

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



GUATEMALA, OCTUBRE DE 2006

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

**ANÁLISIS JURÍDICO Y DOCTRINARIO DE LOS DERECHOS DEL
CONSUMIDOR EN GUATEMALA**



LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Guatemala, octubre de 2006

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

DECANO:	Lic. Bonerge Amilcar Mejía Orellana
VOCAL I:	Lic. Cesar Landelino Franco López
VOCAL II:	Lic. Gustavo Bonilla
VOCAL III:	Lic. Erick Rolando Huitz Enríquez
VOCAL IV:	Br. José Domingo Rodríguez Marroquín
VOCAL V:	Br. Edgar Alfredo Valdez López
SECRETARIO:	Lic. Avidán Ortiz Orellana

RAZÓN: "Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis". (Artículo 43 del Normativo para la elaboración de tesis de licenciatura en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala).

Lic. Eddy Giovanni Orellana Donis
7ave. 3-74 Zona 9 Edificio 74 5to. nivel oficina 502
Tels. 23340088 – 23319042- 23324494



Guatemala 8 de agosto de 2006

Lic. Marco Tulio Castillo Lutín
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.



Respetable Licenciado:

Atentamente y respetuosamente me dirijo a usted, en cumplimiento a la resolución en la cual se me nombró ASESOR de tesis de la Bachiller: ANA CLAUDINE ESTRADA DE ILLESCAS, intitulado: "CREACIÓN DE LA PROCURADURÍA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR FISCALIZADORA DEL REFORZAMIENTO DE LAS POTESTADES DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR Y SANCIONATORIA DE LA DEFICIENTE PRESTACIÓN DE SERVICIOS"; con el objeto de rendirle informe del trabajo realizado y para el efecto expongo:

- 1.- Con el propósito de darle respuesta al problema definido y verificar el enunciado hipotético, se orientó a la Bachiller ESTRADA DE ILLESCAS, en el proceso metodológico y técnico del trabajo de investigación realizado, modificándose el título de la tesis, el cual quedó de la siguiente manera: "ANÁLISIS JURÍDICO Y DOCTRINARIO DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN GUATEMALA".
- 2.- Se elaboró el fundamento teórico, doctrinario y jurídico, de la problemática objeto de estudio de la presente tesis, la cual se encuentra descrita y analizada en base a la realidad del consumidor en Guatemala.
- 3.- Considerando el análisis, la metodología y técnicas empleadas en el presente trabajo, se concluye en que es un aporte bastante valioso para la sociedad guatemalteca, por lo que se emite DICTAMEN FAVORABLE al trabajo de tesis realizado y se devuelve el expediente para que continúe la tramitación correspondiente.

Atenta y respetuosamente,

Lic. EDDY GIOVANNI ORELLANA DONIS
ASESOR DE TESIS
Col. No. 4940






UNIDAD DE ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, once de agosto de dos mil seis.

Atentamente, pase al (a) **LICENCIADO (A) LUIS DOMINGO BERREONDO ROSALES**, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (a) estudiante **ANA CLAUDINE ESTRADA DE ILLESCAS**, Intitulado: **"ANÁLISIS JURÍDICO Y DOCTRINARIO DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN GUATEMALA"**.

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.


LIC. MARCO TULIO CASTILLO LUTÍN
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS



cc. Unidad de Tesis
MTCL/slh

Lic. Luis Domingo Berreondo Rosales
Abogado y Notario
6 ave. "A" 18-93 zona 1 Oficina 2. Tel. 52158571



Guatemala 8 de septiembre de 2006

Licenciado Marco Tulio Castillo Lutín
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho



Respetable Señor Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis:

Tengo el honor de dirigirme a usted, en relación a la resolución emanada a su cargo, mediante la cual se me designó REVISOR DE TESIS de la Bachiller: ANA CLAUDINE ESTRADA DE ILLESCAS, para la elaboración de su trabajo de tesis intitulado: "ANÁLISIS JURÍDICO Y DOCTRINARIO DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN GUATEMALA".

Después de realizado el desarrollo de la tesis, es importante realizar las siguientes observaciones:

- I- El presente trabajo de tesis se llevo a cabo bajo mi inmediata dirección y sugerencias, así como el cumplimiento de los presupuestos tanto de forma como de fondo, exigidos por el normativo reglamentario respectivo para trabajos de esta naturaleza.
- II.- Para la elaboración del mismo; la autora tomó en consideración las instrucciones y recomendaciones hechas en cuanto a la presentación y desarrollo del mismo, tomando en cuenta y en forma paralela la legislación guatemalteca.
- III.- El tema que fue seleccionado por la autora denota importancia y por ende constituye un gran aporte académico no sólo para nuestra casa de estudios, sino también para nuestra sociedad guatemalteca; al darnos a conocer la importancia de los derechos del consumidor guatemalteco.
- IV.- Por lo anteriormente anotado, estimo que el trabajo de tesis de la bachiller Ana Claudine Estrada de Illescas, reúne los presupuestos exigidos por el reglamento para Exámenes Técnico Profesional y Público de Tesis, motivo por el cual me permito DICTAMINAR FAVORABLEMENTE; para que pueda continuar con la tramitación correspondiente.

Deferentemente.

Lic. Luis Domingo Berreondo Rosales
Revisor de Tesis
Col. 4196

LIC. LUIS DOMINGO BERREONDO ROSALES
ABOGADO Y NOTARIO

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
JURIDICAS Y SOCIALES
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, C.A.



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y
SOCIALES. Guatemala, trece de octubre del año dos mil seis-

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante ANA CLAUDINE ESTRADA DE ILLESCAS Titulado ANÁLISIS JURÍDICO Y DOCTRINARIO DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN GUATEMALA, Artículo 31 Y 34 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público de Tesis.-

MTCL/sllh



DEDICATORIA:

A NUESTRO PADRE CELESTIAL:

Luz divina, fuente de sabiduría a Él sea la gloria y la honra por los siglos de los siglos, por darme la vida y las oportunidades.

A MIS PADRES:

Por sus sabias enseñanzas de amar y servir al prójimo. Que Dios les bendiga siempre.

A MI ESPOSO E HIJOS: Con todo mi amor por su apoyo incondicional y su comprensión.

A MIS HERMANOS Y SOBRINOS:

Con amor fraternal.

A MIS TIOS, TIAS Y PRIMOS:

Con mucho cariño en especial a: Lic Donaldo y Marielsy, Lic. Humberto (Q.E.P.D) é Irma de García, Lic. Carlos y Clara Luz, gracias a ellos, por ser un ejemplo para mi.

A MI ASESOR Y REVISOR:

Por el entusiasmo, dedicación y apoyo en la realización del presente trabajo.

A MIS AMIGOS EN GENERAL:

Con cariño sincero por su amistad y compañerismo.

AL ORGANISMO JUDICIAL:

Por darme la oportunidad de superación.

**A LA GLORIOSA Y TRINCENTENARIA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA:** En especial a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales,
forjadora de mis conocimientos.

ÍNDICE

Pág.

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

CAPÍTULO I

1. El consumo.....	01
1.1. Definición.....	01
1.2. Reseña histórica del consumo.....	01
1.3. Generalidades del consumo.....	05
1.4. Consumo como construcción de la sociedad mediante la oferta.....	09
1.5. Consumo como ampliación de la libertad.....	13
1.6. Consumo en atención y beneficio de la persona individual.....	16

CAPÍTULO II

2. La sociedad de consumo.....	19
2.1. El consumo en la sociedad guatemalteca.....	19
2.2. Desigualdad existente de los medios entre los consumidores y las empresas.....	20
2.3. Amenazas y oportunidades para los consumidores.....	21
2.4. Las organizaciones de consumidores.....	21
2.5. Importancia de una debida administración.....	22
2.6. Diversas preocupaciones de los consumidores.....	22
2.7. La salud y seguridad de los consumidores.....	22
2.8. El consumidor y la economía de la familia.....	23

2.9.	El medio ambiente para el consumidor.....	24
2.10.	El consumidor y la vivienda.....	24
2.11.	El tiempo libre para el consumo.....	25
2.12.	Los consumidores y la importancia de mantenerlos informados.....	25
2.13.	Asociaciones de los consumidores.....	26
2.14.	Diversas vías para la actuación en Internet.....	27

CAPÍTULO III

3.	Los consumidores.....	31
3.1.	Importancia de los consumidores	
3.2.	Definición de consumidor.....	31
3.3.	Generalidades de los consumidores.....	34
3.4.	Definición legal.....	34
3.5.	Breve reseña histórica de las normas protectoras del consumidor en Guatemala.....	35
3.6.	El derecho al consumo.....	38
3.7.	El consumidor y la economía de mercado.....	39
3.7.1.	Distintos factores que determinan el acto de compra del consumidor guatemalteco.....	40
3.7.2.	Diversas necesidades de importancia para el consumidor guatemalteco.....	41

3.8.	El consumidor y la Constitución Política de la República de Guatemala.....	42
------	--	----

CAPÍTULO IV

4.	Los derechos del consumidor guatemalteco.....	47
4.1.	Generalidades.....	47
4.2.	Derechos del consumidor y normas protectoras.....	49
4.3.	Diversos derechos de los consumidores.....	53
4.3.1	Derecho a la satisfacción de necesidades básicas y fundamentales.....	53
4.3.2.	Derecho del consumidor a encontrarse informado.....	53
4.3.3.	Derecho del consumidor a la seguridad.....	53
4.3.4.	Derecho del consumidor a la libre elección.....	54
4.3.5.	Derecho del consumidor a la reparación.....	54
4.3.6.	Derecho del consumidor a ser escuchado.....	54
4.3.7.	Derecho del consumidor a la educación.....	54
4.3.8.	Derecho a un medio ambiente sano.....	55
4.4.	Cuadro sinóptico de los derechos del consumidor guatemalteco.....	58
4.5.	La defensa del consumidor guatemalteco.....	58
4.6.	Cuadro sinóptico de los distintos consejos en beneficio del consumidor.....	60
4.7.	Base legal de los derechos del consumidor guatemalteco.....	61

4.8.	La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	62
4.8.1.	Diversos departamentos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	66
4.8.1.1.	Departamento de servicios al consumidor.....	66
4.8.1.2.	Departamento de promoción y asesoría al Consumidor.....	67
4.8.1.3.	Departamento de verificación y vigilancia.....	67
4.8.1.4.	Cuadro sinóptico de los diversos departamentos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	68
4.9.	Historia de los diversos entes encargados de la debida protección del consumidor guatemalteco.....	69
4.10.	Organizaciones de consumidores y usuarios.....	70
4.11.	La debida información y publicidad para los consumidores.....	75
4.12.	La prestación de servicios.....	78
4.13.	La debida seguridad de los productos y servicios del consumidor.....	79
4.14.	La Defensoría del Medio Ambiente y del Consumidor.....	82
4.15.	Análisis jurídicos y doctrinarios del consumidor guatemalteco.....	83
	CONCLUSIONES.....	87
	RECOMENDACIONES.....	89
	BIBLIOGRAFÍA.....	91

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la Ley de Protección, al consumidor y usuario, decreto número 06-2003 del congreso de la República de Guatemala debe encargarse de brindar apoyo y protección a los derechos del consumidor guatemalteco.

En teoría, nuestra sociedad guatemalteca cuenta con una normativa encargada de velar por el efectivo cumplimiento de los derechos de los consumidores, pero realmente en la práctica el camino para el verdadero respeto y cumplimiento de los derechos de los mismos, es bastante difícil para que ellos pueden hacer valerlos, cuando por ejemplo un proveedor les vende un producto que se encuentra defectuoso o en mal estado, o bien al consumidor le es prestado un mal servicio.

A pesar de que el Decreto 06-2003. Ley de Protección al Consumidor y Usuario, del Congreso de la República de Guatemala, establece y determina derechos en beneficio de los consumidores, así como también obligaciones de los proveedores para con ellos, las sanciones por incumplimiento de dichos proveedores, no se aplican en nuestra sociedad guatemalteca.

El objetivo de la ley anteriormente anotada, es la resolución de los problemas de los consumidores mediante la vía conciliatoria o por el arbitraje, y dicho proceso puede ser resuelto en cuestión de días o bien alargarse varios meses como generalmente ocurre en nuestro país.

Debido a la deficiente prestación de servicios existente en nuestra sociedad guatemalteca a favor del consumidor, es necesaria brindarle protección a los derechos de los mismos mediante la Procuraduría de Defensa del Consumidor y la Defensoría Específica de los decretos del Medio Ambiente y del Consumidor, creada por la Procuraduría de los Derechos Humanos (PDH), para dar soluciones a los problemas que los mismos tengan, fiscalizando a su vez las actividades que realiza la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO); para un debido cumplimiento de la reparación, indemnización, devolución de dinero o cambio del bien o producto en beneficio del consumidor en Guatemala.

La hipótesis de la presente tesis fue comprobada, así como los objetivos se alcanzaron; al determinar la importancia de proporcionar apoyo y protección a los derechos del consumidor guatemalteco. También, se utilizaron los métodos sintéticos, analíticos, inductivo y deductivo, así como las técnicas de fichas bibliográficas, entrevista y encuesta.

El trabajo de tesis se dividió en cuatro distintos capítulos, de los cuales el primer capítulo se refiere al consumo, el segundo capítulo nos habla de la sociedad de consumo, el tercer capítulo trata acerca del consumidor guatemalteco, y el cuarto y último capítulo nos da a conocer, lo relacionado con los derechos del consumidor en Guatemala.

CAPÍTULO I

1. El Consumo

Nuestra sociedad guatemalteca actual, deriva de la revolución tecnológica e industrial. Se encamina dirigida a interrelaciones entre el consumo y el trabajo; las cuales suponen la existencia de cambios determinantes para la historia moderna.

1.1. Definición

Por consumo se entiende: “Gasto que se hace de determinados géneros; los cuales se introducen en una población para venderlos o consumirlos en la misma”.¹

1.2. Reseña histórica del consumo

Con el inicio de la segunda revolución industrial, se dieron cambios en las relaciones socioeconómicas; ya que por un lado ocurre un aumento progresivo de la productividad anterior y posterior a la primera Guerra Mundial y por el otro lado es introducida la racionalización dentro del sistema de la organización social, el cual determinó los procesos de racionalización de las empresas, los

¹ **Diccionario enciclopédico ilustrado de la lengua española**, pág. 898.

que permitieron que existiera una producción en cadena encargada de brindar la atención necesaria para atender todas las exigencias relativas al crecimiento económico, al lado de la producción de bienes de consumo, para que la clase trabajadora pueda subsistir.

Pero, en el año 1929 comenzó la crisis de sobreproducción en la cual los estrategas del sistema industrial se encargaron de extraer la conclusión primordial del que el único medio de alcanzar un equilibrio en el desarrollo de la rentabilidad capitalista era haciendo cambios en la estructura de la sociedad, de manera jerárquica, encaminándola hacia una dirección para que se incorpore a la fuerza de trabajo como una fuente de consumo principal. Debido a ello, la forma de superar dicha crisis es la conformación de un proceso de desarrollo regulando, mediante medidas para el mejoramiento de las condiciones sociolaborales, con la finalidad de incentivar todas aquellas prácticas de consumo de los trabajadores, formándose con ello diversas condiciones que permitan la oportunidad de consumo de masas que implementen la posibilidad de absorción de niveles y potenciales no deseados de producción.

El desarrollo productivo y tecnológico, ocurrido después de la Segunda Guerra Mundial continuó imparable y al lado de una industria de publicidad bastante poderosa; lo cual también condujo a la existencia del consumo en las sociedades industriales.

De esa manera, durante el año 1950, el nivel de vida de la población trabajadora mejoró de manera progresiva, debido al crecimiento de las inversiones con la finalidad de una adecuada seguridad social, enseñanza y salud. Dicha mejoras y beneficios en las condiciones de la vida de los trabajadores fueron traducidas en un despliegue del sistema de producción posterior a la guerra.

El desarrollo de la publicidad permitió la posibilidad de agudizar aún más la demanda, surgiendo con ella la figura del consumidor no satisfecho. Con ello las nuevas modalidades del consumo, difundidas mediante expertos de los medios nuevos de comunicación de masas, le otorgan a la oferta de productos, no únicamente la satisfacción de necesidades de orden primario, sino que también se encargan de la asociación de determinados objetos de consumo marcados por su poder social, estatus y prestigio.

Debido a todo ello, la esfera del consumo se ha transformado en una dimensión sociocultural bastante relevante, ocupando con ello un lugar primordial, en el desarrollo de las diversas teorías científico sociales.

Para la teoría económica, la demanda es de importancia, debido a que su objeto de estudio común son todos aquellos factores que modifican o extinguen la forma de actuar del consumidor, entendiéndose este como aquel con preferencias racionales.

“Algunas corrientes de pensamiento posmoderno han llamado la atención acerca de la diseminación del sentido, la dispersión de los signos y la dificultad de establecer códigos estables y compartidos. Los escenarios del consumo son invocados por los autores posmodernos como lugares donde se manifiestan con mayor evidencia la crisis de la racionalidad moderna y sus efectos sobre algunos principios que habían regido el desarrollo cultural”.²

El consumo no es algo pasivo, atomizado y privado, sino que es eminentemente social, activo y correlativo, en subordinación a un control político determinado de la elites. Los diversos gastos de los sectores hegemónicos cuentan con una función de embudo, en la cual se elige la oferta eterna y se proporcionan distintos modelos político – culturales para administración de lo propio y lo ajeno.

Entre la heterogeneidad anteriormente anotada, existen códigos que se encargan de la unificación de los individuos, o que por los menos permiten su entendimiento.

Generalmente, las naciones se definen raras veces por su historia política y sobreviven como una comunidad interpretativa de consumidores, cuyas costumbres por tradición llevan a los mismos a relacionarse de manera peculiar con la información y objetos circulantes dentro de las redes de orden

² Comin, Paulo. **Consumo sostenible**, pág. 26

internacional. También al mismo tiempo, se encuentran las comunidades internacionales de los consumidores de Internet, el cual es: “Una red internacional o de computadoras interconectadas, que permiten comunicarse entre sí, a decenas de millones de personas, así como acceder a una inmensa cantidad de información de todo el mundo”.³

Dichas nuevas relaciones de comercio electrónico implican una concepción del mercado no sencillamente como intercambio de mercancías sino como parte de interacciones de orden sociocultural. El consumo no es observado como posesión individual de objetos separados, sino como la aprobación de orden colectivo, en diversas relaciones con carácter solidario y que se distinguen claramente de otros distintos bienes que producen satisfacciones simbólicas y biológicas, útiles para recibir y enviar mensajes.

1.3. Generalidades del consumo

El consumo es el conjunto de los procesos socioculturales en los cuales se lleva a cabo la apropiación y la utilización de productos. Dicha caracterización es de utilidad para la observación de aquellos actos mediante los que el consumo va más allá de antojos, gustos y compras sin sentido.

³ Lorenzetti, Ricardo. Comercio electrónico, pág. 11.

Por lo anteriormente expuesto, puedo determinar que la racionalización de orden macrosocial que deciden los agentes de orden económico no es la única que le da forma al consumo. La relación entre productores y consumidores, da a conocer que el consumo también manifiesta una racionalidad sociopolítica.

Cuando se observa la proliferación de redes comunicacionales, de marcas y objetos de accesos al consumo, desde el punto de vista de los movimientos de los consumidores y de sus demandas, también se advierte que en dichos procesos intervienen las reglas distintivas educacionales y de la moda.

Entonces, puedo establecer que ser consumidor, es participar en un marco de competencia por todo aquello que la sociedad se encarga de producir y por su forma de utilizarlo. De ello deriva la importancia que las demandas por el salario indirecto y por el aumento del consumo, adquieren en los conflictos sociales y sindicales, así como también las reflexiones críticas que desarrollan las agrupaciones de consumidores. Tanto los productores, como los emisores deben no solamente convencer a los destinatarios, sino que también justificarse de forma racional.

Por todo ello, el darle una explicación al proceso mediante el cual, sean modificados los hábitos de consumo, quiere decir adentrarse en el campo de cambios culturales y del consumo simbólico, debido a que en nuestra sociedad actual, al ser rechazado o adquirido un objeto de consumo determinado, se da la intervención de la valoración del mismo, y consecuentemente, de todos aquellos

elementos de orden cultural que permiten la formación del valor anteriormente anotado.

La caracterización abstracta de los intercambios mercantiles, la cual es mayoritaria debido a la distancia tecnológica y espacial existente entre los productores y consumidores conlleva a la creencia de la autonomía de las mercancías así como también al carácter inexorable ajeno a los objetos de todas aquellas normas objetivas encargadas de la regulación de los vínculos entre oferta y demanda.

Las personas intercambian diversos objetos con la finalidad de la satisfacción de las necesidades que culturalmente se han fijado para su debida integración con otras personas y distinción de los mismos; para llevar a cabo deseos y pensar acerca de la situación en la cual viven.

En dicha multiplicidad de interacción y de acciones en el mundo, los objetos en determinada fase únicamente son candidatos a mercancías y en otra fase pasan por un espacio eminentemente mercantil.

El consumo es aquel conjunto de procesos de orden sociocultural en el cual es llevada a cabo la aprobación y la utilización de los productos.

También, el consumo no es únicamente reproducción de fuerzas, sino que también producción de sentidos; ya que es una constante lucha que no se agota

con poseer objetos, ya que pasa de manera determinante por los usos que les dan forma en la sociedad en los cuales se inscriben dispositivos y demandas provenientes de distintas competencias de orden cultural.

Dicha reivindicación de las prácticas diarias como espacios que permiten un mínimo de libertad, no quiere decir que exista una sobreestimación de la libertad con la cual cuenta el consumidor, ya que por el contrario, dichas prácticas se localizan en un sistema de hegemonías.

Los medios de comunicación existentes, no son únicamente un fenómeno eminentemente comercial, ni tampoco de manipulaciones ideológicas; los mismos cuentan con carácter cultural mediante el cual las personas viven el sentido de su vida.

Todos los bienes culturales, o sea, aquellos que se encuentren ofertados por industrias culturales o por agentes que actúan dentro del campo cultural, tienen su distinción debido a ser bienes en los cuales el valor simbólico es predominante por sobre su valor de cambio o de uso.

“Los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantilistas. Los aspectos culturales, simbólicos, estéticos predominan sobre

los utilitarios y mercantiles”.⁴

Puedo determinar entonces que, el consumo cultural es aquel conjunto de procesos de la utilización de productos y de apropiación, en los cuales el valor simbólico es predominante por encima de los valores de cambio y de uso, o donde por lo menos los valores de cambio se configuran en subordinación a la dimensión simbólica.

Los actos relacionados con el consumo, son observados como un proceso de significación, y son generados mediante las relaciones existentes entre los diversos actores de la sociedad, los bienes de consumo, los espacios de relaciones entre ambos y las terceras personas. Por ello el hablar, la forma de observar, la manera de vestir, de vivir y de socializar, así como también el comprar y actuar son medios socioculturales.

1.4. Consumo como construcción de la sociedad mediante la oferta

Los teóricos que defienden la postura del consumo como construcción de la sociedad mediante la oferta, tienden a darle al consumo la caracterización de un recurso de manipulación social, situando la atención de su estudio en la oferta, a la que acusan de ser la responsable de la construcción sin interés de las pautas de consumo de la demanda.

⁴ Ayau Cordón, Manuel. **El proceso económico**, pág. 20.

Los mismos, acostumbran utilizar una metodología histórica y dialéctica para la conceptualización de los asuntos relacionados al consumo y a la producción, los cuales pasan a considerarse como posiciones contrarias.

La crítica del mismo, se considera desde dos distintos puntos de vista, ya que por un lado la sociedad de consumo es criticada por la capacidad de manipular ideológica y convincente del consumidor y por el otro lado, se considera que la denominación también es generadora de un proceso grave de desorden y de distorsión cultural.

A continuación se da a conocer la opinión de diversos autores en lo relacionado al consumo:

- El consumo para Carlos Marx: En el mismo se puede determinar que la Producción da lugar al consumo, pero no es únicamente el objeto lo que la producción facilita al consumo y le da un toque final y un carácter determinado. Ya que, de igual manera que el consumo le proporciona al producto su acabado como producto mismo, entonces la producción le brinda su acabado al mismo.

“La producción no produce, pues, únicamente el objeto del consumo sino también el modo de consumo, o sea que se produce objetiva y subjetivamente. La producción crea, pues los consumidores”.⁵

⁵ **Marx, Carlos.** Economía política, pág. 248

Por lo anteriormente expuesto, puedo determinar que existe un grupo de perversión en la misma sociedad de consumo. Por ello, la teoría crítica del consumo, cuenta con una serie de problemas para dirigirse hacia las experiencias y prácticas de consumo de la actualidad, al considerar las industrias de la cultura como productoras de una cultura de masas homogénea.

- Para El autor Jean Baudrillard, El consumo se acentúa en la desconstrucción de la cultura tardocapitalista, a la cual le da una explicación en la sociedad de consumo y en su tónica conducta utilitarista, la cual determina de manera simultánea, mediante los intereses de la tendencia hedónica y de la oferta productiva.

En dicha teoría, el consumo, se transforma en el legitimador nuevo de la lógica de la actualidad relativa a la dominación de clase. La lógica cultural de clase en la sociedades burguesas se ha originado siempre bajo el imperio de la democracia; aquí la religión fue universal, también los ideales humanistas de igualdad y libertad contaron con características de universalidad.

Dicho autor, afirma que el sistema social capitalista, se ha encargado de girar su centro de gravedad en el siglo XX, desde el campo productivo al de consumo. El cambio en mención ha determinado dos distintas etapas, siendo las mismas las que a continuación se indican:

- Primera etapa: Es la del capitalismo de producción; o sea de la eliminación del valor originario de la utilización de los bienes mediante la dominación del valor cambio.
- Segunda etapa: Es la del capitalismo; derivada de la hegemonía del verdadero valor sobre el valor de cambio, debido a la unión del objeto de consumo con los signos del estatus, tanto por su ubicación y diseño en los diversos segmentos del mercado, como por el valor añadido derivado a la publicidad.

Debido a ello, el consumo para Baudrillard es un punto de orden indispensable, ya que para el capitalismo de consumo, en miras de la maximización de su rentabilidad, es importante la potencialización de los ánimos de posesión de objetos para los consumidores.

- El consumo para el autor Thorstein Vablen: se encarga de la defensa expresa de que los diversos fenómenos del consumo se encuentran en dependencia de la estructura social y no de las necesidades de orden natural y de las necesidades del consumidor mediante el mercado.

Dicho autor, considera que el consumo ostentoso es una señal prestigiosa de la clase ociosa, al lado de las prácticas anacrónicas, que se derivan de la época arcaica, de las fiestas y de los regalos.

Para el autor en mención, el sistema social es asimétrico, debido a que se basa no únicamente en una relación desigual entre clases ociosas y laboriosas, sino que también se basa en la inconformidad generalizada.

1.5. Consumo como ampliación de la libertad

Es aquella que contiene al consumo como una expansión de la personalidad de las personas y como una profundización en la libertad, y las investigaciones de las mismas se encuentran encaminadas a definir asuntos relacionados a la satisfacción estética y emocional, que se deriva de las experiencias de consumo.

En dicha perspectiva, se centra el consumo como dispositivo hedonista, se preocupa por el estudio de los diversos goces derivados del consumo, así como también expectativas nuevas de diferencias e identidades.

También, tiende a la interpretación del consumo como expresión y como goce de la agencia grupal e individual, entendida la misma como movilidad social horizontal.

El autor George Bataille, se ha encargado de desarrollar la tesis de que al analizar la economía general, la producción económica no se debe encontrar en asociación con la escasez. Para dicho autor, la producción tiene como objetivo

la dilapidación, y el problema fundamental consiste en que hacer con el exceso de energía consistente en productos y bienes.

De esa manera, para el autor anteriormente mencionado, la historia de la vida del ser humano, tiene un papel de eminente pánico, ya que por un lado produce y acumula y por el otro consume y dilapida. Ya que, existe un consumo productivo, que es necesario y útil para conservar reproducir la vida y para la continuación de la actividad productiva, lo cual es un medio cuya finalidad es subsistir y mantener el consumo improductivo. De dichas dos nociones, la del consumo improductivo es lo que caracteriza a la naturaleza del ser humano que desea sobrevivir.

Otros distintos autores se han preocupado de manera muy especial por el consumo al verlo como un sistema de señales, en el cual intervienen significados y prácticas socioculturales. Para dichos autores, el consumo, al igual que la mayoría de prácticas de orden social, pone en juego una variedad de interacciones sociales que no se encuentran limitadas únicamente al intercambio de bienes indispensables para la subsistencia, sino que también remiten a otras distintas interacciones sustantivas.

Dichos autores argumentan que los bienes tienen su funcionamiento de manera simbólica como un código o lenguaje y como forma de hacer inteligible la conducta social. Los dos tratan de definir al consumo, determinado que el mismo es un uso de posesiones de orden material que se encuentra lejano al

Comercio y tiene libertad dentro de la ley. El propósito del mismo es la superación de la concepción del pensar económico relativo al consumo.

Por ello, las prácticas de consumo son constitutivas de un flujo vital de orden sustantivo de la cultura, debido a que las personas con sus decisiones se encuentran no únicamente dentro de la circulación de significados culturales que se encuentran asignados a los diversos bienes, sino que también se encuentra realizando toda una actividad existencial, la cual es la que realmente se encarga de sostener el orden social.

Consecuentemente, los bienes de consumo, llevan implícitos siempre significados de las diversas funciones y relaciones y son una articulación entre la estructura social que corresponde y los diversos estratos sociales.

Para los autores anteriormente anotados, la función primordial del consumo no es la satisfacción de necesidades de orden primario, sino que su capacidad estructural para darle sentido estable a las funciones sociales y a las prácticas principales para ellos; por ello la importancia del consumo, radica en que mientras los significados de una determinada cultura son cambiantes, los rituales del consumo proporcionan un sistema de significados que otorgan estabilidad a la vida en sociedad.

1.6. Consumo en atención y beneficio de la persona individual

El consumo en atención y beneficio de la persona individual se basa en que dicha atención es dirigida y en beneficio del individuo y de sus adscripciones grupales y en la forma en que los mismos se relacionan con la estructura social en la que se encuentran.

En dicha visión, el rol del consumo, al lado de la función económica con la que cuenta, se manifiesta como un descriptor adecuado para marcar las diferencias de los distintos grupos de la sociedad y sus estilos de vida correspondiente; además de ser constitutivo de un indicador de orden básico de calidad de vida, el cual es necesario para la evaluación de la movilidad social y el bienestar de las personas en una sociedad determinada.

Entre los principales autores de la presente corriente podemos encontrar a Pierre Bourdieu y George Ritzer. Ambos sostienen un trato ambivalente relativo al consumo, al considerar al mismo como una práctica impuesta socialmente al individuo mediante la vía de la socialización, la cual se encarga de la configuración de sus hábitos y gustos.

El autor Pierre Bourdieu se encarga de dar una explicación lógica a las diferencias que se pueden establecer entre clases y grupos en lo relativo al consumo, o sea el matiz simbólico del mismo como una práctica estratificativa. Se encarga de estudiar las distintas bases sociales relativas a los gustos

intervinientes de los diversos comportamientos del consumo, que se ocupa de la implicación de juicios diferenciales que al mismo tiempo se identifica y transforma en inteligibles y clasificables los comportamientos y juicios de los individuos y grupos sociales.

Entonces, el conocimiento y la información relativa al consumo, es relevante, debido a que la estrategia de distribución social va a depender del conocimiento de nuevos bienes, de su valor social y de la forma de su utilización en un estilo de vida apropiado. Debido a ello, son muy importantes los medios de comunicación, puesto que los mismos mejoran el desarrollo y la transformación personal en la forma de construir un estilo de vida realizativo y diferencial, alejado de modos de vida convencionales.

Para Pierre Bourdieu el consumo, es aquel proceso social que se encuentra sometido a cambios. Es un cambio social impuesto, debido a la lógica de las luchas de los distintos grupos sociales en lo relativo a la producción y a las luchas referentes al consumo de símbolos de estatus, que enfrenta a los pretendientes y poseedores con un mayor número de pretensiones y con mayor número de aspiraciones de distinguirse y diferenciarse de los demás.

Por su parte, el autor George Ritzer en relación al consumo señala que debido a la utilización del consumo antes que para la comercialización,

Producción y diversión, le permite a las personas gastar sus energías sin amenazar a la sociedad.

Para el autor en mención, existen diversos factores que se encuentran implicados en el desarrollo de los nuevos medios de consumo. El hiperconsumo es una forma de consumo democrática, debido a que en el mismo tiene participación la mayoría de la población. La cantidad de dinero con la que cuenta la población varía, pero actualmente todo el mundo es consumidor en una u otra forma.

George Ritzer indica que desde la segunda mitad del siglo XX se han desarrollado una gran diversidad de distintos medios de consumo, lo cual viene a formar parte del paso de una sociedad dominada por la producción a una dominada por el consumo.

CAPÍTULO II

2. La sociedad de consumo

2.1. El consumo en la sociedad guatemalteca

Nuestra sociedad guatemalteca se encuentra marcada por el alto índice de crecimiento del consumo. Nos encontramos en una sociedad abierta, en la cual se mezclan diversas culturas, razas y religiones de diversas índoles. Es una sociedad desigual y compleja, en la cual, existe una pobreza desmedida y se encuentra presente el fenómeno de inmigración, además se puede observar claramente que las nuevas tecnologías desplazan a las ya existentes; es una sociedad globalizada, en la cual es predominante la economía, cuyas empresas, grupos de comunicación, entidades financieras y la publicidad son transnacionales, y generan que el consumo sea el principal motor del crecimiento del país.

Los consumidores han variado de manera notable, socialmente se ha segmentado según los diversos hábitos de convivencia o de edad, además se tiende hacia un consumidor multimodal, activo, exigente y con una mayor libertad de poder elegir. Además, es importante que los mismos cuenten con acciones de defensa que faciliten las intervenciones en los delitos de consumo ocurridos en nuestra sociedad guatemalteca.

2.2 Desigualdad existente de los medios entre los consumidores y las empresas

El autor Guillermo Cabanellas nos indica que empresa es: “La organización de personal, capital y trabajo, con una finalidad lucrativa, ya sea de carácter privado, en que se persigue la obtención de un lucro para los socios o los accionistas; o de carácter público, en que se propone realizar un servicio público o cumplir con otra finalidad beneficiosa para el interés general”.⁶

En una sociedad como la nuestra, se presentan una mayor diversidad de posibilidades y un mayor alejamiento de los distintos factores del consumo, lo cual puede marcar la desigualdad existente entre productor, distribuidor y consumidor.

La globalización de los mercados crea una nueva dimensión de las empresas, las empuja a una utilización intensa de tecnologías nuevas y de conocimientos de robótica, informática, química, genética y física. Frente a la concentración empresarial la competencia se encarga de la introducción de elementos transparentes, simultáneamente genera formas de predominio nuevas. Con el Internet, son abiertas nuevas formas de llevar a cabo negocios, nuevas vías de comunicación y de comercio, además de alterar radicalmente la oferta y la demanda que existe.

⁶ Diccionario jurídico, pág. 52.

2.3. Amenazas y oportunidades para los consumidores

El consumidor acude inquieto e interesado a la evolución de la tecnología y del mercado. El progreso de la sociedad del consumo lo ubica entre la perplejidad y la ilusión. Además, el mismo se beneficia de la capacidad de elegir, de la abundancia, de la distribución al comprar y del estímulo pero a la vez le preocupa su endeudamiento, los mensajes equivocados de publicidad y las consecuencias que los negocios generan. Además; aprende a poder utilizar el Internet y al aprovechamiento de las distintas oportunidades de interactividad tanto al momento de defenderse, comunicarse y de comprar en mejores condiciones.

2.4. Las organizaciones de consumidores

Las organizaciones de los consumidores deben afrontar retos bastante serios. Deben coordinarse y dimensionar de manera supranacional, para así contar con efectividad. Además, necesitan de medios de comunicación propios y potentes, de técnicos preparados y de un nivel adecuado de autofinanciación que les garantice su independencia y el debido desarrollo de medios nuevos, tanto de actuación como legales que apoyen la capacidad de los consumidores. Indudablemente, la defensa, información y formación de los consumidores, se transforma en una de las acciones cívicas principales en la sociedad del consumo.

2.5. Importancia de una debida administración

Las administraciones no pueden hacer a un lado la debida responsabilidad con la cual deben contar en lo relacionado a la protección al consumidor. Las diversas políticas relacionadas al consumo y a la salud, junto con la defensa de la transparencia de los mercados y la competencia son factores claves para la sociedad del nuevo siglo.

La misma debe asumir un papel creciente para garantizar los derechos de los consumidores, la veracidad de los mensajes, la transparencia del mercado, el equilibrio social y la debida sostenibilidad. En dicho marco, debe apoyarse la administración, reconocer y respetar a las organizaciones de los consumidores.

2.6. Diversas preocupaciones de los consumidores

La mayoría de encuestas y de estudios relativos a los consumidores nos indican que las preocupaciones principales de los mismos son relativas a la economía, salud, vivienda y ocio, así como también los derechos legales y el derecho de información.

2.7. Salud y seguridad de los consumidores

La calidad de vida y salud centran el interés primordial de los consumidores. En un sentido bastante amplio, la salud y seguridad de los

alimentos, la salud y el medio ambiente, las nuevas tecnologías; la atención sanitaria son aspectos generadores de inquietudes entre la ciudadanía guatemalteca. La defensa de la salud es el punto de encuentro de todos aquellos movimientos consumeristas y cívicos, debido a que es uno de los temas que despierta un mayor interés.

La salud es el elemento primordial de la calidad de vida que el consumidor pretende, o sea una calidad que se basa en la información, seguridad, elección y garantía de servicios y productos. Mejorar la calidad de vida y buscar el desarrollo integral de la persona son el eje central y fundamental de toda política de consumo en nuestra sociedad guatemalteca.

2.8. El consumidor y la economía de la familia

Actualmente, la economía de la familia en la sociedad guatemalteca muestra una problemática progresiva relativa al sobreendeudamiento existente, el cual es el resultado de créditos fáciles, de tarjetas de crédito, de hipotecas. Las posibilidades altas de consumo generan en determinadas ocasiones ansiedad por poder consumir todo aquello que no es tan necesario o que no alcanza la posibilidad real con la cual cuenta el consumidor. En nuestra sociedad guatemalteca, el ahorro se ha visto emplazado por el endeudamiento y ello ha generado la promoción de nuevas formas de economía familiar, basadas en el pago aplazado de todos los productos que se consumen. Un fenómeno

ascendente en nuestra sociedad guatemalteca es en la actualidad el incremento de los costos financieros y el sobreendeudamiento.

2.9. El medio ambiente para el consumidor

La búsqueda de un modelo de consumo sostenible, así como la defensa del medio ambiente son las exigencias primordiales de la mayoría de los consumidores. Son muy importantes los asuntos relacionados con los residuos, la política del agua, los envases, transgénicos, embalajes y energía nuclear. Es relevante el desarrollo de hábitos sostenibles del medio ambiente relacionados con el debido conocimiento de la población de los productos, así como el aumento de las garantías ambientales y el correcto ejercicio de los derechos de la colectividad en la defensa que debe existir del medio ambiente.

2.10. El consumidor y la vivienda

Entre las preocupaciones que tiene todo consumidor es importante hacer mención de la vivienda; la misma es constitutiva de la inversión primordial de la mayor parte de los consumidores en Guatemala. En nuestro país son bastante numerosos los reclamos relativos a los acabados y materiales de las viviendas, así como también las hipotecas que las gravan.

2.11. El tiempo libre para el consumo

En nuestra sociedad guatemalteca, el ocio se ha convertido en una de las actividades de mayor significación. El mismo, es uno de los sectores más fuertes de la economía, y los consumos que se relacionan con el tiempo libre, crecen de manera continua y permiten la existencia de reclamos numerosos, de manera muy especial en relación a viajes y a otros tipos de actividades como compras, espectáculos, deportes y cultura, los cuales conforman actividades principales en el tiempo relacionado con el ocio.

2.12. Los consumidores y la importancia de mantenerlos informados

Entre las solicitudes de mayor insistencia por parte de los consumidores, podemos encontrar la exigencia de los mismos por el derecho de información veraz y sencilla que se les debe proporcionar. El etiquetaje detallado y concreto, constituye la primera garantía de todo acto relacionado con el consumo, por lo que una normativa sumamente rigurosa en esta materia es indispensable. La utilización creciente del comercio y de los distintos intercambios por Internet hacen de la veracidad de las ofertas y de los anuncios, el factor primordial del respeto de las garantías de los consumidores.

Se le debe exigir una debida confiabilidad a las marcas en lo relacionado a los productos; así como también una adecuada responsabilidad. En dicho sentido, la influencia que tienen las revistas y anuncios de los consumidores; así

como también el Internet, son de relevancia bastante significativa para la debida transparencia con la que deben contar los mercados y la libre defensa de elección de los consumidores.

2.13. Asociaciones de los consumidores

En un mercado, donde existe una globalización bien marcada como el de la sociedad guatemalteca, y frente a la difusión del Internet, de tecnologías nuevas, de comunicación y de servicios, y de organizaciones de consumidores, requiere de una coordinación progresiva; así como también de medios y equipos con capacidad de incidencia en la sociedad y en el mercado.

La debida defensa del interés general del consumidor guatemalteco necesita para poder ser eficiente, de organizaciones que sean potentes, técnicamente independientes y preparadas tanto para la administración como para las empresas.

En el consumo, igualitariamente a los ámbitos tanto sociales como económicos, la representación de los intereses contrapuestos a los ofertantes de servicios o productos, necesitan de instrumentos sólidos, específicos y propios por parte de los consumidores.

De ello, deriva la importancia de agrupar e integrar las diversas asociaciones de consumidores en organizaciones eficientes. Se deben

compaginar las distintas perspectivas y la convergencia de los intereses de orden general, así como también la autonomía de cada distinto ámbito de actuación existente, lo cual es alcanzable y posible mediante agrupaciones de consumidores democráticos regidos mediante el interés común.

2.13. Diversas vías para la actuación en Internet

Es importante tomar en cuenta las posibilidades que el Internet ofrece, así como también las tecnologías nuevas para la defensa del consumidor, tanto en el ámbito formativo como informativo, en las actuaciones y denuncias contra los abusos en materia de consumo.

El Internet se encarga de la abertura de nuevas vías para las actuaciones directas de los consumidores, para así poder experimentar formas nuevas de actuación grupal, e, indudablemente, para una utilización eficaz y continuada por parte de las grandes organizaciones que cuentan con la capacidad del ofrecimiento de datos y de indicaciones de interés general.

El autor Ricardo Lorenzetti nos indica que: “El trato entre dos o más individuos que utilizan el medio virtual o Internet para comunicarse es infinitamente más económico, más ágil y libre que en el mundo físico, sobre todo si los separan distancias temporales espaciales.”⁷

⁷ Comercio electrónico, pág. 220.

El citado autor también indica que: “Las relaciones entre consumidores no precisan el derecho protectorio del consumidor, porque escapan al supuesto de hecho y al ámbito de aplicación. Por dicha razón la mayoría de las leyes y propuestas legislativas separan al Internet entre empresas y se dan entre consumidores, y sólo aplican las normas protectorias en el campo específico de las relaciones entre consumidores y proveedores.

Hay empresas que actúan profesionalmente y que no son pertenecientes a expertos, y en los que la distancia económica y cognoscitiva que existe en el mundo real se mantiene en el mundo virtual.

Existen tres categorías de asimetrías:

- Asimetría económica: En el mundo de la economía real hay diferencias económicas entre los bienes servicios y los consumidores, que han motivado el surgimiento de normas de protección para neutralizar esa minusvalía. En la economía de la información y en el mundo digital siguen existiendo oferentes con un importante poder de negociación, y esta claro que los datos relativos a fusiones y acuerdo estratégicos entre empresas muestran un incremento en la tendencia a la concentración. Con buen criterio se ha dicho: donde haya consumo, habrá consumidores.

- Asimetrías informativas en cuanto al objetivo: También se mantienen las diferencias en el volumen de información referido al bien o servicio.

que constituye el objeto de la prestación, y que dieron lugar a la aparición de la categoría de “proveedores profesionales” y la imposición de deberes de información, carga probatoria, etc. Ahora se ocupa no sólo de la economía digital, sino de la economía de la información, lo que instaura una nueva diferencia cualitativa. No se trata solamente de que se desconozcan aspectos relativos a las características del automóvil, del inmueble o del préstamo dinerario contratado. El producto que está constituido por información es:

- Intangible: y por ella renuente a la comprobación empírica que el consumidor está acostumbrado a efectuar como prueba de fiabilidad;
- Hermético: en el sentido de que presenta una ejenidad respecto de la posibilidad de conocerlo sobre la base del grado de conocimiento que ya se tiene respecto de otros productos;
- Cambiante y flexible: y por lo tanto, de poco sirve la experiencia anterior;
- Esta inserto en un sistema de relaciones complejo, puesto que presenta múltiples interacciones con otros sujetos u otras partes. El producto es entonces, un verdadero desafío para el consumidor.

- Asimetrías tecnológicas: En el medio virtual, además de lo dicho, surge una diferencia cognoscitiva respecto del medio empleado. En el derecho comparado existen normas jurídicas que diseñan un esquema protectorio funcionalmente relacionado con la aparición de nuevas tecnologías de marketing invasivo, lo que se acentúa en el caso de Internet, que permite hacer publicidad dentro del hogar del consumidor”.⁸

⁸ **Ibid.**

CAPÍTULO III

3. Los consumidores

3.1. Importancia de los consumidores

El autor Guillermo Cabanellas nos indica en relación al consumidor que es: “Cualquiera que consume en las distintas accesiones verbales de consumir, extinguir, acabar, destruir, y aniquilar”.⁹

El consumidor es aquella persona que cuenta con más poder que el mismo empresario, debido a que se encuentra en dependencia de la compra que realiza el consumidor, ya que sin esta el mismo negocio no podría existir.

No pueden existir empresarios sino hay consumidor que les compre, pero si pueden surgir consumidores sin la presencia de los primeros.

Es importante destacar la relevancia del consumidor. Los mismos, se encargan de invertir en si mismos para servirle de una mejor manera al empresario, ya que son las empresas las que se encargan de innovar de manera continua, además invierten dinero en maquinaria, personal y en consultoría para poder mejorar su misma producción con el único propósito de servir al consumidor.

⁹ Diccionario jurídico, Pág. 322.

Una empresa de éxito es aquella que coincide con las preferencias e intereses que tienen los consumidores. La competencia obliga a los empresarios a que sean diligentes con los clientes, ya que de otra forma su competidor sería el nuevo sirviente a favor del comprador, aunque sin dudarle dicha preferencia es con la única finalidad de obtener el dinero que tiene.

Dicho enfoque expuesto en el párrafo anterior, le otorga al consumidor privilegios por encima del empresario, y esto no por que el empresario se encuentre en un grado inferior jerárquico al del consumidor sino por que la economía en el mercado aplicada en la sociedad, permite la distinción de quién es beneficiado o no con su compra, y del que tiene asignado o no recursos, y quién siente ser o no atendido en el mercado.

En nuestra sociedad guatemalteca, el consumidor es aquel que paga aproximadamente el setenta por ciento de los impuestos que percibe el gobierno guatemalteco, mediante los tributos indirectos, por lo que fue necesario brindarle una debida y adecuada protección a los derechos del consumidor, mediante una ley específica, denominada la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.

3.2. Definición de consumidor

Consumidor es toda aquella persona u organización que se encarga de

consumir bienes o servicios proporcionados por el proveedor de servicios o productor.

Es aquella persona o conjunto de personas que satisfacen sus propias necesidades a través del uso de servicios y bienes generados dentro del proceso productivo.

El consumidor es aquella persona física o moral que realiza o disfruta como destinatario final, bienes, servicios o productos.

El consumidor final es aquel que se puede definir como aquella persona que verdaderamente se encarga de la utilización de un producto. El consumidor final se distingue del cliente, ya que puede comprar el producto pero no necesariamente deberá consumirlo.

También se puede entender por consumidor a aquel destinatario de servicios y bienes, en dicho sentido, es evidente que los consumidores son la totalidad de la población de un país. En los distintos momentos de la historia ha sido acentuada la importancia de la persona como administrador, ciudadano, y en la actualidad es relevante la posición de la persona como consumidor.

Dicho término debe ser reservado para el ciudadano en cuanto al mismo, al ser el destinatario de bienes, mientras que en el término usuario es destinatario de servicios públicos.

3.3. Generalidades de los consumidores

La sociedad guatemalteca es una sociedad de consumo asfixiada por los distintos bienes ofrecidos y por una propaganda desmedida, por lo que el tema relativo a proteger al consumidor es sumamente importante.

El movimiento de asociación de los consumidores cada día toma una mayor importancia en Guatemala, y sus acciones y participación al defender los intereses de los consumidores en la mayoría de las ocasiones es completamente decisivo.

3.4. Definición legal

Al respecto, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003, del Congreso de la República de Guatemala, en su Artículo 2 inciso "C", nos indica que consumidor es:

"Persona individual jurídica de carácter público o privado nacional o extranjera, que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por el derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute de cualquier naturaleza".

3.5. Breve reseña histórica de las normas protectoras del consumidor en Guatemala

Entre los antecedentes históricos guatemaltecos contamos con el Decreto 1-85, el cual se emitió el 14 de enero de 1985 y fue publicado en el Diario Oficial número, 46, el 15 de septiembre del mismo año, llamándose el mismo Ley de Protección al Consumidor, durante el gobierno de Facto del General Mejía Víctores y cuyo objetivo era básicamente el control del precio inmoderado que existía en los servicios fundamentales y en el precio de los productos para la sociedad guatemalteca, así como también determinar las sanciones correspondientes y establecer los delitos económicos.

El acuerdo gubernativo número 48-85 que contiene el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor fue emitido el 25 de enero de 1985 y publicado en el diario oficial número 57 el 30 de enero del mismo año, también durante el gobierno del general anteriormente mencionado.

Posteriormente, fue emitido el Decreto número 58-87 relativo a la Ley de Abastecimiento y Control de Precios de los Productos esenciales, a través del Congreso de la República de Guatemala de fecha 13 de septiembre de 1987, publicándose el mismo, en el Diario Oficial número 13 de fecha 22 de septiembre de 1987, teniendo el mismo como objetivo primordial facultar al Ministerio de Economía para establecer y fijar los precios máximos para vender los productos esenciales y básicos a la sociedad guatemalteca.

Luego se emitió el acuerdo gubernativo número 387-87 el 29 de mayo de 1987, en dicho acuerdo se aprobaron los distintos estatutos de la Asociación Liga del Consumidor. La misma fue determinada como una identidad de iniciativa privada, la cual entre sus distintas actividades se encargó de la publicación de una revista llamada Reporte al consumidor. También fue creado el foro permanente de protección al consumidor el cual entre sus objetivos primordiales, pueden mencionarse los que a continuación se indican.

- Evitar la duplicidad de los esfuerzos mediante el mejoramiento de la forma en que se aprovechan los recursos institucionales de cada una de las distintas organizaciones existentes.

- Lograr un mejor desarrollo de las actividades y de los programas que se llevan a cabo, así como constituir instancias representativas, encargadas de apoyar y gestionar diversas acciones jurídicas, políticas y legislativas encargadas de la promoción de los derechos del consumidor enfocados desde puntos de vista estratégicos y amplios.

Posteriormente en el mes de noviembre del año 1992, es desarrollado el primer seminario sub – regional, llamado: El Mejoramiento de Protección al Consumidor, dicho seminario fue realizado por la Organización Internacional de Asociaciones de Consumidores, en Antigua Guatemala, y cuyos objetivos primordiales fueron, los que a continuación se indican:

- Definición y promoción de estrategias encaminadas al desarrollo de programas para mejorar la protección brindada al consumidor.
- Establecimiento de mecanismos de enlace, coordinación y comunicación entre los diversos grupos y organizaciones. Dichos mecanismos fueron promovidos por la organización internacional de asociaciones de consumidores.

Otros de los antecedentes de la historia de Guatemala, en lo relacionado a la debida protección y apoyo con la que debe contar el consumidor guatemalteco se encuentran constituidos por el proyecto de ley que fue desarrollado por el Ministerio de Economía, el cual fue llamado Dirección General del Consumidor, y que no fue aprobado.

El acuerdo gubernativo número 425-95 de fecha 4 de septiembre de 1995, publicado el 7 de septiembre del mismo año en el Diario Oficial, creó la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).

El día mundial de los Derechos de los Consumidores se celebra el 15 de marzo de 1996, para que exista un debido respeto y apoyo en beneficio a todos los consumidores en nuestra sociedad guatemalteca.

Actualmente nos regimos por la Ley de Protección al Consumidor y Usuario Decreto número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala y por su Reglamento, Acuerdo Gubernativo 777-2003.

3.6. El derecho al consumo

Los derechos del consumidor se han consagrado en el marco de una dialéctica en relación de los del productor, en donde el Estado se debe encargar de la debida oficialización.

La ideología relativa al consumismo es totalmente ajena al derecho al consumo necesario, debido al consumo compulsivo generador del lucro. Por el otro lado, el consumo necesario se encamina a posibilitar lo que se requiere mediante la dignidad de la naturaleza de la humanidad y de acuerdo a las circunstancias de modo, tiempo y lugar.

El pensamiento alternativo debe fundar un ordenamiento nuevo basado en la naturaleza de las cosas, fenómenos y personas. La sociedad política tiene que reconocer el derecho al consumo básico y necesario del hombre dentro del marco funcional de donde el mismo se desenvuelve.

Debe existir una economía social que sea totalmente ajena al principio de lucro como motor primordial de la producción de servicios y bienes; o sea una economía social, tendiente a satisfacer el consumo necesario y a organizar los

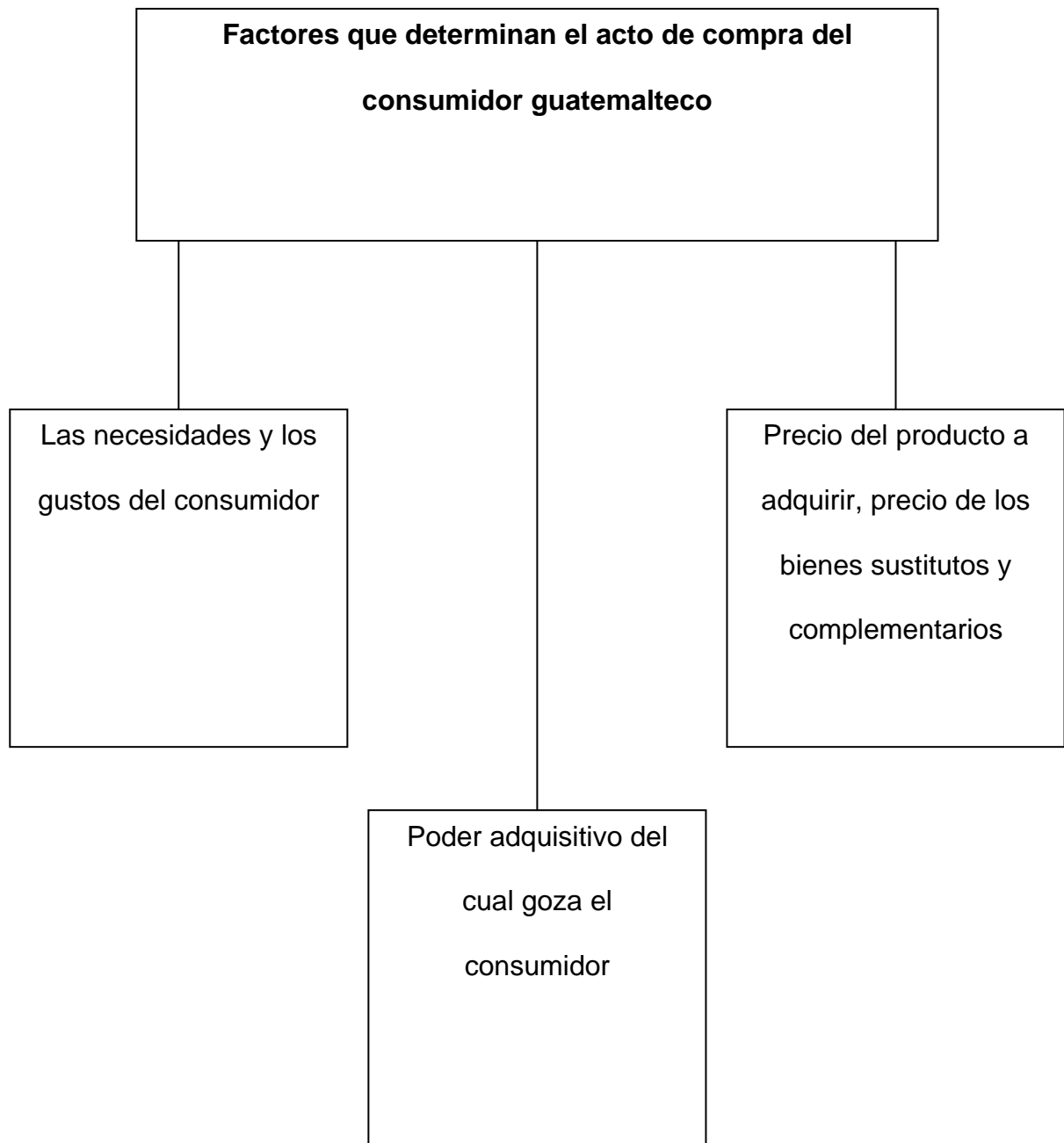
recursos materiales y humanos con la mayor eficacia y provecho, además financiada por la comunidad sin interés alguno. O sea, el derecho al consumo necesario requiere de una economía social que supere la economía de mercado basada en el lucro.

3.7. El consumidor y la economía de mercado

Al consumidor y a la economía de mercado, se le ha llamado el soberano, a pesar de que su potestad es bastante difícil de poder ejercer, y también en muchas de las ocasiones es cuestionada.

3.7.1. Distintos factores que determinan el acto de compra del consumidor guatemalteco

También debe recordarse que el acto de compra, se determina por tres distintos factores, siendo los mismos los que se dan a conocer en el siguiente cuadro sinóptico:



Del cuadro sinóptico anterior, puedo establecer que las necesidades del consumidor tienen una jerarquía que no solamente depende de sus preferencias, sino que también de las presiones sociales que ejercen en el medio y su familia.

3.7.2. Diversas necesidades de importancia para el consumidor guatemalteco

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro sinóptico, las distintas necesidades de mayor importancia para el consumidor en Guatemala:



3.8. El consumidor y la Constitución Política de la República de Guatemala

Al respecto el Artículo 43 de nuestra Constitución Política de la República de Guatemala nos indica que:

“Se reconoce la libertad de industria, de comercio y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes”.

El Artículo 96 de la Constitución Política de la República de Guatemala nos indica que:

“El Estado controlará la calidad de los productos alimenticios, farmacéuticos, químicos y de todos aquellos que puedan afectar la salud y bienestar de los habitantes. Velará por el establecimiento y programación de la atención primaria de la salud, y por el mejoramiento de las condiciones de saneamiento ambiental básico de las comunidades menos protegidas”.

El Artículo 118 de la Constitución Política de la República de Guatemala nos indica que:

“El régimen económico y social de la República de Guatemala se funda en principios de justicia social.

Es obligación del Estado orientar la economía nacional para lograr la utilización de los recursos naturales y el potencial humano, para incrementar la riqueza y tratar de lograr el pleno empleo y la equitativa distribución del ingreso nacional.

Cuando fuere necesario, el Estado actuará complementando la iniciativa y la actividad privada, para el logro de los fines expresados”.

El Artículo 119 de la Constitución Política de la República de Guatemala nos indica que:

“Son obligaciones fundamentales del Estado:

- Promover el desarrollo económico de la Nación, estimulando la iniciativa en actividades agrícolas, pecuarias, industriales, turísticas y de otra naturaleza;
- Promover en forma sistemática la descentralización económica administrativa, para lograr un adecuado desarrollo regional del país;
- Adoptar las medidas que sean necesarias para la conservación, desarrollo y aprovechamiento de los recursos naturales en forma eficiente;
- Velar por la elevación del nivel de vida de todos los habitantes del país, procurando el bienestar de la familia;

- Fomentar y proteger la creación y funcionamiento de cooperativas proporcionándoles la ayuda técnica y financiera necesaria;
- Otorgar incentivos, de conformidad con la ley, a las empresas industriales que se establezcan en el interior de la República y contribuyan a la descentralización;
- Fomentar con prioridad la construcción de viviendas populares, mediante sistemas de financiamiento adecuados a efecto que el mayor número de familias guatemaltecas las disfruten en propiedad. Cuando se trate de viviendas emergentes o en cooperativa, el sistema de tenencia podrá ser diferente;
- Impedir el funcionamiento de prácticas excesivas que conduzcan a la concentración de bienes y medios de producción en detrimento de la colectividad;
- La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos;
- Impulsar activamente programas de desarrollo rural que tiendan a incrementar y diversificar la producción nacional con base en el principio de la propiedad privada y de la protección al patrimonio familiar. Debe darse al campesino y al artesano ayuda técnica y económica;

- Proteger la formación de capital, el ahorro y la inversión;
- Promover el desarrollo ordenado y eficiente del comercio interior y exterior del país, fomentando mercados para los productos nacionales;
- Mantener dentro de la política económica, una relación congruente entre el gasto público y la producción nacional; y
- Crear las condiciones adecuadas para promover la inversión de capitales nacionales y extranjeros”.

El artículo 120 de la Constitución Política de la República de Guatemala nos indica que:

“El Estado podrá en caso de fuerza mayor y por el tiempo estrictamente necesario, intervenir las empresas que prestan servicios públicos esenciales para la comunidad, cuando se obstaculizare su funcionamiento”.

El Artículo 130 de la Constitución Política de la República de Guatemala nos indica que:

Se prohíben los monopolios y privilegios. El Estado limitará el funcionamiento de las empresas que absorban o tiendan a absorber, en perjuicio

de la economía nacional, la producción en uno o más ramos industriales o de una misma actividad comercial o agropecuaria. Las leyes determinarán lo relativo a esta materia. El Estado protegerá la economía de mercado e impedirá las asociaciones que tiendan a restringir la libertad de mercado o a perjudicar a los consumidores”.

Se puede determinar que nuestra Constitución Política de la República de Guatemala, exige la protección de libertad de mercado, además que proporciona un modelo económico, que reconoce todos aquellos derechos con los cuales debe contar todo consumidor. Contamos con una Carta Magna que se encarga de proteger los derechos del consumidor, por lo que el cumplimiento de los mismos obliga a estudiar dicha protección y a crear y revisar las normas que permitan la validez de derechos.

CAPÍTULO IV

4. Los derechos del consumidor guatemalteco

4.1. Generalidades

Actualmente, el término de derechos del consumidor, se utiliza generalmente en el ámbito político, ya que los mismos suponen derechos de la masa, de la población de escasos recursos económicos, de la clase que se encuentra desposeída, de la parte débil de la economía; y dicha circunstancia parece ser aquella que ha alcanzado un rechazo total por parte del sector empresarial, llegando inclusive en determinadas ocasiones a la misma negación de su propia existencia y a ver los derechos con los que debe contar el consumidor como un arma en lo referente al campo político.

En el ámbito referente a la economía del sistema económico guatemalteco, los derechos del consumidor no han tenido aceptación, ya que no ha sido, sino hasta nuestra época que los derechos en mención han surgido como una forma de defensa al consumidor de Guatemala, con la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.

De manera independiente a los esfuerzos que se han llevado a cabo dentro del ámbito legal y que se materializan en diversas normas

constitucionales, reglamentarias y ordinarias encargadas de proteger al consumidor, se han llevado a cabo también otras distintas acciones eminentemente sociales, como son diversos seminarios, en los cuales dicho fenómeno ha sido tratado. En seminarios no se discuten asuntos únicamente jurídicos, sino que también asuntos políticos y económicos.

En países subdesarrollados como Guatemala, los derechos de los consumidores, se encuentran íntimamente ligados, a aspectos relacionados con los altos índices de pobreza existentes en el país, y ello es debido a que es a los grupos sociales mayoritarios a quienes afecta con un mayor impacto, cuando los servicios y bienes que se necesitan para la satisfacción de las necesidades fundamentales y básicas de los mismos, no son suficientes ni de calidad ni en cantidad, en lo relacionado a los productos, bienes y servicios que se le presentan a los consumidores.

Nuestra Carta Magna, contempla dentro de sus disposiciones, normas tendientes a la protección de los consumidores, pero de forma general, debido a que por su índole de contar con normas supremas, únicamente representan el marco de orden general, pero adolecen de una coercibilidad de orden práctico para la resolución detallada de todos los asuntos relativos en los cuales los consumidores tengan necesidad de ser protegidos frente a las prácticas inadecuadas de productores de bienes y de prestadores de los diversos servicios debido a la ineficacia de algunos de los mismos, en relación con otros distintos

que siendo bastante competitivos no cuentan con un acceso efectivo y real del mercado de la nación.

En el sistema económico guatemalteco, los derechos de los consumidores, se encuentran entonces en relación directa a una serie de diversos factores que se deben de analizar detallada y adecuadamente; así como también todos aquellos elementos políticos, económicos, sociales, culturales, de organización y de otras distintas especies que tengan relación con los derechos de los consumidores de nuestra sociedad guatemalteca.

4.2. Derechos del consumidor y normas protectoras

No es lo mismo hablar de los derechos del consumidor, que de las leyes que se encargan de brindar protección a los derechos del consumidor. La diferencia entre ambos es completamente notoria, ya que definitivamente no es lo mismo una oposición a las normas protectoras de los derechos del consumidor que la contradicción de los derechos propios del consumidor, ya que son dos problemas completamente distintos.

Originalmente, se debe establecer si el consumidor cuenta con derechos y en qué consisten los mismos en aquellos casos en que existan, y posteriormente determinar si los mismos son susceptibles de protección, ya que se puede justificar la existencia de los derechos del consumidor, y con ello también demostrar que existan normas protectoras de los derechos en mención.

Los derechos de los consumidores pueden contar con existencia, pero la sencilla presencia de los derechos no le brinda defensa al consumidor, ya que existe una norma encargada de hacer efectivo el cumplimiento de los derechos anteriormente mencionados. En la actualidad, en nuestra sociedad guatemalteca existen normas y derechos protectoras de los consumidores, pero las mismas tienen una muy pobre aplicación en el país.

En un sistema económico que se caracteriza por el libre comercio, la única protección que de la cual es merecedor el consumidor es aquella protección del medio ambiente, de la concurrencia libre, del juego libre de las diversas fuerzas económicas del mercado de la sociedad guatemalteca, ya que mediante el mercado y la libre competencia se puede asegurar al consumidor guatemalteco el pleno ejercicio de su derecho más soberano, o sea el de contar con acceso a los bienes y servicios.

Los derechos de los consumidores son aquellos que consisten en la debida protección de todos aquellos elementos que permitan dicha libertad, o sea ese juego libre y de poder de concurrencia al mercado de la sociedad guatemalteca, de donde deviene que el derecho primordial del consumidor guatemalteco consiste en un mercado completamente libre.

“Constituyen casos especiales de infracciones contra los derechos de los consumidores o usuarios, los siguientes hechos:

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

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

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

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

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

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

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

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

- Abuso De Derecho: A las organizaciones de consumidores o usuarios que contravengan las limitaciones contenidas en el Artículo 10 de esta Ley, se les impondrá una multa equivalente a veinticinco UMAS.

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

4.3. Diversos derechos de los consumidores

A continuación se dan a conocer los distintos derechos del consumidor guatemalteco:

4.3.1. Derecho a la satisfacción de necesidades básicas y fundamentales

El consumidor guatemalteco debe contar con el acceso a los servicios y bienes básicos fundamentales propios de todo ciudadano guatemalteco, los cuales son consistentes en contar con alimentos adecuados, vivienda, salud, salubridad y educación.

4.3.2. Derecho del consumidor a encontrarse informado

El consumidor guatemalteco cuenta con el derecho de la posibilidad de recibir todos aquellos datos necesarios para llevar a cabo una elección, pero previo a haber sido debidamente informado, contando a la vez con la debida publicidad, que le permita la posibilidad de una libre elección.

4.3.3. Derechos del consumidor a la seguridad

El consumidor guatemalteco cuenta con el derecho a encontrarse debidamente protegido contara todos aquellos productos y procesos de producción que sean de un alto riesgo para la vida o para la salud.

4.3.4. Derecho del consumidor a la libre elección

Los consumidores cuentan con el derecho de libre elección, o sea de tener la posibilidad de poder escoger entre una diversa gama de servicios y de productos que se ofrecen a distintos precios competitivos, con la seguridad de una calidad que sea satisfactoria.

4.3.5. Derecho del consumidor a la reparación

Los consumidores cuentan con el derecho a la reparación, o sea aquella posibilidad de recibir la correcta restitución por quejas existentes, por información dudosa o engañosa, o por servicios no satisfactorios o bienes que se encuentren en mal estado o defectuoso.

4.3.6. Derecho del consumidor a ser escuchado

Los consumidores cuentan con el derecho de ser escuchados, o sea que los intereses de los mismos se encuentren debidamente representados en la correcta elaboración y ejecución de políticas gubernamentales y en el adecuado desarrollo de servicios y productos.

4.3.7. Derecho del consumidor a la educación

El consumidor cuenta con el derecho a la educación, o sea a la

adquisición de todos aquellos conocimientos y habilidades que son necesarios indispensables para llevar a cabo elecciones que se encuentren debidamente fundamentadas y seguras de los servicios y de los bienes que utilizan, estando a la vez completamente conscientes de las responsabilidades y derechos fundamentales de los consumidores, así como también de hacerlos cumplir.

4.3.8. Derecho a un medio ambiente sano

El consumidor guatemalteco cuenta con el derecho a contar con un medio ambiente que sea sano y sostenible, o sea con aquella posibilidad de que el mismo pueda trabajar y vivir en un medio ambiente sano, pacífico y sostenible que no amenace el bienestar presente y futuro.

También, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 nos da a conocer los derechos de los consumidores y usuarios, indicándonos:

“Sin perjuicio de los establecidos en otras leyes, son derechos básicos de los consumidores y usuarios:

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

- La libertad de elección del bien o servicio.

- La libertad de contratación.

- La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios indicando además si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre sus precios, características, cualidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieren presentar.

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

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

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

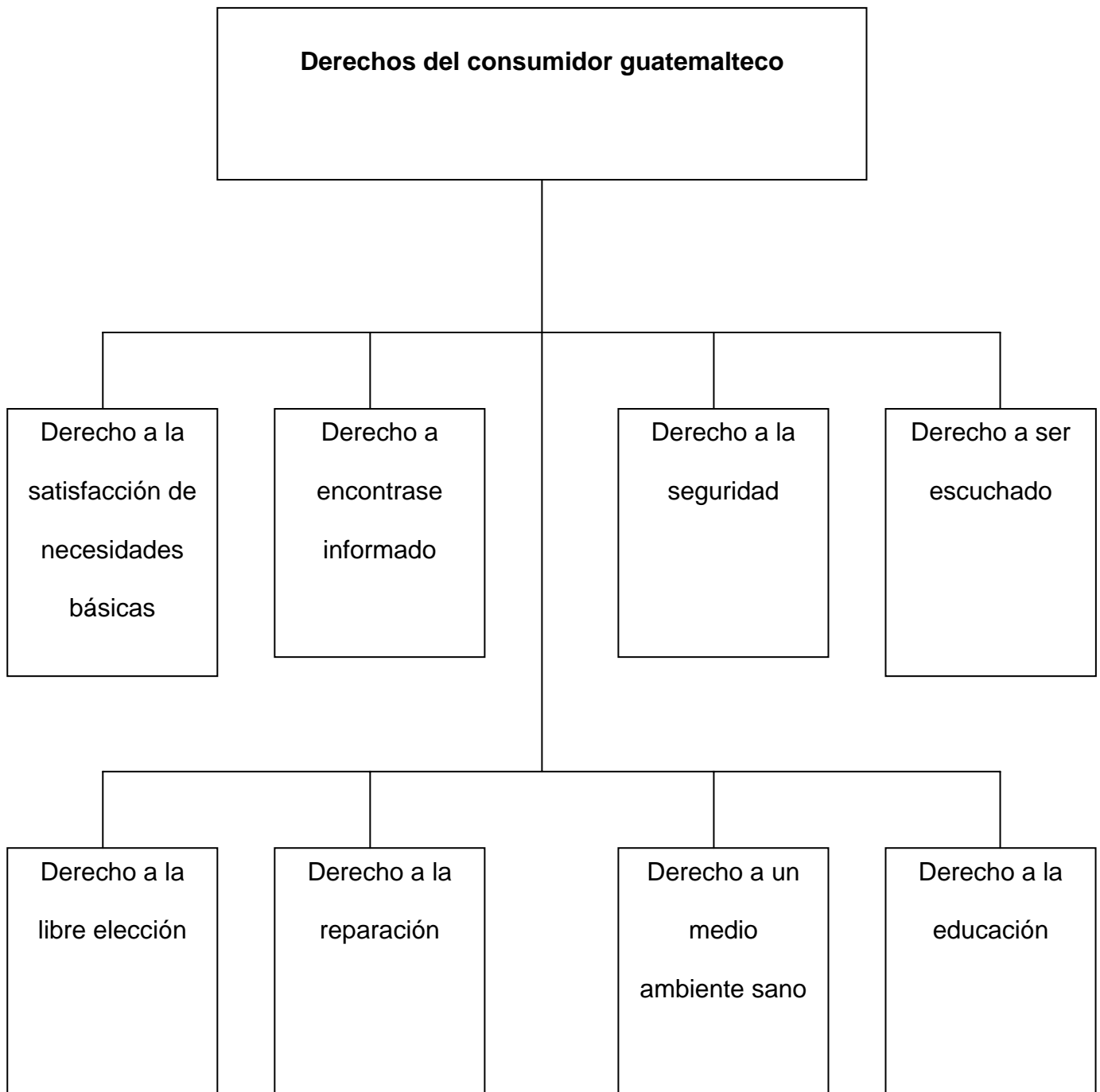
- La devolución al proveedor de aquellos bienes que éste le haya enviado sin su requerimiento previo. En este caso el consumidor o usuario no está obligado a asumir responsabilidad ni a efectuar pago alguno, salvo si se comprueba que el consumidor o usuario ha aceptado expresamente el envío o entrega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

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

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

4.4. Cuadro sinóptico de los derechos del consumidor guatemalteco

A continuación, el siguiente cuadro sinóptico muestra los distintos derechos del consumidor guatemalteco:



4.5. La defensa del consumidor guatemalteco

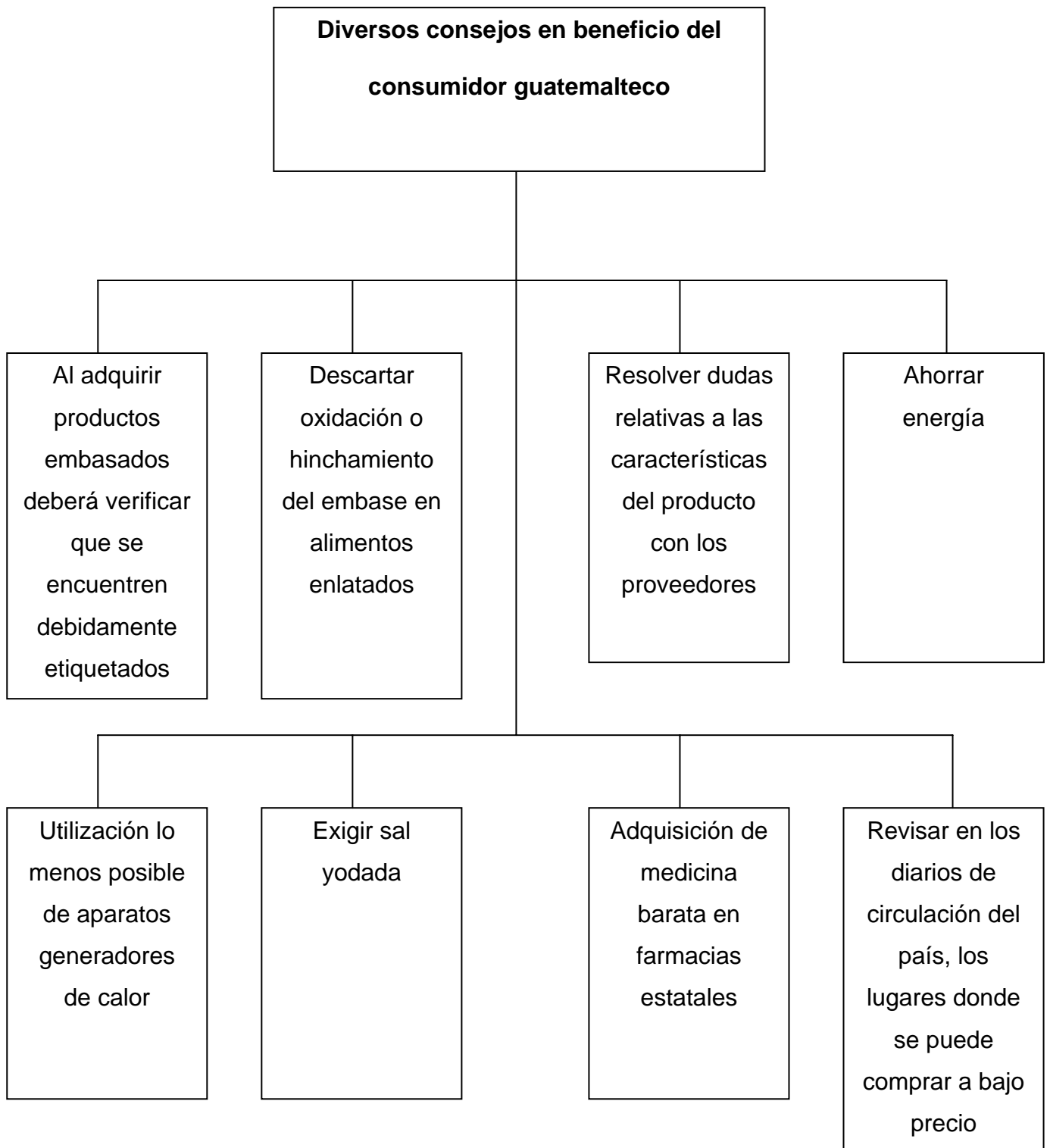
Por defensa del consumidor, se puede entender aquella lucha del poder existente entre vendedores y compradores. Es aquel movimiento social que busca el establecimiento de derechos y de prerrogativas de los compradores en relación con los vendedores.

A nivel jurídico se puede alcanzar la auténtica defensa del consumidor, debido a que dentro de una sociedad ninguna persona puede tener superioridad a las normas jurídicas, ni tampoco nadie puede alegar ignorancia de las mismas, ya que son de aplicación general.

En nuestra sociedad guatemalteca, la defensa del consumidor guatemalteco es posible debido a la existencia de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, así como por su Reglamento respectivo.

4.6. Cuadro sinóptico de los distintos consejos en beneficio del consumidor

A continuación, se presenta el siguiente cuadro sinóptico relativo a los distintos consejos de importancia en beneficio del consumidor guatemalteco:



4.7. Base legal de los derechos del consumidor guatemalteco

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), fue creada como aquella dependencia del Ministerio de Economía, según el Acuerdo Gubernativo número 425-95, de fecha 4 de septiembre del año 1995. La misma, en la actualidad cuenta con la responsabilidad de la defensa de todos aquellos derechos de los usuarios y de los consumidores.

El decreto 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Protección al Consumidor y Usuario, se publicó en el Diario de Centro América, el 11 de marzo del 2003, y el mismo entró en vigencia el 26 de marzo del mismo año. El objetivo de dicha norma es la promoción, divulgación y defensa de todos aquellos derechos de los usuarios y consumidores.

El Acuerdo Gubernativo 777-2003 del Congreso de la República de Guatemala, Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, se publicó el 10 de diciembre del año 2003, y entró en vigencia el 22 de diciembre del año 2003. El objetivo del mismo es desarrollar todas las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor, para la regulación de toda la estructura administrativa y el debido funcionamiento de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor como aquella unidad administrativa responsable y encargada de la debida aplicación de la Ley.

4.8. La Dirección de Atención al Consumidor (DIACO)

El objetivo primordial de la Dirección de Atención y Asistencia al consumidor (DIACO), es asistir los intereses y derechos de los consumidores guatemaltecos en sus relaciones comerciales con los diversos prestadores y proveedores de servicios.

La dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), se debe encargar de procurar que las relaciones existentes entre consumidores, proveedores y usuarios que se llevan a cabo, sea en apego a las Leyes en materia de protección a los consumidores.

Además, la misma debe de atender a los usuarios y a los consumidores, brindándoles la debida orientación en todo aquello relacionado al peso y calidad de los productos y demás características relacionadas con los productos y servicios que existen en el mercado guatemalteco.

La Ley de Protección al consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 nos indica:

“Esta ley tiene por objeto promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia. Las normas de esta ley son

tutelares de los consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público”.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 nos indica:

“Están sujetos a las disposiciones de esta ley todos los actos jurídicos que se realicen entre proveedores y consumidores y/o usuarios dentro del territorio nacional; se aplicará a todos los agentes económicos, se trate de personas naturales o jurídicas. Lo normado en leyes especiales, así como en los servicios públicos con legislación específica y cuya actuación sea controlada por los órganos que la misma contemple, se regirán por esas normas, aplicándose esta ley en forma supletoria. Esta ley no será aplicable a los servicios personales prestados en virtud de una relación laboral, ni a los servicios profesionales o técnicos para cuyo ejercicio se requiera tener título facultativo”.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 nos indica que:

“Para los efectos de esta ley se entenderá por:

- Anunciante: Proveedor que, mediante publicidad se propone ilustrar al público sobre la naturaleza, características, propiedades o atributos de los bienes o

servicios cuya producción, intermediación o prestación constituyen el objeto de su actividad.

- Bienes: Son las cosas que por sus características pueden ser apropiables y enajenables.

- Consumidor: 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.

- Contratos de Adhesión: Es aquel cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por el proveedor, sin que el consumidor o el usuario pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar.

- Oferta: Práctica comercial transitoria, consistente en el ofrecimiento al público de bienes o servicios a precios más bajos que los habituales en el respectivo establecimiento.

- Promoción: Práctica comercial transitoria, cualquiera que sea la forma utilizada en su difusión, consistente en el ofrecimiento al público de bienes y/o servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquellas que impliquen una oferta.

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

- Publicidad: Comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar bienes o servicios.

- Servicio: Prestación destinada a satisfacer necesidades o intereses del consumidor o usuario y que se pone a disposición por el proveedor.

- Servicios Públicos: Los servicios de energía eléctrica, telefonía celular, fija pública o domiciliar, transmisiones de televisión en sus distintas formas, telecomunicaciones en general y agua potable prestados en el domicilio o locales del consumidor o usuario, drenajes, recolección de desechos, transporte cualquiera otros servicios públicos que se prestan a usuarios o consumidores, por medio de empresas organizadas públicas o privadas para la prestación generalizada de estos servicios.

- Usuario: Persona individual o jurídica que adquiere a título oneroso o por derecho establecido legalmente, servicios prestados o suministrados por proveedores de carácter público o privado.

- Dirección: Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, Dependencia Administrativa del Ministerio de Economía, la que podrá abreviar DIACO o denominarse la Dirección, para los efectos de la presente ley”.

4.8.1. Diversos departamentos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)

4.8.1.1. Departamento de servicios al consumidor

El departamento de servicios al consumidor se encarga de recibir y diligenciar todos los reclamos presentados por parte de los consumidores o usuarios por todas aquellas situaciones que lesionen los derechos e intereses de los consumidores. Se encarga de propiciar la celebración de pactos entre proveedores y entre consumidores o usuarios, siempre tomando en cuenta los diversos principios existentes de justicia y de equidad a través de la conciliación.

4.8.1.2. Departamento de promoción y asesoría al consumidor

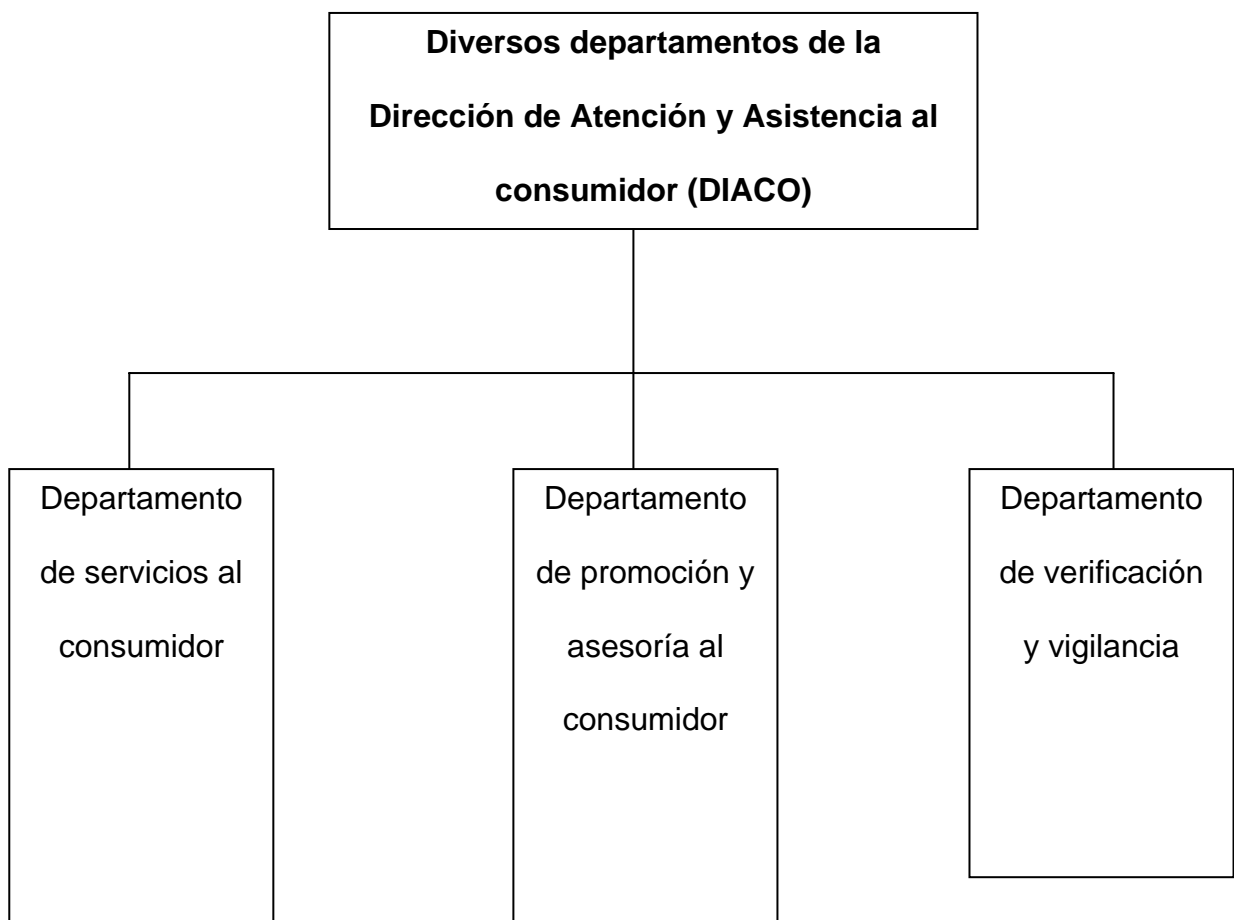
El departamento de promoción y asesoría al consumidor se encarga de coordinar la debida realización de los estudios, investigaciones, análisis y encuestas relativas a las distintas prácticas de orden comercial, en las cuales intervengan los distintos consumidores finales, así como también el comportamiento regional y todas las características primordiales de las mismas, al igual que se encarga de la promoción de la debida educación del consumidor y la adecuada organización de los consumidores.

4.8.1.3 Departamento de verificación y vigilancia

El departamento de verificación y vigilancia se encarga de verificar toda aquella información recibida, que sea relacionada con los consumidores al ser presentado un reclamo o una denuncia. También lleva a cabo investigaciones de oficio para la efectiva verificación del cumplimiento de todas aquellas disposiciones de orden legal en materia relacionada al consumo.

4.8.1.4. Cuadro sinóptico de los diversos departamentos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)

A continuación, se presenta el siguiente cuadro sinóptico que muestra los distintos departamentos con los cuales cuenta la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO):



4.9. Historia de los diversos entes encargados de la debida protección del consumidor guatemalteco

Debido al establecimiento en nuestra sociedad guatemalteca, de un gobierno de orden constitucional, además con la certeza de creer necesaria la reestructuración de las diversas instituciones del estado guatemalteco, se dispuso mediante el Decreto 93 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del Organismo Ejecutivo. Con fecha 27 de abril del año 1945, la creación del Ministerio de Economía y Trabajo.

La Oficina de Coordinación de Precios y de Abastecimientos fue creada mediante el Acuerdo Gubernativo del cinco de junio del año 1945, con el objetivo de la debida aplicación del Decreto número 90 de la Ley de Emergencia Económica, para impedir todas aquellas fluctuaciones no esperadas de los precios, velando por el efectivo mantenimiento del equilibrio y estabilidad económica de la sociedad guatemalteca, acorde a los distintos reglamentos, leyes y disposiciones de emergencia.

La Dirección General de la Economía Nacional fue creada mediante el Acuerdo Presidencial de fecha cinco de enero del año 1948. En dicho Acuerdo Presidencial, surgió una organización nueva complementaria diferente a la anterior oficina. Por ello fue suprimida para la creación de la Dirección General de la Economía Nacional, otorgándole todas las atribuciones correspondientes a la oficina suprimida.

La Dirección General de Comercio Industrial y Controles cuenta con las mismas atribuciones de la Dirección General de Comercio, Industria y Controles, otorgándose las atribuciones que aparecen en su reglamento interno.

4.10. Organizaciones de consumidores y usuarios

“Las organizaciones de consumidores y usuarios son asociaciones civiles sin finalidades lucrativas, organizadas con la exclusiva finalidad de defender en forma colectiva los derechos de los consumidores y usuarios, deberán inscribirse en el Registro Civil y en el que corresponda, que para el efecto llevará la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor”. sic

“Las asociaciones de consumidores y usuarios constituidas de conformidad con la ley en el Registro Civil y el que para el efecto lleve la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, tendrán personalidad jurídica propia y distinta de la de sus asociados individualmente considerados para realizar sus fines y serán representados por la persona u órgano que designen sus estatutos o reglamentos”.

“Las asociaciones presentarán para su inscripción en los respectivos registros, el primer testimonio de la escritura pública de su constitución en el que

consten sus estatutos o reglamentos; así como de cualquier ampliación o modificación, a los respectivos registros”.

“Las organizaciones de consumidores y usuarios tendrán por finalidad:

- Promover, proteger y defender los intereses de los consumidores y usuarios”.

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

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

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

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

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

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

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

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

“Las organizaciones de consumidores o usuarios en ningún caso podrán:

- Tener fines de lucro.

- Percibir ayudas, donaciones y subvenciones de los proveedores.
- Realizar publicidad o difundir comunicaciones que sobrepasen las finalidades establecidas en sus estatutos y en esta ley.
- Ejercer finalidades distintas a las establecidas en el artículo anterior”.

“No podrán ser integrantes de los órganos directivos de las organizaciones de consumidores y usuarios.

- Los menores de edad e incapaces.
- Las personas que sean ciudadanos guatemaltecos.
- Quien haya sido condenado en quiebra culpable o fraudulenta, mientras no se le rehabilite.
- Quien tenga antecedentes penales.

- Quien habiendo sido condenado en juicio de cuentas no haya solventado su situación.

- Quienes representen intereses de proveedores o prestadores de servicios”.

“El directivo de una organización de consumidores y usuarios, que tenga interés personal directo o indirecto en la deliberación y resolución de algún asunto en que participe o que le afecte por razones de amistad o parentesco, deberá manifestarlo a los demás directivos y abstenerse de participar. La contravención a esta norma será sancionada con la pérdida del cargo en la organización de consumidores y usuarios, sin perjuicio de las eventuales responsabilidades legales que puedan deducírsele”.

“Las asociaciones de consumidores y usuarios podrán sustanciar los reclamos de los consumidores de bienes y servicios ante la Dirección, que se deriven del incumplimiento de esta ley. En estas instancias, la función de las asociaciones de consumidores y usuarios será estrictamente denunciante extrajudicial, su función se limitará a facilitar el acercamiento entre las partes”.

4.11 La debida información y publicidad para los consumidores

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

“Los establecimientos comerciales deberán contar y poner a disposición del consumidor, la información de los precios finales de todos los bienes y servicios que ofrecen. De acuerdo al tipo de actividad, dicha información deberá colocarse de manera visible al público expresada en quetzales, moneda nacional”.

“Se prohíbe la publicidad engañosa que induzca al consumidor o usuario a error mediante ardid o engaño, para defraudarlo en su patrimonio en perjuicio propio o de tercero”.

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

“La expresión “garantizado” o “garantía” o cualquier frase, leyenda o palabra equivalente, sólo podrá ser consignada en documentos, etiquetas o propaganda, cuando se señale en que consiste, la persona obligada y las condiciones de forma, plazo y lugar en las que el consumidor o usuario podrá hacerla efectiva”.

“cuando el consumidor o usuario adquiera un bien nuevo de consumo duradero, el proveedor deberá extender un certificado de garantía de uso o funcionamiento con los requisitos señalados en el artículo anterior. Los fabricantes, importadores y vendedores deben asegurar un servicio técnico, adecuado y el suministro de partes y repuestos, sin costo adicional para el consumidor o usuario, mientras dure la garantía”.

“En las ofertas, promociones o liquidaciones de temporada de bienes y servicios, los proveedores deberán indicar en su publicidad, el plazo o en su caso

el número de unidades o el volumen de mercaderías a promocionar así como las condiciones del negocio ofrecido. Si no se indicare el plazo de duración se entenderá que la oferta, promoción y liquidación de temporada, durará hasta por lo menos un mes contado a partir de la difusión del último anuncio. Cuando se trate de promociones cuyo incentivo consista en la posibilidad de participar en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o montos, la forma del concurso o sorteo, el número de premios indicando en qué consisten y el plazo en que se podrán reclamar. El anunciante está obligado a difundir los resultados de los concursos o sorteos inmediatamente después de efectuados por medios idóneos”.

“Si el proveedor que hubiere anunciado una oferta, promoción o liquidación de temporada no cumple con lo anunciado de conformidad con lo establecido en el Artículo 24 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, el consumidor o usuario podrá optar por una de las acciones siguientes:

- Exigir en forma directa al proveedor, el cumplimiento de la obligación.

- Aceptar otro bien de igual o mayor precio, sin desembolsar diferencia alguna, o la prestación de un servicio similar.

- La rescisión del contrato. Si hubiere pagado anticipadamente el precio en forma total o parcial, éste deberá ser devuelto en forma inmediata”.

4.12 La prestación de servicios

“Quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar las estipulaciones, plazos, condiciones, modalidades, garantías, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicados o convenidos dichos servicios”.

“Si el servicio fuera de reparaciones de bienes el proveedor deberá especificar en la correspondiente orden de trabajo, el tiempo estimado para la prestación del servicio y la descripción del bien a reparar.

Antes de ser entregado un bien que haya sido reparado, el mismo deberá ser probado en presencia del usuario, previamente a ser recibido”.

“Se entenderá que la base para el cobro es la misma prestación del servicio, por lo que en ningún caso se cobrará un servicio no prestado”.

“El prestador de un servicio está obligado a indicar por escrito el plazo por el cual garantiza el servicio o la reparación efectuada. El consumidor o usuario podrá reclamar al proveedor del servicio. Los desperfectos o daños ocasionados por el servicio o la reparación defectuosa, debiendo acreditar la solicitud con la documentación respectiva, dentro del plazo estipulado en el contrato o, en su defecto, el establecido en la ley”.

“Se tendrán por abandonados a favor del proveedor de los servicios, los bienes entregados para que se reparen, cuando no sean reclamados por el consumidor o usuario en el plazo de un año, salvo acuerdo en contrario o causas de fuerza mayor que imposibiliten al consumidor o usuario presentarse a retirar el bien, en todo caso después de 30 días de no retirarse, el proveedor podrá requerir el pago de la reparación, almacenaje y custodia del mismo, previo a su retiro, pero la cantidad a cobrar por el almacenaje y custodia, no podrá exceder al ciento por ciento del valor de la reparación, salvo bienes que por su naturaleza ameriten tratamiento especial”.

4.13 La debida seguridad de los productos y servicios del consumidor

“Los productos cuyo uso resulten potencialmente peligrosos para la vida, la salud, integridad física de los consumidores o usuarios, o de los animales para la seguridad de sus bienes, el proveedor deberá incorporar en los mismos,

instructivos anexos, las advertencias e indicaciones necesarias para que puedan ser utilizados con la mayor seguridad posible. En lo que se refiere a la presentación de servicios riesgosos, el proveedor deberá adoptar las medidas necesarias para que se realicen en adecuadas condiciones de seguridad, informando previamente al consumidor o usuario y a quienes puedan verse afectados por tales riesgos para que se tomen las medidas preventivas que correspondan”.

“El proveedor, que posterior a la introducción de un bien en el mercado de consumo, tenga conocimiento de la existencia de peligros o riesgos para la salud en el uso del mismo, especialmente en el caso de medicamentos, deberá comunicarlo inmediatamente al órgano estatal que corresponda y a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor e informar al público consumidor mediante anuncios publicitarios por los medios de comunicación social adecuados al caso, sobre la existencia de tales riesgos y peligros y, de ser necesario deberá proceder a retirar dichos productos del mercado, reembolsando sin mayores formalismos su importe a quienes los hubieren adquirido. En casos especiales en donde se hubiere causado un daño grave a los consumidores o usuarios, el proveedor responsable deberá indemnizar a los mismos en forma legal que corresponda”.

“Todo productor, importador o distribuidor de productos alimenticios, bebidas, medicinas o productos que puedan incidir en la salud humana, deberá

cumplir estrictamente con las normas contenidas en el código de salud las regulaciones dictadas por las autoridades de Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, respectivamente, así como todos aquellos reglamentos técnicos de aplicación obligatoria en todo el territorio nacional. La obligación de cumplir con dichas normas se aplica también a aquellos productos que han sido exportados, rechazados e internados nuevamente al país. Estos se tratarán como importaciones, para efectos de verificar su inocuidad”.

“Deberá constar en el envase o empaque de las medicinas o alimentos, bebidas o de cualquier otro producto perecedero, las fechas de producción y de vencimiento de los mismos, así como las reglas para su uso”.

“Cuando se trate de productos farmacéuticos, tóxicos u otros nocivos para todo ser viviente, deberá incorporarse en los mismos o en instructivos anexos, advertencia en idioma Español para que su empleo se haga con la mayor seguridad posible para el consumidor o usuario”.

“En caso de constatarse que un bien de consumo adolece de un defecto que constituye un peligro o riesgo aún utilizándolo adecuadamente, el proveedor del mismo deberá retirarlo del mercado o sustituirlo por otro a su costo. En todo caso, el proveedor deberá devolver al consumidor o usuario lo pagado por el

Producto, contra la presentación de éste en su respectivo envase cuando proceda y el documento que acredite la adquisición del mismo”.

“Declarada judicialmente o determinada por la autoridad competente la peligrosidad de un bien o servicio, o su toxicidad en niveles considerados nocivos para la salud o seguridad de las personas, los daños o perjuicios que de su consumo se deriven serán responsabilidad solidaria entre productor, importador, distribuidor o del prestador del servicio en su caso”.

“Quien incumpla las obligaciones consignadas en los artículos de esta sección deberá indemnizar al afectado por los daños y perjuicios que por sus hechos u omisiones ocasione, de acuerdo a las leyes del país.

Si los hechos fueran constitutivos de delito, se presentará la denuncia correspondiente ante el Ministerio Público para los efectos respectivos”.

4.14 La Defensoría del Medio Ambiente y del Consumidor

Debido al incremento de denuncias por parte de abusos a los derechos de los consumidores guatemaltecos e insatisfechos con los diversos servicios que compran, la Procuraduría de los derechos Humanos (PDH), creó una defensoría específica, la cual además de recibir todas aquellas quejas de los mismos, se

encargará de darle seguimiento a las reportadas, en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).

Mediante la firma de un acuerdo, fue creada la Defensoría del Medio Ambiente y del Consumidor de la Procuraduría de los Derechos Humanos (PDH), la cual tiene como finalidad dar una respuesta positiva a todas las denuncias de los distintos usuarios de servicios y a los consumidores, que les han sido violados sus derechos.

Dicha defensoría es la encargada de canalizar todas aquellas quejas recibidas en la Procuraduría de los Derechos Humanos, haciendo dichas quejas extensivas a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO). Dicha defensoría es de suma ayuda y utilidad al coadyuvar en la resolución de los problemas con que cuenta el consumidor guatemalteco al ser violados sus derechos, para así poder escucharlos y poder resolver los problemas con los cuales cuentan, derivados de la mala prestación de servicios y de violaciones a sus derechos.

4.15. Análisis jurídico y doctrinario del consumidor guatemalteco

A nivel general podemos establecer que el consumidor es aquella persona que tiene un comportamiento orientado a buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de los productos, servicios, e ideas que esperan que satisfagan sus

necesidades. Es decir aquellas personas que toman decisiones para gastar sus recursos disponibles en artículos relacionados con el consumo.

El concepto consumidor con frecuencia es usado para describir dos diferentes tipos de entidades consumidoras: el consumidor individual y el consumidor organizado. El primero es el individuo que compra bienes y servicios para su propio uso o para el uso del hogar. Mientras que el consumidor organizado es entidad jurídica legalmente establecida, lo cual abarca negocios privados, dependencias estatales e instituciones, las cuales deben comprar productos, equipos y servicios con objeto de operar sus organizaciones, ya sea con o sin finalidades de lucro. Las compañías manufactureras compran la materia prima y otros componentes necesarios para fabricar y vender sus propios productos; las compañías de servicios compran el equipo necesario para prestar los servicios que venden; las dependencias del gobierno compran diversos productos que necesitan para operar y las instituciones adquieren los materiales que necesitan para mantenerse a sí mismos y a sus poblaciones.

Un punto inherente en la noción de que los individuos compran productos para sí mismos y para sus familias es la distinción que existe entre compradores y usuarios. La persona que hace la compra real no siempre es el usuario, o el único usuario, del producto en cuestión ni tampoco es el comprador necesariamente la persona que toma la decisión del producto. Una madre puede comprar juguetes para sus niños (quienes son los usuarios); puede comprar alimentos para la cena (y ser uno de los usuarios); puede comprar una bolsa de

mano (y ser el único usuario). Las diversas influencias sobre las decisiones familiares relacionadas con los productos que se exponen permite ver que los compradores no siempre son los usuarios, o los únicos usuarios de los productos que compran, ni tampoco son necesariamente las personas que toman las decisiones de selección del producto.

A partir de que la práctica comercial ha determinado que en algunos casos los consumidores podían ser manipulados para comprar mercadería artificial e innecesaria, emergió un movimiento a favor del consumidor a finales de los años setenta, que pretende corregir la falta de equilibrio que se había desarrollado entre compradores y vendedores. Los consumidores se quejaron de productos aparentes y peligrosos. Reclamaron que los productos estaban siendo vendidos por medio de malas representaciones (a través de una publicidad engañosa y de un empaquetamiento confuso) con base en términos de crédito que disfrazaban los costos verdaderos. Como respuesta a estas quejas, el Congreso promulgó varias regulaciones fundamentales diseñadas para proteger a los consumidores, quedando plasmadas en la Ley de Protección del consumidor y Usuario.

Aunque la necesidad de una legislación del consumidor está ampliamente documentada y bastante apoyada, la efectividad de la legislación resultante para salvaguardar los derechos de los consumidores ha demostrado ser un tanto dispareja, puesto que a la dependencia creada para garantizar que la ley en mención sea derecho positivo, no se le ha dotado de los recursos económicos, físicos y humanos que le permitan ser eficiente, quedándose más en un

formalismo de garantizar que existan libros de quejas en los comercios que en darle seguimiento a las denuncias que los consumidores escriben en dichos libros.

La ley y las dependencias públicas para hacerla efectiva son necesarias para proteger los derechos básicos del consumidor. Más allá de la protección, sin embargo, los consumidores necesitan información y educación para capacitarlos a tomar decisiones sabias de compra. Por lo que desde la DIACO se debiera promover mecanismos formativos que orienten al público a distinguir entre la publicidad engañosa, las ofertas que a largo plazo lo endeudan durante muchos años y hacia un mejor conocimiento del producto.

CONCLUSIONES

1. El Estado de Guatemala se encuentra obligado a defender a los consumidores y a los usuarios, en lo relativo a los derechos de los mismos y a la preservación de la calidad de los productos para su salud y seguridad, al debido respeto y protección de sus derechos.
2. El consumidor tiene derecho a la reposición del producto defectuoso que haya obtenido, o a la bonificación de su valor para la compra de otro producto que sea de igual costo; y los proveedores deben respetar al consumidor y al usuario, de acuerdo con las leyes establecidas en el país, manteniendo a su vez la sostenibilidad de los precios que promocionen o con que oferten.
3. La Defensoría de los Derechos del Medio Ambiente y del Consumidor de la Procuraduría de los Derechos Humanos (PDH), busca dar solución y respuesta a todas aquellas denuncias de usuarios de servicios y de consumidores insatisfechos, o que les hayan sido violados sus derechos.
5. Las instituciones que se encargan de atender las denuncias de los consumidores en Guatemala, no cuentan con el personal suficiente, ni con los recursos necesarios para darle seguimiento y poder resolverlas, lo cual ha contribuido a que los consumidores afectados, se sientan desprotegidos y con un alto nivel de desconfianza, al no contar con la debida protección de sus derechos.

RECOMENDACIONES

1. Reforzar los criterios relacionados con la credibilidad y legitimidad de la información proporcionada a los consumidores en lo relacionado a los diversos productos que se les ofrecen, así como también, denunciar inmediatamente cualquier manipulación o tergiversación en la comunicación o en la publicidad que pudiera afectar, los derechos del consumidor guatemalteco.
2. Promover nuevos medios de defensa para la resolución de los casos de sobreendeudamiento, introduciendo para el efecto acciones de indemnización y defensa en beneficio de los consumidores, facilitando las intervenciones en los delitos de consumo, así como reforzando juntas arbitrales y el acceso del consumidor a la justicia.
3. Cumplir con las garantías en beneficio de los derechos del consumidor, respondiendo a la vez por los vicios ocultos que se encuentren en los productos adquiridos por los mismos o por daños en la instalación de estos, y que en determinado momento pudieren llegar a lesionar los intereses o los derechos de los consumidores en Guatemala.
4. Atender todos aquellos reclamos provenientes de los consumidores o de los usuarios guatemaltecos, para así solucionar de manera rápida y efectiva, la deficiente prestación de servicios proporcionada al consumidor guatemalteco, para no permitir que le sean violados sus derechos.

5. Brindar la protección a los consumidores, mediante una Procuraduría de Defensa del Consumidor, para protegerlos de la deficiente prestación de servicios, así como reforzar las potestades de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para una actuación al margen de acciones sancionatorias que beneficien al consumidor guatemalteco.

6. Los reclamos de consumidores o usuarios deben de atenderse sin la intervención de condición alguna, cumpliendo y respetando las garantías y derechos de los mismos, respondiendo a la vez, por la existencia de vicios ocultos en los diversos productos o por los daños en la instalación de éstos; asegurando que los consumidores reciban una adecuada prestación de servicios; y que no sea violatoria a sus derechos.

BIBLIOGRAFIA

AYAU CORDÒN, Manuel. El proceso económico. México: Ed. Diana, 1994.

BECHARIES, Bernard. **La elección del consumidor: racionalidad y realidad del comportamiento del consumidor.** España: Ed. Le Choix, 1980.

BERCOVITZ, Alberto. **Evolución histórica de la protección de la tecnología en los países desarrollados y su relación con la protección en los países en desarrollo.** Buenos Aires: Ed. Desalma, 1990.

CABANELLAS DE TORRES, Guillermo. **Diccionario jurídico.** Buenos Aires: Ed. Heliasta, 2005.

COMIN, Paulo. Consumo sostenible. Madrid: Ed. Icaria, 1999.

Diccionario enciclopédico ilustrado de la lengua española. Barcelona, España: Ed. Ramón Sopena, S.A.1995.

FAURA, Isnasi. **Los consumidores organizados en cooperativas.** (s.l.i.): Ed. Icarla, 2002.

GUTIERREZ FALLA, Laureano. **El consumidor y la clientela.** Honduras: (s.e.), 1994.

LORENZETTI, Ricardo. **Comercio electrónico.** Buenos Aires, Argentina: Ed. Abeledo-Perrot, 2001.

MARX, Carlos. **Economía Política.** Barcelona, España: (s.e), 1996.

SCHIFMAN, Leon y Leslie Lazar Kanuk. **Comportamiento del consumidor.** España: Ed. Nuevo Siglo, 2000.

UDINA, Teresa. **Cooperativas de consumidores y responsabilidad social.** España: Ed. Hispacoop, 2000.

VEBLEN, Torstton. **La visión racional del consumidor.** Argentina: Ed. Nueva Vida, 1920.

Legislación:

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

Código Civil. Decreto Ley 106. Jefe del gobierno de la República de Guatemala, 1963.

Código de Comercio. Decreto número 2-70 del Congreso de la República de Guatemala

Código de Salud. Decreto número 90-97 del Congreso de la República de Guatemala.

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

Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Acuerdo Gubernativo número 777-2003 del Congreso de la República de Guatemala.

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