto que se substancia en la tabla descriptiva que establece el monto máximo a cobrar, de manera que el cobro de cantidades que superen dichos valores son ilegales y susceptibles de la aplicación de sanciones impuestas por la autoridad competente; sin embargo, las tarifas fijadas no incluyen el Impuesto al Valor Agregado (IVA). Otro aspecto importante de esta legislación, es el hecho que obliga al garajista a advertir al usuario, que en dicho estacionamiento cada vehículo dejado en resguardo, cuenta con una póliza de seguros



de responsabilidad civil con cobertura garajista, circunstancia que debe ser exhibida en un cartel o rótulo y puesto en un lugar visible con caracteres legibles.

Es evidente que la esencia de esta norma es el velar por el precio justo que se le debe cobrar al usuario por el uso de las instalaciones destinadas al aparcamiento de vehículos, garantizando y protegiendo en forma efectiva sus derechos e intereses.

#### **4.3. Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor**

Es el 9 de abril del año de 1985 que los países miembros de la Organización de las Naciones Unidas, reunidos en asamblea general, promulgan por medio del departamento de asuntos económicos y sociales, la resolución 39/248, la cual contiene las Directrices para la Protección del Derecho del Consumidor; mismas que son ampliadas en el año de 1999.

Las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, establecen que al promover los intereses del consumidor, los gobiernos deberán adoptar o mantener políticas para lograr el control de calidad de los productos producidos en el país y los productos importados; deben también, contar con programas de educación al consumidor, incluida la información sobre los efectos en el medio ambiente y su protección; esto como respuesta al compromiso que adquirieron al suscribir dicho instrumento legal.



En Guatemala el compromiso fue aplicado y cumplido a través de la actual Constitución Política de la República de Guatemala, que en su Artículo 119 literal i) garantiza la plena defensa de los derechos e intereses económicos de los consumidores y usuarios; años después el compromiso se fortifica mediante la creación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario Decreto 006- 2003, promulgada el 18 de febrero de 2003 y entrada en vigencia el 11 de marzo del mismo año; cumpliendo entonces en su totalidad con el compromiso de velar por la concreción de una efectiva protección y salvaguarda de los derechos e intereses legítimos que le asisten a los consumidores y usuarios.

Las directrices para la protección del consumidor persiguen los siguientes objetivos:

- a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores.
- b) Facilitar las modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores e instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta.
- c) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores.

- d) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor.
  
- e) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor y, promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos.

En la actualidad, las directrices de las Naciones Unidas sobre Protección del Consumidor están bajo un proceso de revisión en la perspectiva de mejorar y actualizar la protección de los consumidores en todo el mundo, en un proceso que se espera culmine en 2015; así mismo por intervención de la Organización de las Naciones Unidas, se ha señalado el día 15 de marzo, como el día mundial de los derechos del consumidor y usuario.

#### **4.4. Análisis de la problemática que afrontan los usuarios en el cobro de tarifas de parques públicos**

La ciudad de Guatemala es la más grande a nivel centroamericano, y como resultado de esto, también el aumento de vehículos automotores que se desplazan por la ciudad es mayoritario, puesto que las personas buscan desplazarse de un lugar a otro en el menor tiempo posible y en forma segura; pero el incremento de ese fenómeno no solo queda en los automóviles, también se desplaza al aumento de lugares destinados a estacionar vehículos, los cuales son buscados por los conductores con el objeto de



resguardar su propiedad de los posibles daños o actos de delincuencia que pudieran sufrir en la intemperie de la vía pública, debiendo pagar como contraprestación la tarifa impuesta por el propietario del parqueo.

Hablar de los centros de estacionamiento de vehículos destinados al servicio del público es entrar en materia de controversias, puesto que día con día este campo es señalado de varios aspectos que propician el surgimiento de problemas que se dan en el uso de este servicio, sobre todo el aspecto de los derechos que les asisten o que les deben de asistir a los usuarios de este servicio. El problema que se origina en los parqueos, es el tema del cobro por el servicio prestado, es decir, la tarifa que debe pagar el usuario.

Es de conocimiento de la urbe, que en la ciudad capital los propietarios de estacionamientos tanto públicos como privados han tomado la práctica de cobrar el servicio de parqueo a su antojo o de acuerdo a sus intereses unilaterales y no de forma justa de acuerdo al tiempo real utilizado, es decir, que en el momento de establecer la cantidad a pagar por el servicio prestado existe un redondeo solapado, del cual los usuarios guatemaltecos son víctimas. Pero este problema, no surge solo del actuar arbitral de los propietarios de aparcamientos, también surge por la falta de normativa legal que regule a los estacionamientos tanto públicos como privados. Al momento existen, cuatro iniciativas de ley en el Congreso de la República, presentadas en los años 2005, 2006, 2008 y 2010, dos de las cuales están sin ser analizadas y engavetadas; la última fue presentada por los legisladores Roberto Kestler y Ovidio



Monzón Pedroza, quienes denominaron el proyecto de ley como “Ley reguladora del arrendamiento de parqueos para vehículos automotores”, la que busca que se garantice un buen servicio, seguridad y resguardo a los legítimos intereses económicos del usuario frente al abuso de soportar tarifas arbitrarias y la omisión de responsabilidad por daños ocasionados a los vehículos dejados bajo su vigilancia.

Actualmente, existe una norma legal que se circunscribe a los presupuestos con que debe contar la instalación de parqueos públicos, siendo esta, el Reglamento de Dotación y Diseño de Estacionamientos en el Espacio no Vial para el Municipio de Guatemala, del Consejo Municipal del municipio de Guatemala, dicha normativa fue creada con el objeto de regular la dotación, ubicación y diseño que deben tener los estacionamientos de vehículos en inmuebles privados y en inmuebles públicos de uso no común, sin embargo, no establece nada acerca de las tarifas a cobrar, lo que ha provocado que los propietarios de los parqueos públicos establezcan bajo su criterio el costo de las tarifas, las cuales pueden llegar a ser desproporcionales al tiempo real de utilidad; es de tomar en cuenta que en algunos parqueos se utiliza equipo digital computarizado que contabiliza el tiempo exacto de entrada y salida, sin embargo, los parqueos siguen utilizando un sistema redondeado de cobro, la cual es injusta y afecta la economía del usuario.

El sistema de libre mercado del país, lastimosamente por ahora, no permite establecer tarifas legalmente autorizadas, por ello que en el campo de los parqueos públicos el costo por hora varía, incluso dependiendo de la zona en que se encuentre ubicado el



mismo, desde Q.6.00 hasta Q.10.00 por hora o fracción, pero en algunos parqueos se ofrece el servicio por día por la cantidad que oscila entre Q.50.00 y Q.75.00, otros lo hacen por mes, pudiendo costar entre Q.350.00 y más, cabe mencionar que según con las autoridades municipales al menos el 5% de los parqueos que operan en la ciudad capital cuentan con la autorización municipal dejando a los demás como aquellos que fueron instalados por sus propietarios deliberadamente en atención que se trata de un negocio que deja ganancias que van desde los Q.20,000.00 a Q.35,000.00 mensuales debido al bajo costo de inversión que se necesita.

Derivado de todo ello, la razón por la cual brota la problemática que afrontan los usuarios de los parqueos públicos es porque el servicio de aparcamiento vehicular trae consigo el contrato de parqueo o garaje, el cual es un contrato de adhesión atípico, en donde el usuario no puede discutir o modificar las condiciones y el contenido de éste, por lo que únicamente se ve obligado a ceder ante las disposiciones unilaterales que el proveedor establezca, dando como resultado una evidente desventaja frente al garajista.

Si bien es cierto que en Guatemala, a través del Decreto 006-2003 del Congreso de la Republica, se creó la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), que entre sus principales objetivos y atribuciones están, el velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores; la supervisión hacia los proveedores en la venta de productos y prestación de servicios; representar los interés de los consumidores mediante el ejercicio de acciones y tramites que procedan; y la



aplicación de sanciones a los que violen o disminuyan tales derechos; en el campo de los parqueos pareciera que no se hace mayor esfuerzo para proteger al usuario de las arbitrariedades que sufre cada vez que debe pagar tarifas excesivas, desproporcionales e injustas al tiempo real utilizado, ya que no se garantiza con totalidad la protección que por mandato constitucional gozan; no es notorio el interés de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) en supervisar por el cumplimiento de los derechos que le asiste al usuario y menos aún las obligaciones que al garajista corresponden. Pero no todo queda ahí, aunado a lo anterior, la falta de una reglamentación en la autorización legal de las tarifas a cobrar en los parqueos públicos, hace más grande la problemática que atañe al servicio de aparcamiento. Por lo tanto, es innegable que el desinterés de las autoridades de regular a los centros de estacionamientos vehicular, hace que el deber de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), no se cumpla a cabalidad y, tampoco se pueda cumplir con los derechos y garantías que establece la Constitución Política de la Republica a favor del consumidor y el usuario.

#### **4.5. Posibles soluciones para regular de forma legal las tarifas que deban cobrar los parqueos en la ciudad de Guatemala**

La Constitución Política de la Republica, en su Artículo 119 literal i), le establece al Estado de Guatemala como una de sus obligaciones fundamentales, el velar por la protección de los consumidores tanto en su seguridad física y jurídica como de sus intereses económicos, pero no es solo eso, sino que en la misma cita legal se plasmó el compromiso que Guatemala adopto frente a la Organización de las Naciones Unidas en



materia de protección a los consumidores y usuarios. También, es importante mencionar que el Estado de Guatemala persigue como fin supremo la realización del bien común, teniendo como deber garantizarle a todo habitante de la república la vida, la libertad, la justicia, la seguridad, la paz y el desarrollo integral de la persona.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto 006-2003 del Congreso de la República de Guatemala, crea la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) con el objeto que la misma efectúe programas de tutela jurídica en las relaciones comerciales entre proveedor y consumidor o usuario, fomentando para ello relaciones equitativas, pero sobre todo, realizar estudios, formular o plantear sugerencias para la emisión de nuevas leyes o reformas las mismas, para así mejorar la defensa del consumidor y usuario. En este caso particular, serían propuestas que lleven como fin específico lo siguiente: a) fortalecer la defensa de los derechos del automovilista, reglamentando para el efecto, tareas de supervisión en los parqueos públicos por periodos continuos, con el objeto de verificar si el mismo cuenta con los requisitos y medidas de seguridad necesarias para funcionar; b) velar por el cumplimiento de las obligaciones del garajista; c) vigilar porque las tarifas no sean establecidas de manera desproporcional o injustas al tiempo real, como tampoco, aquellas extraordinarias donde su cobro se hace por la pérdida del ticket o comprobante; d) advertir a los usuarios sobre el uso del servicio de parqueo; e) aplicar las sanciones que correspondan, y en todo caso, cuando lo amerite, sancionar con el cierre o clausura del centro de estacionamiento por violar las estipulaciones de la ley u ordenanzas emanadas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO); f) vigilar

por la emisión de factura; g) verificar porque no exista omisión o evasión de responsabilidad del garajista; h) crear una metodología operativa en donde se establezca un listado de centros de estacionamiento que cumplan con efectividad con los requisitos esenciales; i) extender un certificado de calidad el cual se entregara a todo parqueo supervisado periódicamente por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), mismo que debe ser exhibido y colocado de manera visible a los usuarios.

Pero no todo debe caer en responsabilidad de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), puesto que también debe existir un interés por parte de las otras instituciones del Estado para combatir el problema del cobro en los parqueos, como por ejemplo el Congreso de la República.

Como se mencionó en el presente trabajo de investigación, hasta hoy existen cuatro iniciativas de ley con las cuales se pretende regular a los estacionamientos, de las cuales ninguna han sido atendidas por el Congreso de la República para ser aprobadas; la falta de interés legal en este campo por el órgano legislativo es un hecho trágico, no solo porque no exista el interés de regularlo, sino que, evidencia la falta de protección legal que sufren las personas en los aparcamientos vehiculares.

La solución viable al problema planteado, sería, incentivar e intimar al Congreso de la República a que cumpla con su función de decretar el cuerpo legal que regule específicamente a los parqueos, sean de carácter público o privado, y que en el mismo se determine, entre otros aspectos, la cuestión de las tarifas, ya sea, señalando un



límite del máximo a cobrar por el servicio, o bien, se establezca una tabla en la cual se describa la base a cobrar, atendiendo a las características de los vehículos; así también se pueda establecer la prohibición de realizar cobros bajo un sistema redondeado, es decir cobros que no sean acorde al tiempo real, sino que se cobre el servicio atendiendo a un sistema real en donde se cobre por el tiempo puntual que el vehículo permaneció dentro de las instalaciones del parqueo.

La solución emergente, si es que la norma jurídica específica no se hace realidad o se hace tardía, es que se tendría al gobierno local, es decir la municipalidad de Guatemala, que a través del consejo municipal, podría reformar el reglamento de dotación y diseño de estacionamientos en el espacio no vial para el municipio de Guatemala, incluyendo en el mismo el tema de las bases tarifarias a cobrar, o bien, creando un reglamento que regule lo concerniente a las tarifas legales que deben cobrar los centros de estacionamientos dentro de la ciudad capital. Ello, con base en lo que el Código Municipal regula en la siguiente cita legal: “Artículo 35. Atribuciones generales del consejo municipal. Son atribuciones del consejo municipal: a) la iniciativa, deliberación y decisión de los asuntos municipales;...i) la emisión y aprobación de acuerdos, reglamentos y ordenanzas municipales;...w) en lo aplicable, las facultades para el cumplimiento de las obligaciones atribuidas al Estado por el Artículo 119 de la Constitución Política de la República de Guatemala;...”. Como se aprecia específicamente en la literal “w)”, la norma legal le faculta al consejo municipal coadyuvar en el cumplimiento de las obligaciones del Estado, enmarcadas en el



Artículo 119, encontrando dentro del mismo la literal i), que se refiere a la defensa de consumidores y usuarios.

Es notorio, que si existen soluciones para regular de forma legal las tarifas de los parqueos, basta el querer trabajar en ello como también el querer hacerlo; ya la *legislación extranjera analizada sirvió como referencia y modelo para establecer la importancia de regular el tema los aparcamientos, ya que con ello se protege particularmente a los usuarios de los parqueos de las vicisitudes que adolecen continuamente; y de la legislación nacional, se observa que la misma es restringida, de desarrollo pobre, y carente de circunstancias o aspectos que hace engrandecer problemas sociales como los es el cobro del servicio de parqueo. Si de las posibles soluciones mencionadas se llevara a cabo al menos una, se garantizaría el bienestar común de las personas y se protegerían más ampliamente los derechos que le asisten a los automovilistas al hacer uso del servicio de parqueo o garaje.*



## CONCLUSIÓN DISCURSIVA

El derecho de consumo es el que le asiste a toda persona que llega a realizar la compra de un producto o el uso de un servicio, el cual está conformado por principios que versan en igualdad de condiciones e interés, por tal motivo es necesario el fortalecimiento de la protección tanto del proveedor como del usuario, para que el Estado de Guatemala cumpla con su deber de garantizar el bien común de sus habitantes y el desarrollo integral de los mismos.

El contrato de parqueo o garaje no está contemplado en la legislación guatemalteca, por tal motivo es utilizado como un contrato atípico de adhesión, llevando consigo implicaciones en los intereses y derechos de quienes conforman el elemento personal del contrato, por lo que su regulación legal en Guatemala es evidentemente necesaria. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, es la entidad encargada de velar por la protección, control y vigilancia de los intereses tanto del proveedor como del consumidor, aplicando los principios de equidad y justicia en la realización del bien común. En otros países existe, dentro de su legislación vigente, una ley específica que regula al contrato de parqueo y dentro de ella se encuentra la autorización legal de tarifas, mismas que son de observancia obligatoria para los propietarios de parqueos y de las cuales no pueden extralimitarse perjudicando al usuario; por tal motivo es necesario que en Guatemala exista una regulación en cuanto a autorizar tarifas justas y proporcionales al tiempo real utilizado por las personas en los parqueos públicos, y en expansión debe crearse adyacentemente la ley que regule ampliamente a los parqueos.





## BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR GUERRA, Vladimir. **El negocio jurídico**. 4a. ed, Guatemala, Guatemala: Ed. Serviprensa, S.A., 2005.

ÁLVAREZ LATA, Natalia. **El contrato de aparcamiento de vehículos**. Barcelona, España: Ed. InDret 2/2003, 2003.

ARAGÓN ORRELLANA, Héctor Rolando. **Implicaciones de los derechos del consumidor con respecto al uso del servicio de estacionamiento de vehículos**. Tesis de grado. Facultad de ciencias jurídicas y sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2009.

CABANELLAS, Guillermo. **Diccionario de derecho usual**. 11a. ed. Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta, S. R. L., 1976.

DURAND CARRION, Julio. **Tratado de derecho del consumidor en el Perú**. Lima, Perú: Universidad San Martín de Porres, 2007.

ETCHEVERRY, Raúl Aníbal. **Derecho comercial y económico**. 2t, Buenos Aires, Argentina: Ed. Astrea, 1991.

GHERSI, Carlos Alberto. **Contratos civiles y comerciales**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Astrea, De Alfredo y Ricardo De Palma, 1990.

GIRÓN REYES, Américo Salatiel. **Contrato de parqueo, estacionamiento y garaje y sus modalidades**. Tesis de grado. Facultad de ciencias jurídicas y sociales. Universidad Rafael Landívar, 2012.

<http://www.proteccionalconsumidorenguatemala.blogspot.com/2008/2007/proteccion-los-derechos-del-consumidor.html>. 25 de agosto de 2015.

<http://legales.com/tratados/c/cgaraje.htm>. 21 agosto de 2015.



<http://es.consumersinternational.org/who-we-are/about-us/>. 27 de agosto de 2015.

MARQUÉZ ROBLEDO, Felipe. **Apuntes de derecho económico y de la competencia**. 2ª. Edición, Bogotá, Colombia: Universidad Javeriana, 2007.

MOLINEROS ARDÓN, Selvyn Gonzalo. **La conveniencia de regular el contrato atípico de garaje o estacionamiento y sus modalidades**. Tesis de grado. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2006.

MOSSET ITURRASPE, Jorge y Ricardo Luis Lorenzetti. **Defensa del consumidor**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Rubinzal Culzoni Editores, 1993.

OSSORIO Y FLORIT, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta, 1981.

PÉREZ BUSTAMANTE, Laura. **Derechos del consumidor**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Astrea, 2004.

REZZÓNICO, Juan Carlos. **Contratos con cláusulas predispuestas**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Astrea de Alfredo y Ricardo De Palma, 1987.

RIVERO SÁNCHEZ, Juan Marcos. **Quo vadis- derecho del consumidor**. Medellín, Colombia: Ed. Biblioteca jurídica Diké, 1997.

RODRÍGUEZ Y RODRÍGUEZ, Joaquín. **Derecho mercantil**. 2t. 2a. Ed. México: Ed. Porrúa, S.A., 1969.

RUBIO ESCOBAR, Jairo. **Derecho de los mercados**. Bogotá, Colombia: Ed. Legis, 2007.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA. **La situación del consumidor, los niveles de competitividad y su impacto económico y social en Guatemala**. Instituto de análisis e investigación de los problemas nacionales. Dirección general de investigación. Guatemala, Guatemala, 2009.



VILLALBA CUELLAR, Juan Carlos. **Aspectos introductorios al derecho del consumo**. Bogotá, Colombia: Ed. Prolegómenos derechos y valores, 2009.

VILLEGAS LARA, René Arturo. **Derecho mercantil guatemalteco**. Universidad de San Carlos de Guatemala. Tomo I y III; 4a.ed. Guatemala, Guatemala: Ed. Universitaria, 2002.

VITERI, Ernesto R. **Los contratos en el derecho civil guatemalteco**. Guatemala, Guatemala: Ed. Serviprensa, 1992.

## **Legislación**

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

**Código Civil**. Decreto Ley 106 del Jefe de gobierno de la República de Guatemala, Enrique Peralta Azurdía, 1963.

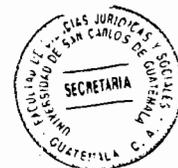
**Código de Comercio de Guatemala**. Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala, 1970.

**Código Municipal**. Decreto 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala, 2002.

**Ley de Protección al Consumidor y Usuario**. Decreto 006-2003 Congreso de la República de Guatemala, 2003.

**Reglamento de dotación y diseño de estacionamientos en el espacio no vial para el municipio de Guatemala**. Acuerdo COM-003-09, 2009.

**Directrices de las Naciones Unidas Para la Protección del Consumidor**. Cuarta Conferencia de las Naciones Unidas para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas, 1999.



**Ley reguladora de estacionamientos públicos.** Ley 7717. República de Costa Rica, 1997.

**Ley 40/2002, de 14 de noviembre, reguladora del contrato de aparcamiento vehicular.** España, 2002.

**Providencia administrativa mediante la cual se regula la prestación del servicio de estacionamientos y garajes públicos No. 056/2014,** República Bolivariana de Venezuela, 2014.