


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



**ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN DE LA
PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN
DICHOS SERVICIOS**

AÍDA SUSANA SANABRIA ESTRADA

GUATEMALA, ABRIL DE 2008.

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

**ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN DE LA
PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN
DICHOS SERVICIOS**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

AÍDA SUSANA SANABRIA ESTRADA

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Guatemala, abril de 2008.

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. César Landelino Franco López
VOCAL II:	Lic. Gustavo Bonilla
VOCAL III:	Lic. Erick Rolando Huitz Enríquez
VOCAL IV:	Br. Hector Mauricio Ortega Pantoja
VOCAL V:	Br. Marco Vinicio Villatoro López
SECRETARIO:	Lic. Avidán Ortiz Orellana

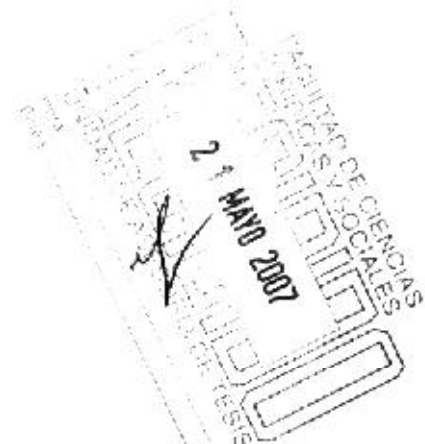
RAZÓN: “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis”. (Artículo 43 del Normativo para la elaboración de la tesis de licenciatura en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala).



M.A. CORALIA CARMINA CONTRERAS FLORES DE ARAGÓN
Boulevard Sur 1-025 Zona 4 de Mixco, Residenciales El Pedregal del Naranja
Teléfono 24374220

Guatemala, 21 de mayo del año 2007.

Señor Jefe
De la Unidad de Tesis
Licenciado Marco Tulio Castillo Lutín
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su despacho.



Estimado Licenciado Castillo Lutín:

Por este medio me dirijo a usted, con el propósito de informarle que de conformidad con el nombramiento que se me hiciera para asesorar a la bachiller AIDA SUSANA SANABRIA ESTRADA, respecto a su trabajo de tesis intitulado "ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LOS CONTRATOS DE ADHESION DE LA PRESTACION DE SERVICIOS PUBLICOS, DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN DICHS SERVICIOS", procedí a emitirle mi opinión y los arreglos que la suscrita consideró pertinentes, los cuales fueron atendidos por la Bachiller SANABRIA ESTRADA.

El trabajo desarrollado es interesante, por cuanto se refiere a la necesidad de que el Registro de los Contratos de Adhesión que se regula como parte de las funciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, sea efectivo, por cuanto, en la actualidad, tal como lo regula la ley, no ofrece mayores beneficios a los consumidores, quienes no pueden consultar si efectivamente, los contratos de adhesión en los servicios públicos y privados, tienen validez, y han sido inspeccionados o revisados por el Estado, como parte de la tutela o protección a los derechos de los consumidores o usuarios. Así también, se refirió a lo que sucede en el caso de los servicios públicos y los contratos de adhesión, por lo que considero que el referido trabajo tiene un contenido científico y técnico, y la Bachiller SANABRIA ESTRADA utilizó la metodología y técnicas de investigación adecuadas, su redacción es congruente con los hallazgos, y aceptables encuentro las conclusiones, recomendaciones y la bibliografía utilizada, por lo que considero que cumple con los requisitos que para el efecto establece el artículo 32 del instructivo vigente de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y emito el presente dictamen en forma favorable.

Atentamente,

LICENCIADA
Coralia Carmina Contreras Flores
ABOGADA Y NOTARIA
Col 5,656

M.A. CORALIA CARMINA CONTRERAS FLORES DE ARAGÓN



**UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES.** Guatemala, veintidós de mayo de dos mil siete.

Atentamente, pase al (a la) **LICENCIADO (A) LUIS FELIPE GARCÍA LEIVA**, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante **AIDA SUSANA SANABRIA ESTRADA**, Intitulado: **"ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN DICHS SERVICIOS"**

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

LICENCIADO LUIS FELIPE GARCIA LEIVA
7ª. Calle "A" 8-18 Zona 7 Colonia Quinta Samayoa
Teléfono 55487947
Ciudad de Guatemala



Guatemala, 25 de mayo del año 2007.

Señor Jefe de la Unidad de Tesis
Licenciado Marco Tulio Castillo Lutín
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su despacho.

Estimado Licenciado Castillo:

De conformidad con lo ordenado por usted, procedí a revisar el trabajo de tesis denominado ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN DE LA PRESTACION DE SERVICIOS PUBLICOS, DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN DICHSO SERVICIOS", el cual fue elaborado por la Bachiller AIDA SUSANA SANABRIA ESTRADA.

La investigación realizada por la Bachiller SANABRIA ESTRADA, se encuentra revestida de un contenido científico y técnico, utilizando la metodología y técnicas de investigación apropiadas para este tipo de investigaciones. Así también la redacción es adecuada y aceptable las conclusiones, recomendaciones y bibliografía utilizada, razón por la que considero que llena todos los requisitos establecidos en nuestra facultad para este tipo de trabajo, contenidos en el artículo 32 del Normativo para la elaboración de la tesis de licenciatura en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en virtud de lo cual estimo que el mismo debe ser aprobado y ordenarse la impresión del trabajo antes referido y que el mismo sirva de base para el Examen profesional correspondiente.

Atentamente,

Luis Felipe García Leiva
Abogado y Notario

LUIS FELIPE GARCIA LEIVA
Colegiado 4,006.



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Guatemala, diecisiete de julio del año dos mil siete

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante AIDA SUSANA SANABRIA ESTRADA, Titulado "ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN DICHS SERVICIOS" 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



ACTO QUE DEDICO

- A DIOS:** Por darme la oportunidad y fortaleza para alcanzar mi meta.
- A MI MADRE:** Casta América Estrada Cruz, por hacer de mí, quien soy con su amor, ejemplo y lucha.
- A MI HIJA:** Valentina María, por ser la inspiración y fuerza en mi vida.
- A MI ESPOSO:** Kyle Thurber.
- A MI HERMANA:** Luisa María.
- A MIS TÍAS:** Mary, Thelma y Lily; sin su apoyo no hubiera sido posible alcanzar mi meta.
- A MIS PRIMOS:** Susy, Johanna, Juan Carlos, Ninosh, Jonathan (Q.E.P.D.), Carlitos (Q.E.P.D.), Memo, Fredy y José Luis.
- A MI AMIGO:** Adrián Vinicio Ávila Herrera; jamás lo habría logrado sin su ayuda incondicional.
- A LA FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES:** Por otorgarme los conocimientos adquiridos.

ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	i

CAPÍTULO I

1- Derecho de consumo.....	1
1.1- Antecedentes.....	1
1.2- Definición.....	6
1.3- Características.....	7

CAPÍTULO II

2- Análisis de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	11
2.1- Exposición de motivos.....	11
2.2- Análisis de contenido.....	12
2.3- Análisis del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	68
2.3.1- Fundamentos.....	68
2.3.2- Análisis de contenido.....	69

CAPÍTULO III

3- Los contratos de adhesión y sus repercusiones en las obligaciones de las partes contractuales.....	91
3.1- Definición de contrato.....	91
3.2- Principios de la contratación.....	91
3.3- Los elementos fundamentales de los contratos.....	92
3.4- Clasificación de los contratos.....	94
3.5- Los contratos de adhesión.....	96
3.6- Obligaciones más comunes para los consumidores en los contratos de adhesión.....	98

CAPÍTULO IV

4- Análisis de la obligación registral de los contratos de adhesión, lo que sucede en la realidad y en la legislación comparada.....	101
4.1- La obligación legal registral de los contratos de adhesión.....	103
4.2- Con respecto al registro de los contratos de adhesión.....	
4.3- La función de la DIACO en el registro de los contratos de Adhesión.....	104
4.4- Necesidad de que se regule en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario el Registro Público de los Contratos de Adhesión.....	106
4.4.1- El registro público de los contratos de adhesión.....	109
4.4.2- Bases para la creación de una Ley de Registro Nacional de Contratos de Adhesión.....	110

CAPÍTULO V

5- Presentación y análisis de los resultados del trabajo de campo.....	115
5.1- Entrevistas.....	115
CONCLUSIONES.....	121
RECOMENDACIONES.....	123
BIBLIOGRAFÍA.....	125

INTRODUCCIÓN

Como es de conocimiento general, contratos de adhesión son aquéllos que dentro de sus características, tienen que han sido elaborados por los proveedores de bienes o servicios, y que efectivamente al consumidor o usuario únicamente le compete adherirse o no, a esa forma de contratación; citando como ejemplo, se puede señalar lo que sucede con los contratos que se celebran entre transportistas y los usuarios, en los cuales el boleto, constituye un contrato de adhesión, y que las estipulaciones que éste contiene, únicamente le compete a los usuarios aceptarlas o rechazarlas.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario regula el significado del contrato de adhesión y en el Artículo 47 indica: “Se entenderá por contrato de adhesión, aquél cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por una de las partes, sin que la otra pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar”.

Para efectos de interpretación en el tema de los contratos de adhesión, éstos se interpretarán de acuerdo con el contenido literal; en caso de duda, deberán interpretarse en sentido favorable al consumidor o usuario. En el sector público, existe una serie de contratos de adhesión, y en cumplimiento con lo que establece la ley citada, específicamente en el Artículo 52, refiriéndose a los contratos de adhesión, este presente trabajo conlleva establecer como opera la inscripción, control, supervisión, y registro de los contratos de adhesión en el tema de los servicios públicos, y si las instituciones del sector público están dando cumplimiento con lo que establece los Artículos 50 y 52 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, cual es la intervención al respecto de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor - DIACO-; es decir, determinar si es viable o no y cuales son las condiciones para que lo sea o no lo sea, proponiendo alguna solución al respecto.

Se tiene como referencia la realidad concreta y en este caso, dentro del ámbito de los denominados contratos de adhesión, y la necesidad de que se adecue el registro, tomando en consideración lo que para el efecto regula la Ley de Protección al

Consumidor y Usuario, haciendo en base a ello, un análisis de la realidad concreta, en cuanto a qué repercusiones positivas tiene para el consumidor o usuario estos registros y lo que sucede con los servicios públicos.

Para una mayor comprensión, el trabajo ha sido dividido en capítulos: En el primero se hace una reflexión acerca de la historia y la realidad actual del derecho de consumo. El segundo, contiene un análisis de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. En el tercero y cuarto, se estudian los contratos de adhesión, y lo que debe ser su registro, el objeto del registro, la función de la Dirección de Atención al Consumidor y Usuario, y la necesidad de que se reforme la ley al respecto, en base al análisis también de la legislación comparada. En el capítulo quinto, se establecen los resultados del trabajo de campo. Por último se incluyen las conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO I

1 El derecho de consumo

1.1 Antecedentes

Cabe señalar que el derecho al consumo, constituye una de las principales disciplinas que compete al estudio del derecho, pero que es relativamente reciente, tomando en consideración, que en las épocas antiguas, a través de los mercaderes, en los puertos, y en donde la población adquiría sus productos o servicios, esto se suscitaba dentro de la esfera de lo civil, de lo mercantil, no precisamente, dentro de un cuerpo de normas que protegieran a los consumidores o los usuarios tal como se constituye en la actualidad.

Entonces, la protección a los consumidores que lo constituyen una gran mayoría, empezó a sentirse por parte de las autoridades, a partir del derecho internacional, precisamente porque las intensas transformaciones en las relaciones de consumo, ha provocado en los operadores del derecho inquietudes respecto a la forma en que habrá de protegerse a los consumidores.

La protección al consumidor en términos generales, hace algunos años, se pensaba que el problema de la protección al consumidor, no concernía sino a países desarrollados, a sociedades de consumo donde la existencia de múltiples y poderosos comerciantes privados, y la intensa actividad comercial en que participan los ciudadanos requiere de la intervención del Estado para la protección de éstos últimos ante los primeros, sin embargo se ha evidenciado que la protección a los consumidores debe ser general, de tal suerte, que la política internacional en cuanto al funcionamiento de los organismos internacionales, es de una protección a todo consumidor o usuario.

“La política global de protección a los consumidores es un fenómeno relativamente reciente, el cual surge a partir de los años sesenta en los estados más avanzados y en el propio ámbito comunitario, en un comienzo a través de asociaciones, hasta que comenzó a elaborarse en gran parte del mundo lo que constituye en la actualidad la legislación de protección al consumidor. La clave del empuje y auge de la expansión del movimiento ha estado en un porcentaje muy elevado en las asociaciones de consumidores que han sido el paso previo de los logros obtenidos y ejemplo de ello lo constituye el reconocimiento de sus derechos en textos constitucionales, como sucede en el Artículo 81 de la Constitución portuguesa de dos de abril de 1976 y dos años más tarde en el Artículo 51 de la Constitución española de seis de diciembre de 1978, entre otras. Los fines se pueden concentrar en los siguientes:

- a) Regular por medio de organismos especiales las tarifas, los servicios y los precios de los artículos de cualquier naturaleza, y especialmente los de primera necesidad.
- b) Exigir la debida eficacia en los servicios y la adecuada calidad de los artículos mencionados en el aparte anterior.
- c) Coordinar los servicios y la producción de artículos".¹

El sistema de protección al consumidor, entonces surge precisamente de la situación de indefensión de éstos, que trajo consigo crear normas en base a las directrices aprobadas por la ONU en 1985, que se refieren a la Ley Modelo de Consumidores Internacionales de América Latina y el Caribe, que fueron el motivo fundamental de muchos estados para la conformación a partir de esa fecha de sus propias leyes de protección a los consumidores.

¹ Lasarte Alvarez, C. y Botana García, **Colex legislación sobre protección de los consumidores**, Pág. 256

En general, debe existir un sistema de protección al consumidor, en donde aparezcan los siguientes derechos fundamentales:

- a) Derecho a la satisfacción de sus necesidades básicas;
- b) Derecho a la protección de la vida, la salud y la seguridad del consumidor.
- c) Derecho a la protección de sus intereses económicos
- d) Derecho a la información
- e) Derecho a la educación y la divulgación sobre el consumo adecuado de bienes o servicios
- f) Derecho a escoger
- g) Derecho a la reparación integral, oportuna y adecuada por daños y perjuicios
- h) Derecho a acceder a los órganos correspondientes para la protección de sus derechos
- i) Derecho a que no se atente contra la conservación y preservación del medio ambiente
- j) Deberes de los proveedores ante los consumidores en el sistema de protección en Cuba.

Así también, las obligaciones de los proveedores de bienes y servicios mínimos, se pueden circunscribir a los siguientes:

- a) Informar al consumidor clara y verazmente, y en idioma español, sobre las características del producto o servicio ofrecido.
- b) Instruir al personal que atiende directamente al consumidor en aspectos referidos a la atención de este y a la protección de sus derechos.
- c) Asumir ante el consumidor la responsabilidad moral y/o material que le impone la relación con este directa o indirectamente.
- d) Poner en conocimiento del consumidor los plazos para formular reclamaciones.

- e) Mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibrados los instrumentos de medición.
- f) Atender de inmediato las quejas de los consumidores y ofrecerles la debida solución a su nivel, entre otros.

Ahora bien, también conviene determinar que como parte de los antecedentes de la conformación de un derecho al consumo, indiscutiblemente tuvo que ver la globalización económica mundial. Se constituye como un proceso de una naturaleza económica y política caracterizado por las siguientes características:

- a) la expansión del comercio internacional y el desarrollo de un mercado global basado en una estructura de producción post fordista (o post industrial);
- b) la creciente homogeneidad de estándares culturales y estándares de consumo;
- c) el debilitamiento de la idea del Estado-Nación para el beneficio de los agentes económicos del nuevo mercado global;
- d) desarrollo de bloques comerciales.

“Estos aspectos deberían ser entendidos con precaución, “el proceso de globalización es todo menos global, al punto tal de que es altamente selectivo, conductivamente dualista, y dependiente de las políticas estratégicas de los estados-naciones que permanecen en plena vigencia”². La globalización es, entonces, un proceso contradictorio y selectivo, que da a cada país una perspectiva diferente. En este sentido, es un error creer que la globalización es el resultado exclusivo de las fuerzas del mercado, olvidando, de este modo, el rol extremadamente relevante que juega el Estado para incentivar y regular la

²Fiori, José Luis,. **Scola Paulista da Advocacia y School of Global Law**. Página electrónica

producción y el mercado de consumo en sí mismo. Por esta misma razón, la creencia de que la globalización promueve una pacífica e inevitable disminución en la soberanía de los estados es altamente cuestionable. Finalmente, es igualmente erróneo pensar que la globalización es un fenómeno universal, inclusivo y homogeneizante, e ignorar el fuerte dualismo económico y la exclusión socioeconómica a los que está relacionada.

“Dos conceptos han sido generalmente asociados con globalización. El primero es, para usar una expresión de Lewis Carrol, una palabra abarcadora, (portmanteu-word), que incluye múltiples significados y altamente controversiales: postmodernismo. Sin adentrarnos en otro debate muy complejo, el postmodernismo podría ser definido como una nueva sensibilidad respecto del mundo. Es de hecho la creación de una nueva forma de vida, estilo de sociabilidad, estándar de consumo y concepción teórica del mundo. Usualmente tal concepto ha sido utilizado para describir diferencias culturales y estéticas de un mundo globalizado. El segundo concepto es sociedad post industrial, el que ha sido utilizado para describir transformaciones sociales y económicas de un mundo globalizado. Sin embargo, existe una extensa área de intersección semántica cubierta por los conceptos de globalización, postmodernismo y sociedad post industrial, cuya definición requeriría un esfuerzo analítico que está más allá del alcance de este trabajo.”³

Entonces, la globalización, así entendida, no es una etapa inevitable de un proceso histórico, sino una nueva fase del capitalismo mundial, marcado por la transformación de los arreglos institucionales (económicos y políticos) preexistentes, hábitos, cultura y concepciones teóricas del mundo.

La Constitución Política de la República de Guatemala, que fue creada y que entró en vigencia a partir del año mil novecientos noventa y seis, regula en el

³ O Papel do Estado Na Globalizacao. **Os modereiros falsos, cozes petropolis**, Pág. 236.

Artículo 43: “La libertad de industria, comercio y trabajo. Se reconoce la libertad de industria, de comercio y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes”.

Así también, por otro lado, en defensa de los consumidores, regula el Artículo 93 constitucional respecto al derecho a la salud, y esta se circunscribe como una obligación del Estado, siendo un bien público. Además, en el Artículo 96 indica: “Control de calidad de los productos. 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”.

En general, la obligación de protección a los consumidores y en general a la población, le corresponde al Estado, en base a los Artículos 1 y 2 constitucionales, y en estos se puede circunscribir las bases para la constitución de normas como la Ley de Protección al Consumidor y Usuario que se analizará más adelante en este trabajo.

1.2 Definición

Entendiéndose que el derecho lo constituye todo un conjunto de normas jurídicas, principios, leyes, instituciones, etc., que tratan de regular de forma lógica y coherente las relaciones que se suscitan entre los ciudadanos, en el ámbito del consumo precisamente, trata de equiparar a través de una regulación de normas, instituciones, principios, etc., las relaciones que subsisten entre consumidores-usuarios y proveedores de bienes o servicios con ocasión de la prestación de los servicios, tanto en el orden público como privado.

Dentro de la definición anterior, entonces, se puede partir de una serie de sub definiciones que conlleva ésta, y que se circunscribe en las siguientes:

- a) Consumidor o usuario: es toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice disfrute como destinatario final, bienes y servicios de cualquier naturaleza.
- b) Protección al consumidor: Son las acciones dirigidas a tutelar los intereses económicos y sociales de los consumidores en sus relaciones con los proveedores de bienes o servicios.
- c) La regulación respecto a la protección de los consumidores o usuarios, se circunscribe en los aspectos: i) cambios en el proceso de producción y en el mercado de consumo; ii) transformación de una sociedad de consumo de bienes a una sociedad de consumo de servicios; iii) cambio en las prácticas de consumo contractuales y el crecimiento de los contratos relacionales; iv) desafíos para luchar contra las prácticas abusivas creadas en una sociedad con una estructura económica dual; v) efectos del postmodernismo en la cultura legal y la crisis del paradigma legal dominante; v) el desarrollo de mercados regionales y los riesgos de la estandarización; vi) la nueva importancia de las agencias reguladoras y los desafíos emergentes desde las perspectivas jurídicas (la extensión respecto de la cual su diseño legal coincide con la tradición de la legislación administrativa brasileña y político-institucionales.

1.3 Características

Dentro de las principales características, se pueden señalar las siguientes:

- a) A pesar de tratarse de una normativa relativamente joven, tiene como propósito fundamental la protección al consumidor. El consumidor tiene derecho a ser protegido contra riesgos provocados por la provisión de productos y la prestación de servicios considerados nocivos o peligrosos contra su vida, salud y seguridad. Este derecho se sustenta en la necesidad de que el consumidor sea informado sobre los riesgos en que pudiera incurrir si consume productos o utiliza servicios considerados nocivos o peligrosos contra su vida, salud y seguridad. Aquí es indispensable que el consumidor adopte el hábito de leer los insertos de los productos, como por ejemplo las advertencias inscriptas en los medicamentos, productos envasados, etc. y en algunos casos, las prohibiciones sobre la comercialización de bienes y servicios que atenten contra su vida, salud y seguridad.
- b) Se constituye como un conjunto de normas, instituciones, leyes nacionales e internacionales, que tienen como propósito, el de proteger al consumidor, en sus derechos. Este tiene derecho a la adecuada educación y divulgación sobre las características de los productos y servicios ofertados en el mercado. Este derecho asegura al consumidor poder comparar para luego tener la libertad de decidir y a su vez la equidad en las contrataciones de servicios. El consumidor tiene derecho a recibir todos los datos y características relevantes de los productos y servicios ofertados para poder realizar una elección informada.
- c) Además, el consumidor tiene derecho a recibir información clara sobre los diferentes productos y servicios con las correspondientes especificaciones sobre la composición, calidad, precio y riesgos que eventualmente presenten los mismos. Dicha información, debe ser brindada al consumidor por parte del proveedor y a la vez debe ser de

fácil acceso y comprensión. Contar con dicha información antes de realizar el acto de consumo, posibilita al consumidor poder leer, comparar y luego elegir lo que va a comprar.

- d) El consumidor tiene derecho a la adecuada protección contra toda publicidad engañosa, métodos comerciales coercitivos o desleales, y cláusulas contractuales abusivas utilizada en la provisión de productos y la prestación de servicios. Este derecho se refiere a que los productos y servicios ofertados en el mercado se basen en ofertas ciertas, verdaderas y no engañen al consumidor. El proveedor está obligado a proporcionar al consumidor información veraz que no se preste a engaño o confusión. Así mismo, este derecho se refiere a las cláusulas abusivas en la provisión de productos y prestación de servicios que son utilizadas por los proveedores a los efectos de auto-exonerarse de responsabilidad alguna por cualquier falla del producto o servicio.

- e) Se encuentra en un constante cambio y evolución siempre con el fin de brindar una efectiva protección a los consumidores o usuarios, puesto que se constituyen en las relaciones entre éstos y los proveedores de bienes y servicios con un desequilibrio o desigualdad material o económica, por cuanto, el Estado interviene para que estas relaciones sean justas, a través de las leyes.

- f) Otro derecho fundamental que regula es que el consumidor tiene derecho a la efectiva prevención de los daños patrimoniales y morales o de los intereses difusos, sean estos individuales o colectivos. En el caso de que una relación de consumo cause daño al consumidor, el derecho a ser indemnizado usualmente lo ejerce el consumidor por las

vías administrativa y/o judicial, las cuales deben ser justas y expeditivas.

- g) El consumidor tiene derecho a la constitución de asociaciones de consumidores con el objeto de la defensa y representación de los mismos. La libertad de asociación es un derecho universal reconocido por nuestra Constitución y las leyes. La constitución de una asociación de consumidores fortalece la defensa y representación de los mismos tanto preventivamente como en el tratamiento de eventuales casos de conflicto.
- h) El consumidor tiene derecho a la adecuada y eficaz prestación de los servicios públicos por sus proveedores, sean éstos públicos o privados. Consagra el derecho universal de todos los consumidores de tener acceso a los servicios públicos en condiciones adecuadas, eficientes y no discriminatorias.
- i) El consumidor tiene derecho a recibir el producto o servicio publicitado en el tiempo, cantidad, calidad y precio prometidos. Se trata del derecho del consumidor a exigir al proveedor el cumplimiento cabal del producto o servicio ofertado en cuanto a las características y términos de lo prometido.

CAPÍTULO II

2. Análisis de la ley de protección al consumidor y usuario

2.1 Exposición de motivos

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario se encuentra contenida en el Decreto 6-2003 del Congreso de la República, y tuvo como fundamento:

- a) Que el Artículo 119 literal i) de la Constitución Política de la República de Guatemala establece la defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizar su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.
- b) Que Guatemala adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices para la protección del consumidor, aprobadas por la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas, mediante resolución número 39/248 de nueve de abril de 1985, en las que se define el que hacer de los gobiernos para la concreción de una efectiva protección y salvaguarda de los derechos e intereses legítimos de los consumidores.
- c) Que el régimen económico y social de la República de Guatemala se funda en principios de justicia social y que es obligación del Estado promover el desarrollo económico de la nación, velando por la elevación del nivel de vida de todos los habitantes del país y procurando el bienestar de la familia.

- d) Que la dispersión de legislación vigente que regula el sistema económico deviene ineficaz y en muchos casos inoperante, contraria a los intereses de los consumidores o usuarios y no responde a las características de una economía moderna, abierta y dinámica por lo que es necesario disponer de un marco legal que desarrolle y promueva en forma efectiva, los derechos y obligaciones de los consumidores y usuarios de manera equitativa en relación a los proveedores.

2.2 Análisis de contenido

Artículo 1. Objeto. 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.

A través de esta norma, se toma en consideración que tiene por objeto la ley, proteger a los consumidores o usuarios, así también, como poder del Estado brindar una igualdad de relaciones entre consumidores o usuarios y los proveedores de bienes y servicios, con ocasión del derecho de consumo.

Artículo 2. Ámbito de aplicación. 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.

En este sentido, conviene determinar que esta ley solo tiene ámbito nacional, y si concurrieren problemas que puedan derivarse, por ejemplo del uso del Internet en el derecho de consumo, a juicio de quien escribe, los consumidores o usuarios guatemaltecos, se encuentran en desprotección.

Artículo 3. Definiciones. Para los efectos de esta ley se entenderá por:

- a) 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.
- b) Bienes: Son las cosas que por sus características pueden ser apropiables y enajenables.
- c) 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.
- d) 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.

- e) 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.
- f) 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.
- g) Proveedor: Persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera que en nombre propio o por cuenta ajena, con o sin ánimo de lucro, 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.
- h) Publicidad: Comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar bienes o servicios.
- i) Servicio: Prestación destinada a satisfacer necesidades o intereses del consumidor o usuario y que se pone a disposición por el proveedor.
- j) 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.

- k) 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.

- l) 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.

Las anteriores definiciones son de utilidad, por cuanto, dada las características de la población guatemalteca, que un alto porcentaje es analfabeta, es de tomar inconsideración que se hace necesario describir estos conceptos fundamentales para poder interpretar la ley, no solamente para las personas comunes, que debe considerarse que tiene muy poco acceso a la ley propiamente dicha, pero sirve también para que quienes tienen acceso, como podría ser los abogados y alfabetos, puedan explicar a otros el significado de ello, tomando en cuenta que la ley relativamente es pública.

CAPITULO II

DE LOS CONSUMIDORES, USUARIOS Y PROVEEDORES

SECCIÓN I

DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Artículo 4. Derechos de consumidores y usuarios. Sin perjuicio de los establecidos en otras leyes, son derechos básicos de los consumidores y usuarios:

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

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

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

En el artículo anterior, se listan una serie de derechos de los consumidores o usuarios, sin embargo, como se verá más adelante, faltan muchos por detallar, sin embargo, como principio general, el Estado tiene la obligación de protección a los consumidores o usuarios.

Artículo 5. Obligaciones. Son obligaciones del consumidor o usuario:

- a) Pagar por los bienes o servicios en el tiempo, modo y condiciones establecidas en el convenio o contrato;
- b) Utilizar los bienes y servicios en observancia a su uso normal y de conformidad con las especificaciones proporcionadas por el proveedor y cumplir con las condiciones pactadas.
- c) Prevenir la contaminación ambiental mediante el consumo racional de bienes y servicios.

SECCIÓN II

DE LAS ORGANIZACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

Artículo 6. Organizaciones. Las organizaciones de consumidores y usuarios son asociaciones civiles sin finalidades lucrativas, organizadas con la exclusiva finalidad de defender en forma colectiva los derechos de los consumidores y

usuarios, deberán inscribirse en el Registro Civil y en el registro que para el efecto llevará la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.

Respecto a la anterior norma, cabe señalar que en Guatemala, se tiene el problema de la poca organización de los ciudadanos, y en este caso, se ve ejemplificado lo dicho, puesto que no existen más que una, que se conoce como la Liga de Defensa del Consumidor que funciona en Guatemala, como parte de una organización de consumidores o usuarios, sin embargo, muy tenuemente la ley regula el derecho a organizarse, pero evidentemente es una ley vigente pero poco positiva.

Artículo 7. Personalidad jurídica. Las asociaciones de consumidores y usuarios constituidas de conformidad con la ley e inscritas 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 representadas por la persona u órgano que designen sus estatutos o reglamentos.

Dentro de los pasos que deben seguir los ciudadanos que pretenden organizarse para la defensa de sus derechos como consumidores, es que se cumpla con lo que establece el Código Civil respecto a las asociaciones no lucrativas e inscribirse en el Registro Civil, y posteriormente, inscribirse en el Registro de la DIACO, del Ministerio de Economía.

Artículo 8. Inscripción y registro. 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.

Artículo 9. Finalidades. Las organizaciones de consumidores y usuarios tendrán por finalidad:

- a) Promover, proteger y defender los intereses de los consumidores y usuarios.
- b) Difundir el contenido de las disposiciones de esta ley y sus regulaciones complementarias.
- c) 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.
- d) Estudiar y proponer medidas técnicas y legales encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y usuarios y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo.
- e) 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.
- f) Recopilar, recabar y difundir información que se considere conveniente para los consumidores y usuarios.
- g) Velar por el fiel cumplimiento de las leyes, decretos y resoluciones, que hayan sido dictadas para proteger al consumidor y usuario.

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

Artículo 10. Limitaciones. Las organizaciones de consumidores o usuarios en ningún caso podrán:

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

Artículo 11. Impedimentos para Integrar órganos directivos. No podrán ser integrantes de los órganos directivos de las organizaciones de consumidores y usuarios.

- a) Los menores de edad e incapaces.
- b) Las personas que no sean ciudadanos guatemaltecos.

- c) Quien haya sido condenado en quiebra culpable o fraudulenta, mientras no se le rehabilite.
- d) Quien tenga antecedentes penales.
- e) Quien habiendo sido condenado en juicio de cuentas no haya solventado su situación.
- f) Quienes representen intereses de proveedores o prestadores de servicios.

Artículo 12. Interés del directivo. 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.

Artículo 13. Promoción de reclamos. Las asociaciones de consumidores y usuarios podrán substanciar 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.

SECCIÓN III DE LOS PROVEEDORES

Artículo 14. Derechos. Son derechos del proveedor, sin perjuicio de los contenidos en la Constitución Política de la República y en las demás leyes del país:

- a) Percibir las ganancias o utilidades que por sus actividades económicas apegadas a la ley, la ética y la moral les correspondan.
- b) Exigir al consumidor o usuario el cumplimiento de los contratos válidamente celebrados.
- c) El libre acceso a los órganos administrativos y judiciales para la solución de conflictos que sugieren entre proveedores y consumidores o usuarios.
- d) Los demás que establecen las leyes del país.

Artículo 15. Obligaciones. Sin perjuicio de las contenidas en otras leyes, son obligaciones de los proveedores:

- a) Cumplir las obligaciones legales que le sean aplicables tanto nacionales como internacionales, derivadas de los convenios o tratados internacionales de los que Guatemala sea parte.
- b) Respetar la vida, la salud y la seguridad del consumidor o usuario, al proveerle bienes o prestarle servicios.
- c) Proporcionar la información básica sobre los bienes y servicios que provee.
- d) Cumplir con las leyes tributarias del país.

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

- m) Probarle al consumidor y/o usuario, antes de su entrega, los productos que por su naturaleza sean susceptibles de ello, tales como los mecánicos, eléctricos, electrónicos u otros.
- n) Mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, medidas, registradoras, básculas y los demás instrumentos de peso, que se utilicen en el negocio.
- o) Incorporar en listados, rótulos, letreros, etiquetas o envases, el precio de los bienes o servicios que se ofrecen al público, incluyendo el impuesto del valor agregado (IVA).
- p) Respetar las especificaciones de los productos, así como las ofertas, promociones y liquidaciones hechas sobre los mismos, cumpliendo exactamente con los términos contractuales.
- q) Responsabilizarse por la idoneidad y calidad de los productos y servicios, por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben los productos, por la veracidad de la propaganda comercial de los productos, por el contenido y la vida útil del producto, así como poner a disposición del público número telefónico para la atención de reclamos, atendido por persona idónea, capacitada para ese servicio.
- r) Cumplir sin mayores formalismos con las garantías a las que se hubiere obligado por medio del certificado o constancia que haya librado a favor del cliente.
- s) Responsabilizarse por los productos cuyo uso resulte peligroso para la salud o integridad física de los consumidores, si éste no se comercializa

bajo las prevenciones que correspondan tanto en su manejo como en su administración.

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

Como se señala en el artículo anterior, se listan una serie de obligaciones que tienen los proveedores de bienes y servicios, sin embargo, convendría efectuar un análisis de cada uno de ellos, si es que verdaderamente se cumplen, tomándose en cuenta las denuncias, las numerosas denuncias que se reciben

ante la DIACO con respecto al mal servicio y los abusos de que son objeto los consumidores o usuarios.

Artículo 16. Prohibiciones. Sin perjuicio de las demás contenidas en otras leyes del país, se prohíbe a los proveedores:

- a) El cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicado. En todo caso, el consumidor tiene el derecho a pagar al proveedor el precio, tal y como se muestra en la información.
- b) La fijación de precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituye una unidad, cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio.
- c) La adulteración de los productos, sea en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad.
- d) La adulteración de peso, masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada en los productos que se ofrecen al público.
- e) La venta al público de cualquier clase de productos con posterioridad a la fecha de su vencimiento o adulterando dicha fecha.
- f) El acaparamiento, especulación, desabastecimiento o negativa a vender productos esenciales o básicos, con la finalidad de provocar el alza de sus precios. Dicho procedimiento será sancionado de conformidad con el Código Penal y demás leyes aplicables.
- g) La producción, fabricación, importación, construcción, distribución y comercialización de alimentos, medicamentos u otros bienes prohibidos por otras leyes específicas.

- h) Cobrar por un servicio que no se ha prestado, o que no se ha prestado en su totalidad, o no se ha demostrado que se ha prestado mediante la factura correspondiente, salvo que así lo convengan las parte y exista constancia de ello.
- i) Cobrar por concepto de intereses por mora y cheques rechazados, recargos evidentemente desproporcionados.
- j) Cualquier acción u omisión que redunde en perjuicio de los derechos de los consumidores y usuarios contenidos en esta ley.

De conformidad con el artículo anterior, conviene determinar en que grado son sancionables las conductas de los proveedores de bienes o servicios, en donde se incurra en las prohibiciones que se señalan, sin embargo, a pesar de que están constituidas como prohibiciones, existen abusos y estos no son sancionados adecuada y efectivamente en perjuicio claro esta, de los consumidores o usuarios.

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

Como es de conocimiento general, se sabe que en los establecimientos comerciales, ya se han colocado el libro de quejas famoso, puesto que a pesar de que es ineficiente, se tiene a la vista, ya que existiendo, que se sabe que existe,

que se anotan las quejas esto queda en el aire, es decir, sin respuesta para el quejoso.

CAPÍTULO III

DISPOSICIONES ESPECIALES

SECCIÓN I

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Artículo 18. Información básica. 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.

Artículo 19. Exhibición de precios. 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.

Artículo 20. Publicidad engañosa. 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.

Artículo 21. Bienes deficientes, usados o reconstruidos. 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.

Artículo 22. Garantías. 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.

Artículo 23. Condiciones de la garantía. 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.

Con respecto a la publicidad engañosa, cabe señalar que esta es común en la vida diaria, toda vez, que los comerciantes se han dado a la tarea de listar los precios colocando el enganche y un pequeño asterisco que con letra diminuta, indican que se refiere al enganche, engañando a los consumidores o usuarios, ya que se pretende que el ojo observe precios bajos, sin tomar en consideración de entrada, de que se refiere al enganche y no el precio total del producto, como lo pretenden hacer ver los proveedores de bienes. Esto es común, y se puede señalar una serie de circunstancias que caben dentro del marco de publicidad engañosa.

Por otro lado, especialmente los grandes comerciantes, a los productos defectuosos, los colocan como rebajados, y no sirven, lo que quiere decir, que esto va en detrimento de los consumidores o usuarios, por cuanto, no debe confundirse la rebaja de lo descompuesto. Por otro lado, la garantía es solo de nombre, puesto que en el caso de las rebajas, no gozan de garantía, y en otros casos, esas garantías son ilusorias puesto que no existen centros de repuestos en los supermercados por ejemplo, que es donde comúnmente visitan la mayoría de consumidores y hacen sus compras. Los supermercados bajo el manto de la impunidad, indican que solo venden pero no se responsabilizan por la garantía, puesto que no tienen un centro de repuestos o de atención específica en estos casos, y la garantía, se circunscribe en decir, que la factura sirve de garantía, para que les proporcionen otro, pero esto es muy delicado, puesto que si se arruina de entrada, el consumidor tendría que probar que el no tuvo culpa de ese defecto, y como no existe un experto o un técnico que pueda corroborar lo dicho por el consumidor o usuario, resulta difícil poder comprobar que el defecto es del aparato y no del uso que el consumidor o usuario diera de él.

Artículo 24. Promociones, ofertas o liquidaciones de temporada. 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.

La mal utilización de los conceptos vertidos en el artículo anterior, hace que los proveedores impunemente caigan en publicidad engañosa, tal como se analizó anteriormente, respecto a este aspecto.

Artículo 25. Incumplimiento de ofertas, promociones o liquidaciones de temporada. 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 anterior, el consumidor o usuario podrá optar por una de las acciones siguientes:

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

Esta norma constituye vigente pero no positiva, por cuanto, los proveedores de bienes o servicios ante esta circunstancia campean en una total impunidad.

SECCIÓN II

NORMALIZACIÓN Y METROLOGÍA

Artículo 26. Normalización y metrología. Para la normalización, verificación, control, certificación de la calidad, metrología y el establecimiento científico de la prueba en la substanciación de los procedimientos a que hubiere lugar en el cumplimiento de esta ley, se aplicarán las normas obligatorias emitidas por el Organismo Ejecutivo y con los reglamentos técnicos que hubieren emitido o emitan los ministerios de Estado para asegurar la calidad de los productos

nacionales e importados, o para la protección de la salud y la vida de las personas, o para la prevención de prácticas que puedan inducir a error.

SECCIÓN III

CRÉDITOS PARA EL CONSUMO

Artículo 27. Operaciones de crédito. En todo crédito para la adquisición de un bien o servicio, el proveedor deberá poner previamente a disposición del consumidor o usuario la información siguiente:

- a) El precio al contado del bien o servicio de que se trate, indicando claramente la diferencia entre efectuar el pago al contado o al crédito; dando a conocer, en caso de existir los descuentos o bonificaciones o cualquier otro motivo por el cual exista diferencia entre el precio de venta al contado y a plazos.
- b) La tasa de interés o el procedimiento para establecerla y la tasa de interés moratoria en caso de incumplimiento o el procedimiento para establecerla, los cuales deberán quedar indicados en forma explícita. De utilizar una tasa fija, se informará al consumidor o usuario el monto de los intereses a pagar en cada período. De utilizarse una tasa variable, se informará por anticipado sobre la regla de ajuste de la tasa, la cual no podrá depender de decisiones unilaterales del proveedor, sino de las variaciones que registre la tasa de interés representativa del costo del crédito al consumidor o usuario, la cual deberá ser fácilmente verificable por éste.
- c) El monto de cualquier pago adicional que sea procedente cobrar de conformidad con la ley o contrato respectivo.
- d) Las opciones respecto del número de pagos, su monto y periodicidad.

- e) El procedimiento según el cual se calcularán los costos y gastos que genere la cobranza por incumplimiento del pago de los saldos pendientes.
- f) La cantidad total a pagar por el producto o servicio, que no podrá superar el precio al contado más los intereses en su caso y gastos administrativos.
- g) El derecho que tiene el consumidor o usuario a pagar anticipadamente el saldo del crédito total o parcialmente, con la consiguiente reducción proporcional de los intereses y la liquidación de los cargos y costo de esta operación.
- h) Las demás condiciones del crédito y los derechos y obligaciones de ambas partes.

Para la aplicación del artículo anterior, convendría hacer el análisis de lo que sucede con los créditos que otorgan las empresas comerciales y de los grandes beneficios que obtienen de ello, con los intereses que en Guatemala no se regulan a favor de los consumidores o usuarios sino más bien, se trata de proteger a los proveedores de bienes o servicios, y esto es entendible, tomando en cuenta lo que sucede con los grupos de presión y de poder que ostentan el legislativo y que de alguna manera se encuentran al servicio de los poderosos como son muchos de los proveedores de bienes o servicios. Se cae por parte de los proveedores de bienes o servicios en una publicidad engañosa en su propio beneficio, en cuanto a que el beneficio de contado y crédito, no se mira, sino que al cliente le resulta igual, no debiendo ser así, y esto es porque le conviene al proveedor de bienes o servicios de que se compre al crédito, por lógica, porque esto le representa mayores ganancias.

Artículo 28. Intereses. Los intereses se aplicarán solamente sobre los saldos pendientes del crédito concedido, y los pagos no podrán ser exigidos por adelantado, salvo pacto en contrario.

Artículo 29. Documentación de las operaciones de crédito. Las operaciones a que se refiere el artículo anterior deben constar en documentos de los que deberá entregarse copia al consumidor o usuario, debidamente firmada por el proveedor o su representante. En tales documentos se señalará específicamente todos los datos a que se refiere el Artículo 27 de esta ley y la fecha en que se entregará el producto o será prestado el servicio.

Respecto a los intereses, tendría que analizarse dentro de un trabajo más profundo, pero solo se dirá que estos son excesivos, abusivos e ilegales, todo en perjuicio de los consumidores o usuarios. Cobran intereses sobre intereses, intereses por mora, intereses sobre el saldo y sobre la mora, etc., lo cual a todas luces es perjudicial e ilegal, y que a la larga, el consumidor resulta pagando el triple del precio del producto. Esto no solamente se observa en los bienes muebles, sino inmuebles a través de los abusos que competen los bancos del sistema y que es una impunidad solapada y que a pesar de ello, gozan de la protección legal para estos abusos a los ciudadanos.

SECCIÓN IV

PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Artículo 30. Obligaciones. 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.

Artículo 31. Servicio de reparación. 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.

El Artículo 31 de esta ley, tiene mucha relación con la garantía que deben brindar las empresas comerciales o mercantiles respecto a los productos que brindan, y que como se dijo anteriormente, existen muchas empresas comerciales o mercantiles, especialmente los supermercados, que no tienen servicio de reparaciones entonces, como podría hacerse valer en beneficio sobre la garantía en el caso de los consumidores o usuarios, es una interrogante no respondida que provoca perjuicios y que el Estado nada ha hecho al respecto y si hará.

Artículo 32. Servicios prestados sin contrato escrito. 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.

Artículo 33. Garantía del servicio. 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.

Artículo 34. Abandono de bienes. 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 treinta días de no

retirarse el bien, 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 el ciento por ciento del valor de la reparación, salvo bienes que por su naturaleza ameriten tratamiento especial.

SECCIÓN V SERVICIOS PÚBLICOS

Artículo 35. Precios. Para el establecimiento de los precios de los servicios públicos se observará lo regulado en las leyes específicas correspondientes a cada servicio.

Artículo 36. Instrumentos y unidades de medición. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor queda facultada para intervenir en la verificación del buen funcionamiento de los instrumentos de medición de energía, combustibles, comunicaciones, agua potable o cualquier otro similar, debiendo establecer un sistema de verificación periódica sobre las lecturas efectuadas por las empresas prestadoras de servicios. Para el efecto, la dirección deberá coordinar estas actividades con el ente nacional responsable de la metrología del país o del servicio de que se trate. Las empresas prestatarias garantizarán a los usuarios o consumidores el control individual de los consumos. Las facturas o requerimientos de cobros, deberán ser entregadas al consumidor o usuario con no menos de veinte días calendario de anticipación a la fecha de su vencimiento utilizando los medios idóneos para su distribución y expresarán como mínimo el consumo real del consumidor o usuario, el detalle respectivo y la tarifa aplicada durante el período de facturación. Se prohíbe a las empresas prestadoras de servicios públicos realizar unilateralmente los cobros en base a promedios históricos de consumo.

Artículo 37. Facturación de consumo excesivo. Cuando una empresa de servicio público, facture en un importe que exceda en un cincuenta por ciento el promedio de consumo efectivo del usuario en los doce meses inmediatos anteriores, se presume error en la facturación. En tal caso, el consumidor o usuario deberá abonar únicamente el valor de dicho consumo promedio, amparado por una resolución judicial cautelar solicitada por la dirección a juez competente. Para los efectos de ejercer este derecho el consumidor o usuario deberá presentar, en un plazo no mayor de diez días después del vencimiento de la factura en cuestión, como mínimo los correspondientes a los cuatro meses inmediatos anteriores a la objetada. En caso de que el proveedor demuestre fehacientemente, que no hubo error en la medición, podrá cargar el saldo pendiente en el próximo cobro dando aviso anticipadamente al consumidor o usuario.

Artículo 38. Indemnización. En el caso que la empresa prestadora reclame el pago de una suma indebida al consumidor, la misma deberá indemnizarlo acreditando a favor de éste una cantidad idéntica a la reclamada indebidamente, la que deberá hacerse efectiva a partir de la factura inmediata siguiente.

De conformidad con los anteriores artículos, conviene hacer la reflexión respecto a la falta de positividad de éstas normas, en el caso de los servicios públicos, ya que no puede prosperar efectivamente una queja respecto a los servicios públicos, si la DIACO que es la entidad del Ministerio de Economía que conoce de las quejas y les da el trámite correspondiente, es una institución del Estado. Así también, el Estado no puede ser juez ni parte en las relaciones, y ello hace que en forma parcializada se resuelva y que quede impune la justicia hacía el consumidor o usuario, esto claramente se ve en el caso de los servicios a la energía eléctrica, a los servicios de agua, de teléfono.

SECCIÓN VI

SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Artículo 39. Información de productos peligrosos. Los productos cuyo uso resulten potencialmente peligrosos para la vida, la salud ó integridad física de los consumidores o usuarios, o de los animales para la seguridad de sus bienes, el proveedor deberá incorporar en los mismos, o 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.

Artículo 40. Información al consumidor o usuario. 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.

Artículo 41. Cumplimiento de normas. Todo productor, importador o distribuidor de productos alimenticios, bebidas, medicinas o productos que puedan incidir en la salud humana, deberá cumplir estrictamente con las normas contenidas en el código de salud, las regulaciones dictadas por las autoridades del Ministerio de Salud 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.

Artículo 42. Fecha de vencimiento. 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.

Artículo 43. Advertencias. 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.

Artículo 44. Defectos de los bienes. 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.

Respecto a las anteriores normas, conviene hacer la reflexión que la DIACO no tiene la capacidad para atender medidas de prevención de perjuicios o peligros para los consumidores o usuarios de los bienes y servicios que presten los proveedores, sino que es un organismo que se ha entendido cuando ya el problema subsiste a través de las quejas que plantean los consumidores o usuarios, por lo que estas normas no se suscitan en la realidad, y ello claramente constituye un perjuicio.

Artículo 45. Responsabilidad solidaria. 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.

Artículo 46. Daños y perjuicios. 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.

Los daños y perjuicios pueden ser reclamados por el consumidor o usuario y que no se refieren a la reposición de un bien o servicio, sino a lo que esto produjo en el sujeto pasivo, pero obviamente estos temas no han sido tratados por la DIACO y en general por el Estado a través de leyes, puesto que ocasiona un perjuicio a los proveedores de bienes o servicios.

SECCIÓN VII

PROTECCIÓN CONTRACTUAL

Artículo 47. Contratos de adhesión. Se entenderá por contrato de adhesión, aquel cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por una de las partes, sin que la otra pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar. No producirán efecto alguno en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que:

- a) Otorguen a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su sólo arbitrio el contrato, salvo cuando esta facultad se conceda al consumidor o usuario en las modalidades de venta por correo, a

domicilio, por muestrario o catálogo, usando medios audiovisuales u otras análogas y sin perjuicio de las excepciones que las leyes establezcan.

- b) Establezcan incremento de precios del bien o servicio por accesorios, financiamiento o recargos no previstos, salvo que dichos incrementos correspondan a prestaciones adicionales susceptibles de ser aceptadas o rechazadas en cada caso y estén consignadas por separadas en forma específica.
- c) Hagan responsable al consumidor o usuario por los efectos de las deficiencias, omisiones o errores del bien o servicio cuando no les sean imputables.
- d) Contengan limitaciones de responsabilidad ante el consumidor o usuario que puedan privar a este de su derecho o resarcimiento por deficiencias que afecten la utilidad o finalidad esenciales del bien o servicio.
- e) Incluyan espacios en blanco que no hayan sido llenados o inutilizados antes que se suscriba el contrato.
- f) Impliquen renuncia o limitación de los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores y/o usuarios.

Artículo 48. Características. Además de lo establecido en otras leyes los contratos de adhesión podrán constar en formularios ya impresos o reproducidos y deberán estar escritos en idioma español con tamaño de letra y caracteres legibles a simple vista. Las cláusulas en que no se cumplan dichos requisitos no producirán efecto alguno para el consumidor o usuario. No deberá hacerse relación a textos o documentos que no se proporcionen al consumidor o usuario

simultáneamente a su suscripción. Si el acuerdo de arbitraje ha sido incorporado a contratos mediante formularios, dichos contratos deberán incorporar en caracteres destacados, claros y precisos la siguiente advertencia: “ESTE CONTRATO INCLUYE ACUERDO DE ARBITRAJE”.

Artículo 49. Interpretación. Las cláusulas de los contratos de adhesión se interpretarán de acuerdo con el contenido literal de las mismas; en caso de duda, deberán interpretarse en el sentido más favorable al consumidor o usuario. Serán nulas ipso jure las cláusulas que infrinjan las disposiciones de la presente ley.

Artículo 50. Copia de contratos de adhesión. De todo contrato de adhesión deberá entregarse copia íntegra a las partes que lo hubieren suscrito. Si no fuera posible hacerlo en el acto, el proveedor entregará de inmediato una fotocopia al consumidor o usuario, con la constancia que la misma es fiel al original suscrita por este. Mientras no se cumpla con ello, las obligaciones del consumidor o usuario no serán exigibles.

Artículo 51. Derecho de retracto. El consumidor tendrá derecho a retractarse siempre, dentro un plazo no mayor de cinco días hábiles contados a partir de la firma del contrato o desde la fecha que este se hubiere celebrado fuera del establecimiento comercial, especialmente por teléfono o en el domicilio del consumidor o usuario. Si ejercita oportunamente este derecho, le serán restituidos los valores pagados por el consumidor o usuario, siempre que no hubiere hecho uso del bien o servicio.

Artículo 52. Registro. Los proveedores en los contratos de adhesión deberán enviar copia del mismo a la dirección para su aprobación y registro, cuando cumplan con las leyes del país en su normativa. Al estar registrado el contrato de adhesión, los proveedores deberán hacer referencia a la resolución de su inscripción en dicha dirección, en las cláusulas del contrato.

De conformidad con las anteriores normas, que se refieren a los contratos de adhesión, estos se abordaran con mayor detalle en los siguientes capítulos, sin embargo, cabe señalar que a través de éstos ha habido un abuso excesivo de los proveedores de bienes o servicios, lo cual va en perjuicio de los consumidores o usuarios, y esto se debe por la tibieza en que actúa el Estado a favor de éstos, y el ejemplo claro es esta misma ley.

CAPÍTULO IV

DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR

SECCIÓN I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 53. Creación. Se crea la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor como una dependencia del Ministerio de Economía, que gozará de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio nacional, siendo el órgano responsable de la aplicación de la presente ley y reglamentos, sin perjuicio de las funciones que competen a los tribunales de justicia.

Artículo 54. Atribuciones. Son atribuciones de la Dirección:

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

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

como requerir de la autoridad competente se adopten las medidas correctivas necesarias, en su caso.

- l) Aplicar las sanciones administrativas establecidas en esta Ley, cuando corresponda y publicar los resultados.
- m) Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores o usuarios, proporcionándoles capacitación y asesoría.
- n) Llevar registro de las organizaciones de consumidores o usuarios y, cuando sea posible, de los proveedores de determinados productos o servicios.
- ñ) Llevar a cabo en forma directa o indirecta un programa general de verificación de las mediciones de los servicios públicos, en coordinación con los entes administrativos especializados.
- o) Representar los intereses de los consumidores o usuarios abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan.
- p) Dictar medidas administrativas en los casos que se presuma errores de cálculo de parte de los proveedores que afecten económicamente al consumidor o usuario.
- q) Establecer dependencias para diferentes áreas del país que la dirección determine, atendiendo a su ubicación geográfica y de acuerdo a sus posibilidades presupuestarias.
- r) Registrar los contratos de adhesión cuando exista requerimiento de los proveedores y se llenen los requisitos legales.

s) La dirección deberá llevar una memoria mensual sobre los procedimientos administrativos que se inicien ante ella, la cual deberá publicar mensualmente, con indicación de las partes involucradas.

t) Registrar de oficio los contratos de adhesión.

u) Las demás que le asigne esta ley.

SECCIÓN II

DIRECTOR

Artículo 55. Jerarquía. El director es la autoridad administrativa superior y el funcionario ejecutivo de mayor nivel jerárquico de dicha dirección, ejercerá sus funciones con absoluta independencia de criterio, pero apegándose a criterios técnicos y legales, bajo su responsabilidad de conformidad con la ley, así mismo tendrá a su cargo la representación legal de la dirección.

Artículo 56. Calidades. Para ser director se requiere:

a) Ser guatemalteco.

b) Estar en el goce de sus derechos ciudadanos.

c) Ser persona de reconocida honorabilidad, probidad y experiencia.

d) Ser abogado y notario o profesional de las ciencias económicas, colegiado activo.

Artículo 57. Nombramiento. El director será nombrado por el Ministerio de Economía.

Artículo 58. Remoción. El director podrá ser removido por el Ministerio de Economía, fundamentado en las causales siguientes:

- a) Por cometer actos fraudulentos, ilegales o evidentemente opuestos a las atribuciones o intereses de los consumidores o usuarios, de la dirección y del Estado en general.
- b) Por actuar o proceder con manifiesta negligencia en el desempeño de sus funciones.
- c) Por ser declarado judicialmente en estado de interdicción o por padecer incapacidad física que lo imposibilite para el ejercicio del cargo.
- d) Por haber sido condenado en sentencia firme por la comisión de un delito doloso.

Artículo 59. Atribuciones del director. Además de las atribuciones establecidas en la presente ley, son atribuciones del director:

- a) Planificar, organizar, controlar, dirigir e integrar los recursos físicos, humanos y financieros de la dirección.
- b) Velar por el cumplimiento de la presente ley y sus respectivos reglamentos.
- c) Presentar el proyecto de presupuesto anual de la dirección, al Ministerio de Economía para su discusión y aprobación.

- d) Crear las secciones técnicas que se requieran para el buen funcionamiento de la dirección, señalándoles sus funciones.
- e) Promover la colaboración con otros organismos nacionales e internacionales u otros estados, en relación con las materias contenidas en la presente ley y sus reglamentos.
- f) Diseñar las políticas de la dirección para la consecución de sus objetivos.
- g) Las demás que sean inherentes a su cargo.

Artículo 60. Subdirector. La dirección contará con un subdirector. Para ser subdirector se requieren las mismas calidades del director y así mismo será nombrado por el Ministerio de Economía. En casos de ausencia o impedimento temporal del director, asumirá el cargo el subdirector.

Artículo 61. Consultores. Los consultores se incluirán en un listado o banco de datos de técnicos y profesionales en diferentes ámbitos jurídicos, sociales y económicos, que podrán ser consultados por la dirección durante el procedimiento administrativo. Deberán ser personas de reconocida honorabilidad, poseer conocimientos sobre las materias que regula esta ley y deberán estar en el goce de sus derechos civiles. En sus actuaciones se desempeñarán con independencia de criterio, aplicando sus conocimientos y experiencia en lo que fueren requeridos, debiéndose sujetarse a lo prescrito por esta ley y devengarán para los casos que fueren nombrados conforme a los honorarios pactados.

Artículo 62. Asesoría. La dirección contará con un cuerpo de asesores jurídicos, técnicos y administrativos, quienes serán nombrados por el director y desempeñarán las funciones inherentes a su cargo. Su función principal será

asesorar a la dirección en el ámbito de su competencia según las atribuciones que le otorga la presente ley.

Con relación al funcionamiento de la DIACO, conviene determinar que en este caso, debe considerarse que el Estado actúa como juez y parte, en las denuncias o quejas de mal servicio público, además, de que el hecho de que la DIACO pertenezca al Ministerio de Economía constituye una desventaja para los consumidores o usuarios.

SECCIÓN III

RÉGIMEN ECONÓMICO Y FINANCIERO

Artículo 63. Patrimonio de la dirección. El patrimonio de la dirección se integra con:

- a) Los fondos que se le asignen anualmente en el presupuesto general de ingresos y egresos del Estado.
- b) Los aportes ordinarios y extraordinarios que reciba de entidades nacionales o internacionales.
- c) Los bienes de cualquier naturaleza, que le sean transferidos por el gobierno de la República o por entidades descentralizadas por el Estado.
- d) Las donaciones o subsidios que le otorguen personas individuales o jurídicas, salvo las de proveedores o prestadores de servicios que pretendan un beneficio particular.

- e) Los fondos obtenidos mediante suscripciones de convenios de cooperación.
- f) Fondos provenientes del ingreso por pago por sanciones que incrementarán y constituirán sus fondos privativos.

SECCIÓN IV CONTROL Y FISCALIZACIÓN

Artículo 64. Control y fiscalización. La inspección, fiscalización y control de las operaciones contables y financieras de la dirección están a cargo de la auditoría interna de la misma y de la Contraloría General de Cuentas en lo que sea de su competencia.

Artículo 65. Conformación de la auditoría interna. La auditoría interna de la dirección se integra con un auditor interno, el cual será nombrado por el director, y el personal necesario para el adecuado cumplimiento de sus fines. El auditor interno debe poseer el título universitario de: contador público y auditor, ser colegiado activo y tener experiencia reconocida en la materia de por lo menos cinco años.

CAPÍTULO V FUNCIÓN Y PROGRAMAS DE TUTELA

Artículo 66. Programas de tutela. La dirección representará los intereses de los consumidores o usuarios, abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan en la protección al

consumidor o usuario. Para ser operativa la función de protección antes indicada, la dirección deberá implementar los siguientes programas:

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

Artículo 67. Áreas de Investigación. Para generar los conocimientos indispensables para la defensa del consumidor o usuario y para apoyar el programa de educación y orientación, se deberá cubrir con más énfasis las áreas siguientes:

- a) Derechos del consumidor o usuario
- b) Publicidad engañosa.

- c) Operaciones de Crédito
- d) Obligaciones en la prestación de servicios.
- e) Garantías comerciales
- f) Metodología de información
- g) Advertencia en el uso o adquisición de bienes y servicios
- h) Alimentos.

CAPÍTULO VI

INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 68. Infracción. Toda acción o omisión por parte de proveedores y consumidores y/o usuarios u organizaciones de consumidores y usuarios que implique violación de las normas jurídicas sustantivas en esta materia o el abuso del ejercicio de los derechos y obligaciones que establece la presente ley, constituye infracción sancionable por la dirección, en la medida y con los alcances que en ella se establecen. Los funcionarios y empleados de la dirección que en ejercicio de sus funciones tengan conocimiento de la comisión de un hecho que pueda ser constitutivo de delito, deben denunciarlo inmediatamente a la autoridad competente, bajo pena de incurrir en responsabilidad.

Artículo 69. Sanciones. Sin perjuicio del derecho de defensa que tienen los proveedores o prestadores de bienes y servicios, de ejercitar su derecho de defensa a través de los procedimientos administrativos para solución de conflictos

que se regulan más adelante, la dirección podrá imponer progresivamente las sanciones siguientes:

- a) Apercibimiento escrito, que formulará el funcionario o empleado debidamente autorizado por la dirección, según lo establecido en esta ley.
- b) Apercibimiento público, el cual se podrá publicar en los medios masivos de comunicación.
- c) Multas, las cuales serán calculadas en la unidad de multas ajustables (UMAS). El valor de cada UMA será equivalente al salario mensual mínimo vigente para las actividades no agrícolas, siempre que no exceda del cien por ciento del valor del bien o servicio.
- d) Publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor en el diario de mayor circulación del país.

Para determinar la sanción de multa a imponer, la dirección tomará en cuenta el tipo de infracción, el riesgo o daño causado, condición económica del infractor, perjuicio causado, intencionalidad, reincidencia, su trascendencia a la población y el valor de los bienes y servicios objeto de la infracción.

Artículo 70. Infracciones. La dirección deberá sancionar con multa de quince a setenta y cinco UMAS a aquellos proveedores que incurran en las siguientes infracciones:

- a) Incurrir en alguna o algunas de las prohibiciones establecidas en la presente Ley.
- b) No cumplir con sus obligaciones

- c) La omisión de proporcionar la información básica de los productos y servicios que se ofrecen a los consumidores y usuarios.
- d) No exhibir los precios de los bienes o servicios que se ofrecen al público.
- e) La omisión de la información cuando se expendan productos deficientes, usados, reparados, u otros en cuya elaboración o fabricación se hayan utilizado partes o piezas usadas, a los consumidores o usuarios.
- f) Omitir la información complementaria que le sea requerida por la dirección siempre que no se viole la garantía del secreto profesional y cualquier información confidencial por disposición legal.
- g) Proporcionar información no susceptible de comprobación, o que induzca a error o engaño.
- h) Infringir las normas relativas a promociones de temporada o liquidaciones establecidas en esta Ley.
- i) No informar previamente al consumidor o usuario sobre las condiciones sobre las que se le otorga un crédito.
- j) No advertir, ni proporcionar las indicaciones sobre el uso de productos potencialmente dañinos para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios, o para la seguridad de sus bienes.
- k) Cuando, en el momento de tener conocimiento de que un producto sea dañino o peligroso para el consumo o uso, no informar al público y no retirarlo del mercado.

- l) No cumplir con la garantía extendida al consumidor o usuario.

- m) No proveer el libro de quejas que establece la presente ley o el medio legalmente autorizado por la dirección.

- n) Impedir el acceso de los consumidores o usuarios que desean registrar sus reclamos, al medio legalmente autorizado o al libro de quejas, sea por pérdida o extravío, por deterioro o por estar agotados los folios respectivos. En ningún caso se puede negar al consumidor o usuario el derecho a inscribir sus reclamos.

- o) No mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, medidas, registradoras, básculas y los demás instrumentos de peso, que se utilicen en el negocio.

- p) Cobrar en exceso los intereses que se deban aplicar sobre saldos pendientes de créditos concedidos, o por exigir pagos por adelantado, sin la existencia de un pacto de anuencia por parte del consumidor o usuario.

- q) No registrar en la dirección los contratos de adhesión.

Artículo 71. Casos especiales. Constituyen casos especiales de infracciones contra los derechos de los consumidores o usuarios, los siguientes hechos:

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

- b) Fraccionamiento del precio: Quien fije precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituye una unidad,

cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio, se le impondrá una multa de diez a veinticinco UMAS.

- c) Condiciones de entrega: Quien incumpla con las condiciones de entrega, plazos y características que fueron ofrecidas o pactadas con el consumidor, se le impondrá una multa de diez a veinte UMAS.
- d) Adulteración de productos: Quien adultere productos, ya sea en sus componentes químicos, orgánicos, o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad, se le impondrá una multa de veinte a ochenta UMAS.
- e) Contenido inferior: La fijación inferior en el envase o empaque, de la cantidad o del contenido neto de un producto, dará lugar a una multa de veinte a ochenta UMAS.
- f) Obstrucción o resistencia: 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.
- g) Publicidad: Por la utilización de publicidad engañosa por parte del proveedor, se le impondrá una multa de cuarenta a ochenta UMAS.
- h) Garantía: No extender garantía de los productos que vende el proveedor, de conformidad con lo establecido en la presente ley o por no extenderla completa, se le impondrá una multa equivalente a cincuenta UMAS.
- i) Abuso de derecho: A las organizaciones de consumidores o usuarios que contravengan las limitaciones contenidas en el Artículo 10 de esta ley, se les impondrá una multa equivalente a veinticinco UMAS.

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

Artículo 72. Reincidencias. Existe reincidencia cuando en un período de dos años, una persona individual o jurídica, incurre en la infracción de la misma naturaleza y por la cual ya había sido sancionado, en cuyo caso la sanción a imponer se aumentará en un veinticinco por ciento.

Artículo 73. Registro. La dirección llevará un registro público de todas las quejas que se planteen ante ella.

Artículo 74. Reparación, restitución, reposición o devolución. Sin perjuicio de la indemnización por daños ocasionados, cuando proceda, el consumidor o usuario, previa devolución al proveedor, podrá optar entre la reparación gratuita del bien, su reposición o devolución de la cantidad pagada. El ejercicio de estos derechos deberá hacerse efectivo ante el proveedor dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto, siempre que no se hubiere deteriorado por el hecho imputable al consumidor o usuario. Si el producto se hubiere vendido con determinada garantía, prevalecerá el plazo por el cual ésta se extendió si fuera mayor. Para los productos perecederos el plazo no podrá ser mayor de siete días.

Artículo 75. Reposición de productos. Los productos que los proveedores, siendo estos distribuidores o comerciantes, hubieren debido reponer a los consumidores o usuarios y aquellos por los que devolvieron la cantidad recibida en pago, deberán ser restituidos contra su entrega, por la persona de quien los adquirieron o por el fabricante o importador, siendo, así mismo, de cargo de estos últimos el

resarcimiento, en su caso, de los costos de restitución o devolución, si los hubiere, y de las indemnizaciones que se hayan debido pagar, siempre que el defecto que dio lugar a una u otra le fuere imputable.

Artículo 76. Sanciones a los consumidores o usuarios. Siempre que los consumidores o usuarios incurran en violaciones a lo negociado o pactado con los proveedores o prestadores de servicios y tal circunstancia pueda ser comprobada por estos, podrán ser sancionados de acuerdo con lo establecido por el propio contrato o negociación de que se trate, pero en todo caso se garantiza el derecho del consumidor o usuario a ejercitar su derecho de defensa, a través del procedimiento administrativo o legal que corresponda.

CAPÍTULO VII

PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS

SECCIÓN I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 77. Procedimientos. La dirección actuará de oficio o por denuncia de consumidores o usuarios agraviados, o de parte interesada, para asegurarse que las infracciones a esta ley sean debidamente sancionadas.

Artículo 78. Resolución de conflictos. Para la resolución de los conflictos y controversias que surjan entre proveedores y consumidores o usuarios que puedan constituir infracción a la presente ley, se establecen los siguientes procedimientos:

- a) Arreglo directo conciliatorio entre las partes

b) Arbitraje de consumo.

d) Procedimiento administrativo.

Artículo 79. Actas. Todas las actuaciones del procedimiento administrativo se asentarán en actas.

Artículo 80. Conciliadores. La dirección contará con un cuerpo de conciliadores capacitado y especializado, quienes tendrán a su cargo la audiencia de conciliación.

Artículo 81. Permisos para asistir a las audiencias. Para que el consumidor o usuario pueda asistir, cuando haya sido requerido personalmente, a las audiencias fijadas por la dirección, su empleador deberá otorgarle el permiso correspondiente, previa citación enviada por escrito por la dirección. El trabajador que se ausente de su trabajo por este motivo, deberá comprobarlo mediante la constancia de asistencia y de tiempo de duración de la audiencia, otorgada por la dirección.

SECCIÓN II

ARREGLO DIRECTO CONCILIATORIO ENTRE LAS PARTES

Artículo 82. Audiencia de conciliación. En la primera audiencia, si las partes optan por el arreglo directo conciliatorio, esta audiencia se convertirá en audiencia de conciliación. El conciliador nombrado por la dirección buscará avenir a las partes, proponiéndoles formulas ecuanimes de conciliación. Si se llegara a un acuerdo, el conciliador levantará un acta que documente el acuerdo y conciliación a que hayan llegado las partes. En cualquier momento las partes podrán conciliar quedando concluido el proceso.

SECCIÓN III

ARBITRAJE DE CONSUMO

Artículo 83. Arbitraje de consumo. En la primera audiencia o en cualquier momento las partes podrán someterse voluntariamente al arbitraje de consumo, que se deberá formalizar de acuerdo con la Ley de Arbitraje, a su trámite y demás cuestiones aplicables.

SECCIÓN IV

PROCESO ADMINISTRATIVO

Artículo 84. Procedimiento administrativo. A través del procedimiento administrativo, la dirección queda facultada para sancionar a los infractores de la presente ley. La dirección podrá iniciar el procedimiento administrativo, de oficio o por medio de queja presentada por un consumidor o usuario, o asociación de consumidores. El presente procedimiento se basa en los principios de celeridad, oralidad, equidad, informalidad y publicidad.

Artículo 85. Representación. Tanto los consumidores o usuarios como los proveedores, podrán acudir ante la dirección en nombre propio o por medio de sus representantes legales.

Artículo 86. Planteamiento de la queja. El consumidor o usuario que se considere agraviado deberá llenar el formulario proporcionado por la Dirección en la cual expresará la queja, consignará sus datos personales y lugar para recibir notificaciones, así como los datos del proveedor o prestador de servicios contra quien se plantea la queja y la dirección donde éste puede ser notificado, o bien la sucursal o agencia del proveedor donde adquirió o contrató el bien o servicio.

Artículo 87. Notificación. La dirección deberá notificar en forma personal a los interesados citándolos para el efecto por correo que certifique la recepción de la citación, en caso de la incomparecencia por medio del procedimiento de notificación establecido en el Código Procesal Civil y Mercantil. Para continuar el procedimiento administrativo deberá constar fehacientemente que las partes fueron debidamente notificadas con referencia expresa del lugar, forma, día y hora.

Artículo 88. Citación. La dirección citará al presunto infractor y al consumidor o usuario que presentó el reclamo, señalando día y hora para la audiencia administrativa, dentro de los diez días siguientes a la fecha en que se presentó la queja, para que las partes comparezcan con elementos idóneos que fundamenten su posición; así mismo para informarles sobre los procedimientos a su disposición para resolver el conflicto de conformidad con lo establecido en la presente ley.

Artículo 89. Audiencia. Durante la audiencia, el conciliador nombrado por la dirección buscará dirimir la controversia o conflicto, buscando la conciliación entre las partes. Si las partes voluntariamente lo desean, podrán someterse al arreglo directo o al arbitraje de consumo. Si el infractor no compareciere a la audiencia, o compareciendo a la misma manifiesta que no desea conciliación o someterse al arbitraje de consumo, la audiencia terminará. Si llegara a un acuerdo, el conciliador de la dirección levantará acta que documente los acuerdos a que hayan llegado las partes.

Artículo 90. Procesamiento sancionador. Si en la audiencia no se logra la conciliación o al sometimiento al arbitraje de consumo, la dirección deberá iniciar el procedimiento administrativo para sancionar la infracción a la presente ley. Para tal efecto, volverá a citar al infractor a una segunda audiencia administrativa para que éste sea oído y ofrezca las pruebas en que basa su defensa.

Artículo 91. Rebeldía. Si el infractor no evacua la audiencia la dirección procederá a dictar la resolución correspondiente declarando su rebeldía.

Artículo 92. Prueba. Dentro del procedimiento habrá un período de prueba que tendrá un plazo de diez días, para que el supuesto infractor aporte sus pruebas de descargo, pudiendo utilizarse todos los medios legales de prueba.

Artículo 93. Prueba pericial. En los casos que sea necesario, la dirección podrá contratar los servicios de un perito. En caso de expertajes contradictorios, los expertos designarán un tercero para que emita dictamen.

Artículo 94. Nombramiento del perito. Si la dirección considera necesario, deberá designar un perito. La dirección debe elaborar una lista de peritos expertos en la materia objeto de la queja, entre los cuales puede escoger. El infractor podrá proponer un experto a su costa.

Artículo 95. Impedimentos. No podrán desempeñarse como peritos los miembros del Organismo Judicial. Tampoco podrán serlo quienes tengan con las partes o con la controversia que se somete a su peritaje, algunas de las relaciones que den lugar a abstención, excusa o recusación de juez, de conformidad con la Ley del Organismo Judicial.

Artículo 96. Dictamen. El perito deberá presentar su dictamen dentro del plazo que le fije la dirección, el que no deberá ser mayor de cinco días, a menos que la naturaleza del asunto requiera un plazo mayor. El dictamen deberá contener la opinión del perito sobre la materia que se le solicite, estableciendo, según su criterio y pruebas o análisis realizados, a que persona le asiste la razón.

Artículo 97. Publicidad. Todos los expedientes que inicie la dirección son públicos y pueden ser consultados por las partes interesadas en el procedimiento, sus abogados y representantes.

Artículo 98. Resolución. Concluido el procedimiento, se dictará resolución dentro de los cinco días siguientes, debiendo la dirección, en base a las pruebas recabadas, determinar si el proveedor o prestador de servicios incurrió o no en la infracción y la sanción, en caso afirmativo. La resolución deberá llenar, en lo aplicable, los requisitos que establece la Ley del Organismo Judicial.

De conformidad con los anteriores artículos, conviene determinar el grado de importancia que tendría el hecho de que la DIACO realice procedimientos de conciliación, si estos obedecen a una verdadera tutela efectiva de los derechos de los consumidores o usuarios, y si las formas en que se practican en la realidad responden a esa tutela o no.

SECCIÓN V

APLICACIÓN DE LAS SANCIONES

Artículo 99. Competencia. La aplicación de sanciones establecidas en esta ley corresponde a la dirección, salvo los casos que constituyan delitos, cuyo conocimiento y sanción corresponde a los órganos jurisdiccionales. En el trámite administrativo que se siga para determinar la comisión de una infracción a los derechos de los consumidores o usuarios, la dirección debe actuar con oficiosidad, celeridad, imparcialidad y especialidad de las actuaciones. Si de la investigación que se realice apareciera la comisión de un delito, la dirección se abstendrá de imponer sanción alguna y pondrá, de oficio, el hecho de conocimiento del Ministerio Público.

Artículo 100. Aplicación. Si agotada la vía administrativa, la parte a la que se le hubiere puesto alguna sanción, no recurre a lo establecido en el Artículo 106 de

esta ley, la resolución sancionadora quedará firme y se le procederá de la siguiente forma:

- a) Si la sanción consiste en la imposición de multa, ésta deberá pagarse dentro de los diez días siguientes en la tesorería de la dirección con cargo específico a sus fondos privativos. En caso de incumplimiento el cobro se llevará a cabo en la vía económico-coactiva, constituyendo título ejecutivo los documentos siguientes:
 - 1) Certificación de la resolución que contenga la multa impuesta,
 - 2) Certificación del documento en que conste el reconocimiento de la deuda por concepto de multa, efectuada por el infractor o su representante legal ante funcionario o empleado competente.
 - 3) Acta notarial o testimonio de instrumento público autorizado por notario, en que conste el reconocimiento de la deuda por concepto de multa, efectuado por el infractor o su representante legal.
 - 4) Cualquier otro documento que por disposición legal tenga fuerza ejecutiva.
- b) En los casos en que la sanción consista en la publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor, la Dirección supervisará el cumplimiento de esta sanción.

Conviene analizar en este aspecto, el hecho de la imposición de sanciones y la clase de éstas, puesto que a través de los procedimientos de agotar la conciliación, la DIACO, se evita la imposición de sanciones que en determinado

momento no pudieran cumplirse por parte de los infractores que comúnmente pueden ser los proveedores de bienes o servicios.

Artículo 101. Prohibición de doble sanción. Por cada infracción que se cometa, la dirección aplicará una sanción. Sin embargo, cuando un mismo hecho constituya más de una infracción, se aplicará la sanción de mayor valor.

Artículo 102. Destino de los fondos. Los fondos recaudados por concepto de multas y sanciones que se impongan y provengan por la aplicación de esta ley, ingresarán a los fondos privativos de la dirección, para promover la educación al consumidor.

Artículo 103. Extinción de la responsabilidad. La responsabilidad por infracciones y las sanciones establecidas en esta ley y su reglamento, se extinguen en los casos siguientes:

- a) Cumplimiento de la sanción;
- b) Prescripción de la responsabilidad;
- c) Prescripción de la sanción; y,
- c) Por conciliación.

Artículo 104. Prescripción. La responsabilidad por infracciones y las sanciones establecidas en esta ley prescriben por el transcurso del plazo de tres años, los que principian a contarse a partir de la fecha que se cometió la infracción, y si se hubiere impuesto alguna sanción, desde la fecha en que se notificó al infractor la resolución que la impuso. El plazo de prescripción se interrumpe por:

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

CAPÍTULO VIII

IMPUGNACIÓN DE LAS RESOLUCIONES

Artículo 105. Recursos. Las resoluciones de la dirección que pongan fin al procedimiento administrativo podrán ser impugnadas a través de los recursos de revocatoria y de reposición los que se regirán en su forma y plazos por lo establecido en Ley de lo Contencioso Administrativo.

Artículo 106. Proceso de lo contencioso administrativo. En contra de lo resuelto por el Ministerio de Economía, se podrá iniciar el proceso contencioso administrativo de conformidad con la Ley de lo Contencioso Administrativo.

CAPÍTULO IX

DISPOSICIONES TRANSITORIAS, FINALES Y DEROGATORIAS

Artículo 107. Procuraduría. En el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la presente Ley, el Congreso de la República deberá emitir la disposición legal pertinente para que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se convierta en Procuraduría de la Defensa del Consumidor y del Usuario.

Artículo 108. Inicio de funciones. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- del Ministerio de Economía deberá ajustar su procedimiento y funciones de acuerdo a lo prescrito en la presente ley. Todas las gestiones, procedimientos y demás asuntos que se encuentren en trámite o los nuevos que se presenten antes de la fecha en que inicie sus operaciones la dirección, se seguirán tramitando con arreglo a las disposiciones vigentes al momento de su presentación ante el órgano competente.

Artículo 109. Funcionamiento. Para el funcionamiento de la dirección y cumplimiento a lo prescrito de la presente ley, el Ministerio de Economía determinará las transferencias presupuestarias que sean necesarias.

Artículo 110. Reglamento. El Ministerio de Economía deberá elaborar y someter a consideración del Presidente de la República, el reglamento de la presente ley, dentro del improrrogable plazo de sesenta (60) días.

Artículo 111. Derogatoria. Se deroga la Ley de Protección al Consumidor, Decreto Ley 1-85 del Jefe de Estado, y las disposiciones reglamentarias derivadas de la misma.

Artículo 112. Epígrafes. Los epígrafes que preceden a los artículos de la presente ley, no tienen validez interpretativa y no pueden ser citados con respecto al contenido y alcance de sus normas.

Artículo 113. Vigencia. El presente Decreto entrará en vigencia quince días después de su publicación en el diario oficial.

2.3 Análisis del reglamento de la Ley de Protección al Usuario

2.3.1 Fundamentos

Se encuentra contenido en el Acuerdo Gubernativo 777-2003 y tuvo como base:

- a) Que con fecha once de marzo del 2003 se emitió el Decreto Número 006-2003 que contiene la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, que 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.
- b) Que de conformidad con el Artículo 110 del Decreto número 006-2003, del Congreso de la República, el Ministerio de Economía deberá elaborar y someter a consideración del Presidente de la República el reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.
- c) Que es imperativo para la implementación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, emitir las normas de carácter reglamentarias que desarrollen los procedimientos de carácter administrativo y legal que le permitan a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, cumplir con las atribuciones que le asigna el Artículo 54 de dicha ley.

2.3.2 Análisis de contenido

Artículo 1. Materia. Este reglamento desarrolla las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, a efecto de regular la estructura administrativa y el funcionamiento de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor como la unidad administrativa responsable de la aplicación de la citada Ley.

Artículo 2. Definiciones. Para la correcta aplicación del presente reglamento, se entiende por:

- a) La ley: Ley de Protección al Consumidor y Usuario.
- b) La dirección: La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor
- c) Oferta: Conjunto de bienes y mercancías que se presentan al mercado a un precio dado, en condiciones especialmente ventajosas para el consumidor, generalmente a un precio menor que el prevaleciente en el mercado, y por un plazo determinado.
- d) Conciliador: Es el funcionario de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor facultado para ejercer, durante el proceso de resolución de conflictos en la instancia administrativa, la labor de procurar que las partes en conflicto lleguen a un acuerdo sobre el caso en disputa.
- e) Denuncia: Es la acción, de palabra o por escrito ante un funcionario, que se sustancia a la autoridad competente por haberse cometido algún delito o falta, con la obligación de perseguirlo. La palabra denuncia que aparece en los Artículos 9 literal h), 54 literal g) y 77 de La Ley de Protección al Consumidor y Usuario se entiende como sinónimo de queja.

- f) Queja: Acusación por escrito ante la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), quien llevará a cabo un proceso administrativo contra los responsables de la violación de los derechos de los consumidores y usuarios.

- g) Especificación de un Producto: Se entenderá por especificación completa de un producto, la descripción del producto, ingredientes, registro sanitario, peso, fecha de vencimiento y fecha de producción; riesgo de su uso o consumo y contraindicaciones, si fuera el caso.

- h) Pago indebido: Es aquel pago o desembolso que hace el consumidor o usuario al proveedor por creerse deudor, cuando realmente no lo era o que se pagó más de lo realmente adeudado.

- i) La Organización: Es la Organización Internacional de Metrología Legal (OIML)

- j) La comisión: Es la Comisión Electrotécnica Internacional. (CEI)

- k) Productos perecederos: Se consideran productos perecederos los que pierden sus características o propiedades en un tiempo corto después de su fabricación o cosecha, quedando no aptos para el consumo humano.

INCRIPCIÓN Y REGISTRO DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Artículo 3. Obligatoriedad de la inscripción: Las organizaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas a la fecha de la vigencia de este Reglamento, deben solicitar su inscripción a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor dentro de los sesenta días hábiles después de que entre en vigencia

el mismo. Las nuevas organizaciones de consumidores y usuarios que se constituyan deben solicitar su inscripción dentro de los quince días hábiles después de haberse inscrito en el Registro Civil. Para que una organización pueda ejercer las finalidades que establece el Artículo 9 de la ley, el director de la dirección emitirá la resolución respectiva de que ha quedado inscrita y registrada en el registro que para el efecto llevará la dirección.

Artículo 4. Documentación requerida para la inscripción. Para que una organización de consumidores y usuarios se inscriba legalmente en la dirección, debe presentarse solicitud de inscripción en el formulario que para el efecto proporcione la dirección y adjunte la documentación siguiente:

- a) Primer testimonio de la escritura pública constitutiva;
- b) Estatutos y reglamentos internos y cualquier modificación o ampliación que se les hubiere hecho a los mismos;
- c) Certificación de inscripción de la organización completa en el Registro Civil;
- d) Fotocopia completa de cédula de vecindad del representante legal; y
- e) Certificación del acta en la que conste el nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Civil.

Artículo 5. Registro. Como lo establece el Artículo 6 de la ley, la dirección llevará un registro de las organizaciones de consumidores y usuarios y estará a cargo de la unidad administrativa que designe, que como mínimo deberá contar con la información siguiente:

- a) Nombre de la organización;

b) Nombre el representante legal;

c) Domicilio; y

d) Objetivo.

Artículo 6. Promoción de reclamos. Conforme al Artículo 13 de la ley, las organizaciones de consumidores y usuarios formalmente inscritas en la dirección podrán substanciar los reclamos de los consumidores y usuarios ante la dirección. Para facilitar el acercamiento entre las partes, podrán proporcionar asesoría y asistencia técnica para la solución de los conflictos que surjan con los proveedores de bienes y servicios.

PROVEEDORES

Artículo 7. Pagos indebidos. Conforme lo dispuesto en el inciso k) del Artículo 15 de la ley, para que el proveedor pueda aplicar procedimientos sencillos y ágiles, el consumidor deberá presentar su reclamo, debidamente justificado y evidenciado, mediante la presentación de la correspondiente factura o documento que acredite la compra del bien o prestación del servicio, dentro del mismo mes calendario en que fue emitida la factura o documento equivalente. Se exceptúan de esta disposición las facturas o documentos equivalentes que se hayan emitido dentro de los últimos cinco (5) días de cada mes, quienes podrán hacer su reclamo en el siguiente mes calendario. Las devoluciones deberán ser en efectivo, sin embargo, si el consumidor o usuario está de acuerdo, el proveedor podrá ofrecer otras formas de devolución, tales como certificados de regalo, vales por mercadería o canje por mercadería.

Artículo 8. Departamento de Verificación y Vigilancia. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, a través del Departamento de Verificación y Vigilancia, de conformidad con el inciso a) del Artículo 54 elaborará un plan anual que contemple la verificación del cumplimiento de los derechos, obligaciones y prohibiciones de los proveedores, y en caso de determinarse infracciones a la ley iniciará de oficio los procedimientos administrativos, para imponer las sanciones que corresponden conforme el Capítulo VI de la ley.

Artículo 9. Discriminación. De acuerdo con lo establecido en el inciso u) del Artículo 15 de la ley, ningún proveedor debe negarse a proveer un bien o prestar un servicio a cualquier consumidor o usuario, argumentando razones que impliquen discriminación a la persona humana. No obstante, el proveedor se reserva el derecho de permitir el ingreso o la permanencia de consumidores o usuarios en los correspondientes establecimientos, cuando pongan en peligro la integridad física de otros consumidores o usuarios, de los proveedores o sus empleados, causar daño a los productos, mercancías o a las instalaciones del establecimiento.

Artículo 10. Prueba de funcionamiento. De conformidad con lo establecido en el inciso m) del Artículo 15 de la ley, los productos que por su naturaleza sean susceptibles de ser probados o revisados en su funcionamiento antes de la entrega al consumidor o usuario, el proveedor está obligado a probarlo en presencia del consumidor o usuario, para garantizar el buen funcionamiento del bien recibido. Este proceso de prueba o revisión deberá hacerse constar con alguna anotación en la copia de la factura o documento legal correspondiente que conservará el proveedor debidamente firmado por el consumidor.

Artículo 11. Instrumentos de pesaje. Conforme lo establecido en el inciso n) del Artículo 15 de la ley, para asegurar que están en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas y básculas, utilizadas en las

transacciones comerciales, los proveedores que utilicen estos instrumentos de medición deberán presentar a la dirección, en un plazo de noventa días hábiles a partir de la entrada en vigencia de este reglamento constancia de que los instrumentos de medición adquiridos cumplen, con las recomendaciones de la Organización Internacional de Metrología Legal (OIML) o con las normas de la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI), según corresponda. La dirección seleccionará una muestra de los instrumentos instalados y verificará que los mismos se mantengan en los rangos establecidos. Si se comprobare que dichos instrumentos no cumplen con las recomendaciones de la organización o la comisión, La dirección colocará un marchamo para evitar su utilización; y, de acuerdo con el informe rendido por los inspectores, actuará de conformidad con lo establecido en el Capítulo VI de la ley. Si los instrumentos de pesaje se encuentran dentro de los rangos recomendados, los inspectores colocarán una marca que será adherida a dichos instrumentos, para que los consumidores puedan identificar que el instrumento de medición es confiable. Los proveedores que inicien operaciones después de la vigencia del presente reglamento, deben cumplir con lo dispuesto en este artículo.

Artículo 12. Intereses por mora y cheques rechazados. A lo dispuesto en el del Artículo 16 inciso i) de la ley, debe entenderse que los recargos evidentemente desproporcionados serán aquellos que excedan del porcentaje que representan los gastos administrativos de cobranza y de los costos financieros. No se podrán cobrar intereses moratorios que excedan del equivalente a una vez y media la tasa de interés activa promedio ponderada del sistema bancario publicada por la Superintendencia de Bancos en el mes en que correspondía hacer el pago, salvo que se pacte en contrario o se demuestre que los costos financieros del proveedor están por encima de lo establecido por dicha norma.

Artículo 13. Libro de quejas. El libro de quejas será el punto de partida para la solución de conflictos que surjan entre los consumidores y proveedores o usuarios

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

Artículo 14. Autorización del libro de quejas. Para garantizar el derecho de reclamo de los consumidores y usuarios, como lo establece el Artículo 17 de la ley, la dirección, previa solicitud del proveedor, en el formulario que proporcione ésta, autorizará los libros de quejas que requiera. Ningún libro de quejas podrá autorizarse si no llena los requisitos siguientes:

a) Tener impreso el número de folio. b) Los espacios o columnas que permitan anotar la fecha en que se hace el reclamo, el nombre del consumidor o usuario afectado, domicilio, descripción del reclamo, fecha y breve explicación de la solución del mismo. Para toda solicitud de autorización del libro de quejas será necesario llenar el formulario que para el efecto diseñará la dirección. La tasa por servicio de autorización será determinada a través del instrumento legal correspondiente. A solicitud del proveedor la dirección podrá autorizar cualquier otro medio que garantice el derecho de reclamo del consumidor o usuario. Si este se da por medios magnéticos, el solicitante debe garantizar y prever a través de archivos de soporte la seguridad de la información. Dentro de los otros medios la dirección podrá autorizar un sistema de hojas movibles, en este caso el proveedor debe solicitar su autorización, aplicándose el mismo procedimiento y los requisitos que para el libro de quejas. Cometan infracción los proveedores que no tengan libro de quejas u otro medio autorizado por la dirección, así como quienes impidan el acceso de los consumidores o usuarios que deseen registrar su reclamo, por lo que serán sancionados conforme el Capítulo VI de la ley.

Artículo 15. Estandarización del libro de quejas. A fin de estandarizar el libro de quejas la dirección podrá autorizar mediante resolución, a las empresas editoras que soliciten la impresión de dicho libro, bajo su estricta responsabilidad.

Artículo 16. Supervisión. El Departamento de Verificación y Vigilancia dentro de su plan anual de supervisión o vigilancia deberá contemplar la verificación y cumplimiento de lo establecido en el Artículo 17 de la ley.

Artículo 17. Solución conciliatoria del reclamo. El consumidor o usuario que no obtenga solución a su queja dentro del término de ocho días hábiles, así como al que se le impidió el acceso a registrar su reclamo, deberá presentar la denuncia directamente a la dirección o a través de otros medios que ésta ponga a disposición de los consumidores o usuarios, debiendo presentar el documento que acredite la adquisición del bien o del servicio prestado.

Artículo 18. Custodia del libro de quejas. Los proveedores serán responsables de la custodia y salva guarda del libro de quejas o de otros medios autorizados por la dirección, sean estos automatizados o de cualquier otro tipo.

DISPOSICIONES ESPECIALES

Artículo 19. Información básica. Para efecto de lo previsto en el Artículo 18 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, los proveedores que intervengan en la distribución y comercialización, serán responsables solidarios del incumplimiento de la información básica consignada en etiquetas, envolturas, envases y empaques, así como de las características que esta información debe reunir según dicho artículo. Se exceptúan de esta obligación los productos de mercado o aquellos que por su naturaleza se venden a granel, en cuyo caso la información se podrá consignar en lugar visible en el lugar donde se expenden. La Dirección del Sistema Nacional de Calidad del Ministerio de Economía y el Laboratorio Nacional

para el Control de Alimentos del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social deben proporcionar el apoyo que se requiera, para lo cual la dirección deberá coordinar sus planes de supervisión y vigilancia con estas entidades. La omisión de proporcionar la información de los productos y servicios que se ofrecen a los consumidores y usuarios se considera como infracción y será sancionada conforme a lo establecido en el Capítulo VI de la ley.

Artículo 20. Exhibición de precios. Para verificar el cumplimiento de lo prescrito por el Artículo 19 de la ley, el Departamento de Verificación y Vigilancia contemplará dentro de sus planes de trabajo, las visitas sorpresa que permitan comprobar el cumplimiento de esta disposición. Los consumidores y usuarios y las organizaciones de éstos, al tener conocimiento de que se está incumpliendo dicho artículo, harán la denuncia respectiva a la unidad administrativa que designe la dirección, personalmente o por otro medio que proporcione la dirección. Los establecimientos comerciales que no cumplan con la exhibición de precios como lo establece el Artículo 19 de la ley, cometen infracción y los propietarios serán sancionados conforme a lo establecido en el Capítulo VI de la ley.

Artículo 21. Publicidad Engañosa. Cuando la dirección determine, por denuncia o de oficio, que se está utilizando publicidad engañosa, en la forma que los indica el Artículo 20 de la ley, procederá a sancionar a quienes resulten responsables, conforme lo establecido en el Capítulo VI de la ley.

Artículo 22. Promociones, ofertas o liquidaciones de temporada. Para el caso de los proveedores que infrinjan las normas establecidas en los Artículos 24 y 25 de la ley, la dirección iniciará de oficio el procedimiento administrativo para ser sancionados conforme lo establecido en el Capítulo VI de la ley. En lo que se refiere a promociones, ofertas o liquidaciones de temporada, en las cuales se ofrezca algún incentivo para participar en concursos o sorteos, el proveedor

deberá hacer del conocimiento del consumidor y usuario la forma en la que se hará el concurso o sorteo, el lugar y la hora en la que se llevará a cabo dicha actividad, por los medios de comunicación idóneos, así mismo deberá informar por los mismos medios los resultados de dichos concursos o sorteos. Por otra parte, este tipo de eventos deberá de regirse en lo que sea pertinente a lo estipulado en las leyes específicas que le sean aplicables.

Artículo 23. Garantías. De conformidad con lo establecido en los Artículos 22 y 23 de la ley, el consumidor tiene el derecho a exigir el correspondiente certificado de garantía de uso o de funcionamiento, verificando que el mismo contenga claramente las condiciones de forma, plazo, y lugar en que el consumidor podrá hacer efectiva la garantía. El proveedor que no extienda garantía o la extienda incompleta comete caso especial de infracción y será sancionado conforme lo establecido en el Capítulo VI de la ley.

NORMALIZACION Y METROLOGIA

Artículo 24. Normalización y metrología. Para la aplicación de los Artículos 26 y 36 de la ley, la dirección coordinará con los ministerios de Estado y las instituciones que supervisan a las empresas prestadoras de los servicios de que se trate, a fin de evitar la duplicidad de esfuerzos, así como para optimizar las funciones y control correspondiente. Para lograr una adecuada coordinación con las instituciones referidas en el párrafo anterior, la dirección celebrará convenios interinstitucionales en los que se establezcan los procedimientos y las acciones que coordinadamente se deben llevar a cabo.

Artículo 25. Consumo sustentable. Para los efectos de lo establecido en el Artículo 5 inciso c), la dirección coordinará con las instituciones responsables de la implementación de políticas encaminadas a la protección y mejoramiento del

medio ambiente, especialmente en lo referente a las políticas de consumo sustentable.

VI. CREDITOS PARA EL CONSUMO

Artículo 26. Operaciones de créditos para el consumidor. Conforme lo establecido en el Artículo 27 de la ley, se debe entender que los créditos para el consumo, solamente se consideran como tales cuando dicha operación es otorgada directamente por el proveedor al consumidor o usuario para la adquisición de un bien o servicio.

Artículo 27. Operaciones de crédito. Conforme lo dispuesto en los Artículos 27 y 29 de la ley la información a que se refieren los incisos a), b), d), f) y h) del Artículo 27, el proveedor deberá ponerla a disposición del consumidor o usuario, en la cotización escrita que este le presente. En cuanto a la información de los incisos c), e) y g) de dicho artículo, deberá hacerse constar en el contrato respectivo. Comete infracción el proveedor que no documente la información previa al consumidor o usuario sobre las condiciones que se le otorgará el crédito y será sancionado conforme lo establecido en el Capítulo VI de la ley.

PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Artículo 28. Servicios prestados sin contrato escrito. Cuando no exista contrato escrito, que establezca las condiciones para la prestación de un servicio, la base para el cobro es la misma prestación de servicio, en consecuencia no se deberá incluir otros cargos, como elaboración de presupuesto, almacenaje o custodia u otros cobros similares.

Artículo 29. Abandono de bienes. Se establece en el Artículo 34 de la ley, que el consumidor o usuario que no se presente a retirar un bien dejado para su

reparación en un plazo de treinta días hábiles, el proveedor podrá cobrar además de la reparación, el almacenaje y la custodia. Para el efecto, se hace necesario, que el proveedor demuestre fehacientemente que ha comunicado al consumidor o usuario que el bien estaba reparado y que transcurrieron treinta días hábiles contados a partir de la fecha del aviso respectivo y que el consumidor o usuario no se presentó a retirar el bien dentro de dicho plazo. En cuanto a que los bienes llevados para su reparación y que después de un año no hayan sido retirados, se considerarán abandonados y pasarán a ser de propiedad del proveedor de servicios. Para el efecto, será necesario que el proveedor demuestre fehacientemente que ha comunicado al consumidor o usuario que el bien estaba reparado y que transcurrió un año contado a partir de la fecha del aviso respectivo y que el consumidor o usuario no se presentó a retirarlo.

SERVICIOS PUBLICOS

Artículo 30. Instrumentos y unidades de medición. Para los efectos de lo establecido en el Artículo 36 de la ley, la dirección, en coordinación con la Dirección del Sistema Nacional de Calidad del Ministerio de Economía, el Ministerio de Energía y Minas y la Superintendencia de Telecomunicaciones y demás entes nacionales responsables de la prestación del servicio de que se trate, definirá un programa anual de inspección y verificación de los instrumentos de medición de energía eléctrica, combustibles, comunicaciones, agua potable o cualquier otro similar, que utilizan las empresas prestadoras de los servicios.

Artículo 31. Aseguramiento del funcionamiento de los instrumentos de medición. Para asegurar el funcionamiento de los instrumentos de medición de los servicios públicos las empresas autorizadas para prestar dichos servicios deben proceder de la forma siguiente:

a) Energía eléctrica y agua potable. Para asegurar el funcionamiento de los instrumentos de medición de los servicios de energía eléctrica y agua potable, las empresas autorizadas para prestarlos deberán entregar, a las personas que solicitan el servicio, la constancia de calibración del instrumento de medición que será instalado. En el proceso de verificación de los instrumentos de medición que se utilizan para la prestación de estos servicios, las empresas deben presentar a la dirección constancia de que los instrumentos de medición adquiridos cumplen con las normas y reglamentos técnicos emitidos por los organismos del Estado; o, en su defecto, con las recomendaciones de la Organización Internacional de Metrología Legal (OIML) o con las normas de la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI), según corresponda. La dirección seleccionará una muestra de los instrumentos instalados y verificará que los mismos se mantengan en los rangos establecidos. En el caso de denuncias relacionadas con los instrumentos de medición de los servicios de energía eléctrica y agua potable, la dirección solicitará a las empresas prestadoras del servicio que durante el período de la inspección y verificación del instrumento de medición objeto de la denuncia, lo sustituyan, en presencia de un inspector designado por ésta, por otro que cuente con el certificado de calibración. El instrumento de medición sustituido será enviado al laboratorio designado por la dirección para que rinda un informe técnico sobre su estado, incluyendo la verificación del cumplimiento de la normativa nacional existente, o los sugeridos por la Organización Internacional de Metrología Legal (OIML) o la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI), según corresponda. Si el informe demuestra que el instrumento de medición se encuentra en mal estado por causas no imputables a las empresas prestadoras de los servicios, el mismo será sustituido por éstas con cargo al usuario, quien además cubrirá los costos incurridos en el proceso de verificación y sustitución del

instrumento de medición. Si el informe demuestra que el instrumento de medición se encuentra en buen estado, pero fuera del margen de error permitido por la normativa nacional existente, o el error sugerido por la Organización Internacional de Metrología Legal (OIML) o la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI), según corresponda el instrumento será sustituido, sin ningún cargo para el usuario, por las empresas prestadoras de los servicios, quienes además cubrirán los costos incurridos en el proceso de verificación y sustitución del instrumento de medición y serán sancionadas de conformidad con lo que establece el Capítulo VI de la ley.

- b) Combustibles. Para asegurar el funcionamiento de los instrumentos de medición (dispensadores) de combustibles, las empresas que requieran autorización para prestar dichos servicios, deberán adjuntar a la solicitud presentada al Ministerio de Energía y Minas, la constancia de calibración de cada uno de los dispensadores de combustibles que serán puestos en funcionamiento. Para la verificación periódica de los instrumentos de medición (dispensadores) de combustibles, La Dirección coordinará sus actividades con el Ministerio de Energía y Minas y con la Unidad de Inspección y Verificación, en materia de metrología legal, de la Dirección del Sistema Nacional de Calidad del Ministerio de Economía, quienes elaborarán un programa anual, selectivo y permanente de verificación. Dicho programa incluirá el procedimiento de verificación de los dispensadores de combustible, la obligatoriedad de calibración de tales instrumentos de medición y la utilización de una marchamo que será adherido a los dispensadores de combustibles que se encuentren en buen funcionamiento; o, en su defecto, un marchamo que será colocado en aquellos que están en mal estado para evitar su utilización. Para las denuncias que reciba la dirección, relacionadas con los instrumentos de medición

(dispensadores) de combustibles, ésta designará a un inspector para que, juntamente con las instituciones señaladas, verifiquen el funcionamiento del instrumento de medición objeto de la denuncia. Si se comprobare el mal funcionamiento de éste, la dirección colocará un marchamo para evitar su utilización; y, de acuerdo con el informe rendido por los inspectores, actuará de conformidad con lo establecido en el Capítulo VI de la Ley de Telefonía Fija o Celular. Para asegurar el funcionamiento de los instrumentos de medición relacionados con las comunicaciones, las empresas que requieran autorización para prestar dichos servicios, deberán adjuntar a la solicitud presentada a la Superintendencia de Telecomunicaciones, la constancia de calibración de cada uno de los instrumentos de medición que utilizan para el cobro de los servicios que prestan. Para la verificación periódica de los instrumentos de medición relacionados con las comunicaciones, la dirección coordinará sus actividades con la Superintendencia de Telecomunicaciones y con la Unidad de Inspección y Verificación, en materia de metrología legal, de la Dirección del Sistema Nacional de Calidad del Ministerio de Economía, quienes elaborarán un programa anual de verificación, en el que se incluirá la obligatoriedad de calibración de tales instrumentos de medición. Para las denuncias que reciba la dirección, relacionadas con los instrumentos de medición de comunicaciones, ésta designará a un inspector para que, juntamente con las instituciones señaladas en el párrafo anterior, verifiquen el funcionamiento del instrumento de medición relacionado con la denuncia. Si se comprobare el mal funcionamiento de éste, la dirección actuará según lo establecido en el Capítulo VI de la ley.

SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Artículo 32. Medidas que debe adoptar el proveedor. En cuanto a lo prescrito en el Artículo 40 de la ley, el proveedor además de tomar las medidas pertinentes, debe informar por escrito a la dirección, adjuntando la constancia de que inmediatamente informó al órgano estatal correspondiente, el procedimiento que utilizará para resarcir a los consumidores y usuarios por el daño que se hubiera causado. La dirección, en coordinación con el órgano estatal respectivo verificará que el proveedor cumpla con el procedimiento propuesto. El proveedor debe proceder de la misma manera para el caso del Artículo 44 de la ley.

PROTECCIÓN CONTRACTUAL

Artículo 33. Contratos de adhesión. Todo proveedor de bienes o prestador de servicios que utilice los contratos de adhesión para la formalización de las obligaciones del consumidor o usuario, deberá elaborar o readecuar y presentar a la dirección para su aprobación y registro, el formato de los referidos contratos, a fin de verificar que cumplan con los requisitos establecidos en la ley y que no se encuentran dentro de las estipulaciones contenidas en el Artículo 47 de la ley. De acuerdo con el Artículo 52 de la ley, los proveedores presentarán los contratos de adhesión, en forma directa o a través de su asociación o gremial respectiva a la dirección, quien procederá a su estudio y análisis y de ser necesario, correrá audiencia al proveedor para discusión del contrato, a efecto de aprobarlo y llevar a cabo su correspondiente registro.

ORGANIZACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR

Artículo 34. Atribuciones del director. Además de las atribuciones que le confiere la ley, el director deberá establecer la estructura organizacional que permita a la

dirección cumplir con los objetivos y atribuciones que se le asignan, para lo cual deberá emitir el instrumento legal correspondiente.

Artículo 35. Subdirector. La dirección contará con un subdirector, quién en caso de ausencia o impedimento temporal del director asumirá el cargo del mismo.

Artículo 36. Auditoria interna. De conformidad con la ley la inspección, fiscalización y control de las operaciones contables de la dirección estarán a cargo de la auditoria interna.

Artículo 37. Consultores. La dirección deberá contar con un banco de técnicos y profesionales en diferentes disciplinas, jurídicos, sociales y económicos que podrán ser requeridos por la dirección durante el procedimiento administrativo establecido en la ley.

Artículo 38. Asesoría. La dirección deberá contar con un cuerpo de asesores jurídicos, técnicos y administrativos, su función será asesorar a la dirección en el ámbito de su competencia según las atribuciones que le otorga la ley.

RÉGIMEN ECONÓMICO Y FINANCIERO

Artículo 39. Patrimonio de la dirección. De conformidad con el Artículo 63 de la ley, el patrimonio de la dirección se integra, entre otros, con las donaciones o subsidios recibidos de personas individuales o jurídicas, la dirección podrá recibir las donaciones siempre que no generen compromisos que afecten las funciones de protección al consumidor y usuario. Así como, las tasas que cobre por los servicios que preste a los proveedores.

Artículo 40. Asignación presupuestaria. Los fondos que se le asignen anualmente en el presupuesto general de ingresos y egresos del Estado deberán ser los que le

permitan atender con eficiencia y eficacia los programas de tutela al consumidor y usuario, así como las demás funciones y atribuciones que le establece la ley.

Artículo 41. Destino de los fondos privativos. El destino de los fondos privativos que provengan de los ingresos de las sanciones y de las tasas de servicio que cobre la dirección, será principalmente para promover la educación al consumidor y usuario. Para efectos de este reglamento se entenderá por educación la realización de seminarios, congresos, talleres, campañas publicitarias por los medios masivos de comunicación y la elaboración y distribución de cualquier material impreso que divulgue los derechos y protección de los consumidores y usuarios.

INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 42. Infracciones. Para la aplicación de las multas a las infracciones establecidas en los Artículos 70 y 71, se observaran los criterios establecidos en el último párrafo del Artículo 69 de la ley.

Artículo 43. Publicación de las investigaciones. El infractor será responsable de las costas en que se incurra durante la investigación de la infracción y de la publicación del resultado en el diario de mayor circulación del país que determine la dirección.

Artículo 44. Reparación, restitución, reposición o devolución: Para los efectos de lo previsto en el Artículo 74 de la ley, cuando el consumidor o usuario concurra a interponer denuncia a la dirección, deberá demostrar que registró su reclamo en el libro de quejas del proveedor dentro de los tres meses siguientes de adquirido el producto o dentro de los siete días hábiles si este es un producto perecedero. El monto de la indemnización por daños ocasionados, si procediera, será calculado

de acuerdo con los gastos incurridos por el consumidor o usuario de tal forma que puedan ser comprobados por la dirección.

Artículo 45. Sanciones a los consumidores y usuarios. Como lo determina el Artículo 76 de la ley, los consumidores o usuarios pueden ser sancionados por los proveedores o prestadores de servicios cuando incurran en violaciones a lo negociado o pactado, en la forma que lo determina el contrato o negociación, sin embargo, el consumidor o usuario puede recurrir al derecho de defensa que le garantiza dicho artículo, utilizando el procedimiento administrativo, para lo cual concurrirá a la dirección a solicitar se le otorgue la defensa correspondiente, debiendo llenar el formulario que le proporcionará y acompañara a la solicitud todos los documentos o evidencias que permitan hacer un análisis del caso, sin perjuicio de que pueda hacer valer su derecho de defensa en la vía administrativa o legal correspondiente.

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA RESOLUCION DE CONFLICTOS

Artículo 46. Procedimiento administrativo. De acuerdo con la ley, la dirección está facultada para sancionar a los infractores de la ley. Se podrá iniciar el procedimiento administrativo de oficio o por medio de queja presentada por un consumidor o usuario, o por una organización de consumidores y usuarios, conforme con los procedimientos establecidos en la Sección IV del Capítulo VII y Capítulo VIII de la misma, debiendo observar los principios de celeridad, moralidad, equidad, formalidad y publicidad.

Artículo 47. Procedimiento administrativo para la resolución de conflictos. Para lo dispuesto en el Artículo 78 de la ley, el procedimiento administrativo se llevará a cabo únicamente cuando las partes no lleguen a un acuerdo en el arreglo directo y conciliatorio, y no optaren por el arbitraje de consumo. Sin embargo, al

procedimiento de arbitraje de consumo podrá aplicarse en cualquier fase del proceso administrativo, según Artículo 83 de la ley.

Artículo 48. Inicio del procedimiento administrativo. El procedimiento administrativo se inicia con el planteamiento de la queja ante la dirección, para lo cual el consumidor o usuario que se considera agraviado deberá llenar el formulario que se le proporcione, en el que se describirá la queja. Este formulario deberá contener la información a que se refiere el Artículo 86 de la ley, y cualquiera otra que se estime necesaria. El consumidor o usuario al presentar la queja deberá identificarse plenamente, debiendo presentar los documentos que acrediten la compra del bien o la prestación del servicio reclamado.

Artículo 49. Nombramiento de conciliador. Recibido el formulario de queja a que se refiere el artículo anterior, la dirección procederá a nombrar un conciliador, quien deberá llevar a cabo el proceso administrativo para la resolución del conflicto, conforme al procedimiento establecido en la Sección IV del Capítulo VII de la ley.

Artículo 50. Representación. En todas las gestiones que se realicen ante la dirección por medio de representantes legales deberán presentar los documentos que los acrediten como tales, salvo que ya obre en el expediente el instrumento formal de la representación legal.

Artículo 51. Nombramiento de peritos. La dirección podrá designar un perito cuando la naturaleza de la denuncia lo requiera y el infractor tendrá la facultad de proponer un experto o perito a su costa.

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 52. Asignación de recursos. Al entrar en vigencia el presente reglamento el Ministerio de Finanzas Públicas deberá asignar las partidas presupuestarias, que a requerimiento del Ministerio de Economía y previa solicitud de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, se estimaron necesarias para iniciar el desarrollo de sus procedimientos y funciones de acuerdo con lo estipulado en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 006-2003 del Congreso de la República y en el presente reglamento.

Artículo 53. Plazo de adaptación. Teniendo en cuenta los cambios y adaptaciones que el productor y el proveedor de bienes y servicios deberán efectuar para cumplir con las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario y su reglamento, se otorgan sesenta días hábiles, a partir de la vigencia del presente Reglamento, para que agoten las existencias de productos que eventualmente no cumplen con disposiciones de la ley, y para que los nuevos lotes de producción se ajusten a las disposiciones del Decreto 006-2003 del Congreso de la República, Ley de Protección al Consumidor y Usuario y su Reglamento.

Artículo 54. Derogatorias. Se derogan todas aquellas disposiciones que se opongan al presente Reglamento.

Artículo 55. Vigencia. El presente reglamento empezará a regir el día de su publicación en el Diario de Centro América, órgano oficial del Estado.

Como se podrá observar con el presente reglamento se trata de regular de una manera más detallada algunos aspectos relacionados con la ley, que no podrían serlo sino se contaba con un reglamento, pero que el mismo también adolece por ser incompleto, y fundamentalmente en lo que se pretende con el

desarrollo de este tema, en cuanto a que en este reglamento, no se regula nada, de la conveniencia que resultaría para los consumidores o usuarios, en una protección a sus derechos, con el hecho de que se cuente con un registro nacional de contratos de adhesión.

CAPÍTULO III

3. Los contratos de adhesión y sus repercusiones en las obligaciones de las partes contractuales

3.1 Definición de contrato

Es sentido amplio, contrato es sinónimo de convención. Para la ley, existe contrato cuando varias personas se ponen de acuerdo sobre una declaración de voluntad común, destinada a reglar sus derechos, y agrega que las convenciones hechas en los contratos forman para las partes una regla a la cual deben someterse como a la ley misma.⁴

“El contrato es un acuerdo obligatorio de voluntades, con el objeto de crear, conservar, modificar, transmitir derechos y obligaciones”.⁵

3.2 Principios de la contratación

Los fundamentales son:

- a) Consensualista: Que no es más que debe contener un consenso entre los suscribientes del contrato. Es así como el Artículo 1251 del Código Civil indica: “El negocio jurídico requiere para su validez: capacidad legal del sujeto que declara su voluntad, consentimiento que no adolezca de vicio y objeto lícito”.

⁴ Código Civil, **Artículo 1517**

⁵ Espasa Calpe, S.A. **Diccionario Jurídico**, Pág. 266

- b) Autonomía de la voluntad: Es una característica fundamental de toda contratación, de igual manera, esto se encuentra regulado en el Artículo 1251 del Código Civil ya señalado. Adicionalmente, el Artículo 1252 del mismo cuerpo legal indica: “La manifestación de voluntad puede ser expresa o tácita y resultar también de la presunción de la ley en los casos en que ésta no disponga expresamente. El silencio no se considerará como manifestación tácita de voluntad, sino en los casos en que existe, para la parte a quien afecta, la obligación de explicarse”.⁶
- c) Formalista: Es un elemento esencial para determinados contratos, sin embargo, existen otros, como los de tipo mercantil o comercial, que no necesitan de formalidad, tal como lo preceptúa el Artículo 1518 del Código Civil que establece: “Los contratos se perfeccionan por el simple consentimiento de las partes, excepto cuando la ley establece determinada formalidad como requisito esencial para su validez”.

3.3 Los elementos fundamentales de los contratos

- a) La capacidad: Desde el punto de vista muy amplio, se puede definir la capacidad como la medida de la aptitud de las personas en relación con los derechos y deberes jurídicos. Esa capacidad se ha clasificado por la doctrina en capacidad de goce o capacidad jurídica o legal, que es la medida de aptitud para ser titular de derechos o deberes; y capacidad de obrar, que es la medida de la aptitud para producir efectos jurídicos válido mediante actos de la propia voluntad.
- b) El Consentimiento: No basta con que el contrato existan o se configuren los elementos esenciales a la existencia del mismo,

⁶ Código Civil, **Artículo 1253**

consentimiento, objeto y causa; tampoco es suficiente que se configure unos de los elementos esenciales a la validez del contrato como es la capacidad, también es necesario que el consentimiento de la parte sea válido. El consentimiento válido implica que las manifestaciones de voluntad de las partes contratantes estén exentas de irregularidades, anormalidades o vicios que invaliden el consentimiento otorgado por ellas. El estudio de las causas, motivo o circunstancia capaces de anular el consentimiento otorgado por las partes contratantes ha sido objeto de largo y profundo estudios por la doctrina, que para ello ha estructurado la teoría sobre los vicios del consentimiento.

“La teoría de los vicios del consentimiento tiene por objeto determinar en primer término cuales circunstancias son aquellas suficientes para invalidar dicho consentimiento, y en segundo lugar, estudiar los efectos que dichas circunstancias producen sobre el contrato celebrado por las partes. Si bien en Roma se realizan los primeros estudios sobre las circunstancias capaces o aptas para invalidar el consentimiento, es en la doctrina moderna donde se estructura de una manera sistemática el estudio de dichas causas y de sus correspondientes efectos. Ello es lógico, si se considera que el fundamento de la contratación moderna es eminentemente consensualista y por lo tanto, las causas que invalidan el consentimiento adquieren primordial y revelante importancia. En la doctrina moderna las causas y circunstancias susceptibles de invalidar o anular el consentimiento reciben el nombre de vicios, terminología que ha sido adoptada de un modo casi unánime tanto por la legislación como por la jurisprudencia. En general, los vicios del consentimiento son: el error, el dolo y la violencia. La teoría

general de los vicios del consentimiento se dedica especialmente al estudio de estas tres nociones. ⁷

3.4 Clasificación de los contratos

Según surjan obligaciones para una o para ambas partes de un contrato:

- a) Contratos unilaterales.
- b) Contratos bilaterales o sinalagmáticos.

Según el fin perseguido por las partes al contratar:

- a) Contratos onerosos.
- b) Contratos gratuitos.

Según que la determinación de las prestaciones de una o algunas de las partes dependa o no de un hecho casual:

- a) Contratos conmutativos.
- b) Contratos aleatorios.

Según su modo de perfeccionamiento, o según sus requisitos extrínsecos, como afirma la parte de la doctrina:

- a) Contratos consensuales

⁷ **Ob. Cit.** Pág. 676

b) Contratos reales.

c) Contratos solemnes.

Según su carácter:

a) Contratos preparatorios

b) Contratos principales

c) Contratos accesorios.

Según la duración de la enajenación de las prestaciones:

a) Contratos de tracto o cumplimiento instantáneo

b) Contratos de tracto o cumplimiento sucesivo.

Según las normas legales que lo regulan:

a) Contratos nominados

b) Contratos innominados.

Según la situación de igualdad de las partes:

a) Contratos paritarios

b) Contratos de adhesión.

Según que el contrato produzca efectos obligatorios exclusivamente para las partes contratantes o también los produzca para terceros que no lo haya convenido:

a) Contratos individuales

b) Contratos colectivos.

3.5 Los contratos de adhesión

A) Definición

Los contratos de adhesión son documentos que contienen cláusulas elaboradas únicamente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o a la prestación de un servicio.

Se llaman contratos de adhesión, porque el proveedor presenta las condiciones y los términos de la venta del producto o servicio que ofrece, y no le resta más que al consumidor o usuario, aceptarlos, y textualmente adherirse a los mismos. El Artículo 1520 del Código Civil indica: “Los contratos de adhesión, en que las condiciones que regulan el servicio que se ofrece al público son establecidas solo por el oferente, quedan perfectos cuando la persona que usa el servicio acepta la condiciones impuestas. Las normas y tarifas de estos negocios deben ser previamente aprobadas por el Organismo Ejecutivo, para que pueda actuar la persona o empresa que hace la oferta, incurriendo en responsabilidad en caso contrario. Cuando la variación de las circunstancias en que fue autorizado un servicio de carácter público haga demasiado onerosas las normas y tarifas

aceptadas, puede el Ministerio Público o el representante de la municipalidad respectiva, pedir la revisión de las condiciones impuestas”.

El Artículo 3⁸ define como contrato de adhesión “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.”

B) Antecedentes

Para conocimiento del grado de aceptación de estos contratos por adhesión del consumidor en el mundo, es necesario remontarse a la era industrial de posguerra, que nace confrontada con las normas previstas por la codificación civil, en la que aún no existían ni se imaginaban los principios de buena fe contractual, de lesión subjetiva, o de derechos abusivos. “Existía por entonces una fuerte industria fabril en pleno desarrollo, a iniciativa de la actividad comercial de los fabricantes y empresarios de Europa y EE.UU., embarcados en las poderosas producciones seriadas y masivas, resultantes de la reciente finalización de la segunda guerra mundial. En efecto, se brindó la posibilidad de poder continuar la producción, sin requerir mayor mano de obra o nuevos edificios, gracias al regreso de los soldados y a los espacios fabriles en ese entonces desocupados. Consecuentemente se implanta como modalidad de la fabricación seriada de automotores, la división económica de las unidades producidas. Su resultado daba un precio fijo e inamovible; se ofertaba el automotor con un precio preestablecido que impedía en el comprador poder alguno de negociación o modificación.

Es significativo que esta comercialización potencial capitalista dio origen al típico contrato por adhesión, en la necesidad de posibilitar la celebración del

⁸ Ley de Protección del Consumidor y Usuario

contrato entre productor y consumidor. Hoy es el contrato usado por excelencia y masivamente, para la provisión de bienes o servicios. ⁹

3.6 Obligaciones más comunes para los consumidores

- A) Leer con cuidado antes de aceptar las condiciones y firmar.
- B) El consumidor o usuario, puede solicitar información sobre el comportamiento comercial (numero de quejas y motivos de reclamación) de determinados proveedores.
- C) Asesorarse previamente con persona profesional de su confianza
- D) Solicitar que se le lea y explique el contenido integro del contrato, e incluso, lo que esta enmarcado con letra más pequeña.

3.7 Los contratos de adhesión en el orden privado y público

Existe en el orden público y privado contratos de adhesión, la diferencia estriba en que en el orden público, el ejecutivo tiene la obligación de registrar y aprobar en todo caso los contratos de adhesión, que se refieran a los servicios públicos, tal como lo regula el Código Civil guatemalteco, y en el caso de los contratos de adhesión en el orden privado, se circunscribe a lo que preceptúa la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

En el análisis conviene determinar lo que pudiera suceder en el caso de los servicios públicos y los contratos de adhesión, si se toma en cuenta que éstos ocasionan perjuicio para la clase de consumidores o usuarios, por cuanto, se circunscribe unilateralmente, con el debido tiempo por parte de quien lo hizo, y

⁹ Sotos, Luigi, **Historia de los contratos de adhesión**, Página electrónica

ello, en definitiva perjudica al consumidor o usuario que no ha tenido el tiempo suficiente para estudiar dicho contrato, porque lo único que le queda es si acepta o no dicho contrato, y esta regla rige tanto en el orden público como privado, con el agravante en el sector público, de que en todo caso, es la DIACO la que conoce de las denuncias o quejas, y esta es una entidad que pertenece al Ministerio de Economía, por cuanto, el Estado no podría actuar como juez y parte en las relaciones comerciales o mercantiles, o en todo caso, en la prestación de los servicios públicos, porque efectivamente sería una decisión, un fallo parcializado.

CAPÍTULO IV

4. Análisis de la obligación registral de los contratos de adhesión, lo que sucede en la realidad y en la legislación comparada

4.1 La obligación registral

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario regula la obligatoriedad del registro de los contratos de adhesión, así también, el Artículo 1520 del Código Civil establece la obligación de que las normas y tarifas en este tipo de negocios (contratos) deben ser previamente aprobados por el Ejecutivo, y específicamente esta norma se refiere a los contratos de adhesión que se suscitan dentro de la esfera de lo público, con los servicios públicos.

El Artículo 47 de la Ley de Protección del Consumidor y Usuario indica: “Contratos de adhesión. Se entenderá por contrato de adhesión, aquel cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por una de las partes, sin que la otra pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar. No producirán efecto alguno en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que:

- a) Otorguen a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su sólo arbitrio el contrato, salvo cuando esta facultad se conceda al consumidor o usuario en las modalidades de venta por correo, a domicilio, por muestrario o catálogo, usando medios audiovisuales u otras análogas y sin perjuicio de las excepciones que las leyes establezcan.
- b) Establezcan incremento de precios del bien o servicio por accesorios, financiamiento o recargos no previstos, salvo que dichos incrementos

correspondan a prestaciones adicionales susceptibles de ser aceptadas o rechazadas en cada caso y estén consignadas por separadas en forma específica.

- c) Hagan responsable al consumidor o usuario por los efectos de las deficiencias, omisiones o errores del bien o servicio cuando no les sean imputables.
- d) Contengan limitaciones de responsabilidad ante el consumidor o usuario que puedan privar a este de su derecho o resarcimiento por deficiencias que afecten la utilidad o finalidad esenciales del bien o servicio.
- e) Incluyan espacios en blanco que no hayan sido llenados o inutilizados antes que se suscriba el contrato.
- f) Impliquen renuncia o limitación de los derechos que esta ley reconoce a los consumidores y/o usuarios.

De conformidad con lo anterior, cabe señalar que las estipulaciones que se regulan, obedecen a cláusulas abusivas que pueden determinar los proveedores de bienes o servicios, o incluso el Estado como prestador de los servicios públicos, y que efectivamente lo que tratan las normas que de alguna manera regulan los contratos de adhesión, es precisamente evitar los abusos de que pudieran ser objeto los consumidores o usuarios respecto a los servicios o bienes.

El Artículo 48 del mismo cuerpo legal,¹⁰ respecto a las características que deben contener este tipo de contratos, indica: “Características. Además de lo establecido en otras leyes los contratos de adhesión podrán constar en formularios ya impresos o reproducidos y deberán estar escritos en idioma

¹⁰ Ley de Protección del consumidor y Usuario

español con tamaño de letra y caracteres legibles a simple vista. Las cláusulas en que no se cumplan dichos requisitos no producirán efecto alguno para el consumidor o usuario. No deberá hacerse relación a textos o documentos que no se proporcionen al consumidor o usuario simultáneamente a su suscripción. Si el acuerdo de arbitraje ha sido incorporado a contratos mediante formularios, dichos contratos deberán incorporar en caracteres destacados, claros y precisos la siguiente advertencia: “ESTE CONTRATO INCLUYE ACUERDO DE ARBITRAJE”.

Y con respecto a la interpretación de este tipo de contratos, el Artículo 49 dice: Interpretación. Las cláusulas de los contratos de adhesión se interpretarán de acuerdo con el contenido literal de las mismas; en caso de duda, deberán interpretarse en el sentido más favorable al consumidor o usuario. Serán nulas ipso jure las cláusulas que infrinjan las disposiciones de la presente ley.

4.2 Con respecto al registro de los contratos de adhesión

El Artículo 33 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario indica: “Contratos de Adhesión. Todo proveedor de bienes o prestador de servicios que utilice los contratos de adhesión para la formalización de las obligaciones del consumidor o usuario, deberá elaborar o readecuar y presentar a la dirección para su aprobación y registro, el formato de los referidos contratos, a fin de verificar que cumplan con los requisitos establecidos en la ley y que no se encuentran dentro de las estipulaciones contenidas en el Artículo 47 de la ley. De acuerdo con el Artículo 52 de la ley, los proveedores presentarán los contratos de adhesión, en forma directa o a través de su asociación o gremial respectiva a la dirección, quien procederá a su estudio y análisis y de ser necesario, correrá audiencia al proveedor para discusión del contrato, a efecto de aprobarlo y llevar a cabo su correspondiente registro.”

El Artículo 33 del reglamento al respecto indica: “Contratos de Adhesión. Todo proveedor de bienes o prestador de servicios que utilice los contratos de adhesión para la formalización de las obligaciones del consumidor o usuario, deberá elaborar o readecuar y presentar a la dirección para su aprobación y registro, el formato de los referidos contratos, a fin de verificar que cumplan con los requisitos establecidos en la ley y que no se encuentran dentro de las estipulaciones contenidas en el Artículo 47 de la ley. De acuerdo con el Artículo 52 del la ley, los proveedores presentarán los contratos de adhesión, en forma directa o a través de su asociación o gremial respectiva a la dirección, quien procederá a su estudio y análisis y de ser necesario, correrá audiencia al proveedor para discusión del contrato, a efecto de aprobarlo y llevar a cabo su correspondiente registro.

Como se puede observar en el caso de las normas citadas anteriormente, establece un procedimiento, a juicio de quien escribe, tenue de la forma en que debiera registrarse los contratos de adhesión, si considera o no correrle audiencia al proveedor para la discusión del contrato, si no es conveniente no se hace y se procede a aprobarlo para su registro correspondiente, sin indicar el objeto del registro, los derechos de los consumidores o usuarios respecto a este registro, que contendrá este registro, será público o no, habrán asesores para informar acerca de este tipo de contratos de adhesión, se publicaran los mismos, etc.

4.3 La función de la DIACO en el registro de los contratos de adhesión

La ley de la materia establece como obligaciones de la Dirección de Atención al Consumidor y usuario, el de registrar los contratos de adhesión.

El Artículo 53 de la ley establece la creación de la DIACO, como una dependencia del Ministerio de Economía, que goza de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio nacional, siendo el órgano

responsable de la aplicación de la Ley de Protección del Consumidor o Usuario. Y el Artículo 54, establece como atribuciones, entre otras:

1. Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.
2. Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.
3. Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor o usuario un mejor conocimiento de las características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.
4. Promover y realizar investigaciones técnicas en las áreas de consumo de bienes y uso de servicios.
5. Establecer procedimientos ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos de los que tenga conocimiento de conformidad con esta ley.
6. Llevar registro de las organizaciones de consumidores o usuarios y, cuando sea posible, de los proveedores de determinados productos o servicios.
7. Registrar los contratos de adhesión cuando exista requerimiento de los proveedores y se llenen los requisitos legales.
8. Registrar de oficio los contratos de adhesión.

Como se podrá evidenciar en los últimos dos incisos, se regula que dentro de las atribuciones que tiene la DIACO se encuentra registrar los contratos de adhesión, ya sea por requerimiento de los proveedores o de oficio, sin embargo, no establece un procedimiento para ello.

4.4 Necesidad de que se regule en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario el registro público de los contratos de adhesión

Como se evidenció anteriormente, no existe un marco legal eficiente que regule un registro público de los contratos de adhesión, incluso, debe existir un registro público para las cláusulas abusivas, que contienen muchos contratos de adhesión. Sin embargo, esta preocupación conlleva centrarse en la realidad, a partir de que el mercado de consumo, quienes son los poderosos son los productores, empresas industriales, fabricantes, comerciantes e intermediarios de bienes y servicios. Ellos son quienes dirigen masivas negociaciones con los consumidores, iniciando las relaciones con éstos mediante ofertas publicitarias y concretándolas –en la mayoría de las celebraciones- adhiriéndolos a sus contratos preimpresos en formularios.

Contrastando la superioridad económica de esta poderosa parte, el consumidor se presenta sólo y débil frente a los contratos por adhesión y similares, con la única opción de aceptarlo sin posibilidad de discusión, porque simplemente se refiere a que “tómelo o déjelo”.

Los contratos de adhesión, son denominados también de consumo, produce en el consumidor o comprador inconformidades porque no es posible pactar algunas condiciones que éste quisiera con el proveedor sino que debe sujetarse a lo que ya está estipulado, y a la vez, esto ya está estudiado, analizado, planificado, creando entonces una forma de desventaja para el consumidor o

usuario frente al proveedor de bienes o servicios, aunque en la ley se establezca en su interpretación que siempre debe ser a favor de éstos.

A este tipo de contratos, en la doctrina jurídica se caracteriza como un contrato sin sujeto, al decir de Ghersi, por resultar vacío de contenido en la participación o voluntad del consumidor.

El consumidor, por otra parte, no está en condiciones de juzgar o estudiar en la mayoría de los casos por sí mismo, la idoneidad e inteligencia del contenido de los contratos mercantiles. El que suscribe estos tipos de contratos de consumo, pertenece lógicamente a un público masivo y neófito; por ello los oferentes redactan las cláusulas de tal manera que le resulten intelectualmente imposibles de comprender cuáles serán sus obligaciones. De ahí la presencia de cláusulas de interpretación ambigua, o con características tipográficas pequeñas (la famosa letra chica).

Al contenido íntegro de algunos contratos, sólo un docto en la materia puede entenderlo o interpretarlo. Y se intenta leer en forma pausada al momento de contratar, apremia a los promotores –con cualquier excusa- para limitar el tiempo material de lectura con tal de lograr la aceptación firmada, ya que significa una mayor comisión de venta para ellos. Otro punto importante y muy perjudicial, es la imposibilidad de vislumbrar las futuras figuras jurídicas contractuales que debe necesariamente asumir el consumidor, en las distintas etapas del necesario desarrollo que exige el contrato. Esta incertidumbre e inseguridad jurídicas se ejemplifican en los denominados contratos conexos; es decir, usted firma sólo un formulario contrato que en realidad conlleva varios; por ejemplo, en los planes de ahorro: el plan de ahorro propiamente dicho, más seguro de vida, más contrato prendario, más seguro del automotor. Otro ejemplo, en los famosos paquetes de productos bancarios y en un sólo formulario: contrato por la tarjeta de crédito, más caja de ahorro, más cuenta corriente, más seguros; etc.

Sumemos a todo lo expuesto, que su adhesión es obtenida por verdaderos maestros, adiestrados en cursos y seminarios y contratados por las empresas para colocar sus productos. Son los mismos productores o promotores de contratos los que, en ciertos casos, ex-profeso desinforman al consumidor; le prometen imposibles bonificaciones, premios, regalos, que a posteriori no son respetados en las futuras etapas contractuales; indicándoles sólo las características favorables del producto. Las recíprocas condiciones contractuales son evitadas u omitidas por ser negativas para la gestión de venta. (v.g.: cambios de modelo, intereses por morosidad, gastos extras, seguros voluntarios, fletes, deudores prendarios, exigencias de garantías, enfermedades preexistentes, etc.). Por el contrario, la responsabilidad de estos arteros vendedores no se ve comprometida, ya que inexplicablemente –por falta de regulación jurídica- se obvia su apellido, dirección y firma y, tan sólo en ocasiones, estampan un simple sello sin firma o con una apenas legible; y lo único que concretamente se estampa en el contrato, es la firma del consumidor. La compleja naturaleza jurídica, técnica o científica de estos contratos prefabricados, provoca evidentes desequilibrios contractuales ante su incuestionable validez, observando objetivamente que:

- a) El consumidor por lo general, por su entendible prisa en adquirir un bien o contratar un servicio, entrega importantes sumas de dinero, desconociendo totalmente las responsabilidades y obligaciones que está asumiendo;

- b) Hay, contractualmente, un número importante de exigencias y obligaciones para el consumidor y mínimas para la parte predisponente, v.g. en cualquier contrato existe la incomprensible ausencia de multas para esta última (en caso de incumplimiento parcial o total);

c) La parte dominante se fortalece económicamente, gracias a sus inversores –temporales y gratuitos al respecto-, que son los consumidores (v.g. la industria automotriz y sus respectivas sociedades de ahorro previo; emisoras de tarjetas de crédito y sus entidades bancarias; etc.);

d) Las desproporciones contractuales también se manifiestan entre los exiguos medios de que dispone el consumidor normal ante el poderío informativo, organización humana idónea y técnicas de avanzada de las empresas. Posibilita que los grupos poderosos agoten al consumidor en su reclamo; ejemplo de ello, es la conocida mecánica de derivarlo de empleado en empleado para que, finalmente agotado y desmoralizado, desista de su queja. En sentido contrario, si una empresa reclama al consumidor, desde su inicio lo apremia, asfixia y termina por ahogar en conflictos a su familia. ¹¹

4.4.1 El registro público de los contratos de adhesión

De acuerdo a lo analizado en el transcurso de este trabajo, y tomando en consideración los alcances que ha tenido para los consumidores o usuarios los contratos de adhesión, se hace evidente la necesidad de que se cree un registro público de los contratos de adhesión, para que independientemente de que existan estos contratos a disposición pública de cualquier persona, también, sirva de prevención en los daños que pueda ocasionar a los consumidores o usuarios los proveedores de bienes o servicios.

El fin es revertir la existencia de cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, resultando con ello, una herramienta de peso para la creación de un Registro Público de Contratos por Adhesión, dependencia autónoma a la que puedan concurrir libremente tanto los consumidores en forma particular, como así

¹¹ Lasarte Alvarez, C. y Botana García G. **Ob. Cit.**, Pág. 653

también las asociaciones de consumidores a inspeccionar la totalidad de los distintos modelos de contratos aprobados y registrados ante tal entidad para su comercialización, a efectos también de permitir su cotejo con el contrato que pretendan que suscriba el consumidor con los proveedores de bienes y servicios, para certificar en forma fehaciente que los referidos instrumentos se compadezcan en un todo con el original debidamente registrado.

Cabe señalar que el registro que funciona en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor denominada DIACO, no existe un verdadero registro público de los contratos de adhesión, a pesar de que como se analizó anteriormente, la ley lo regula.

Este registro solo se limita a la autorización de los distintos contratos por adhesión del consumidor. Estos contratos autorizados por el Estado, como lo dice el Código Civil o bien autorizados por la DIACO como lo establece la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, han llevado a detectar que existen prestadores de bienes y servicios que, posteriormente a serles aprobados sus modelos de contratos por adhesión, modifican las cláusulas que los componen y/o la tipografía, transformándola en letra chica, de difícil, cuando no imposible, lectura y análisis. Por último, se estima que un registro como el que se propone, resultaría ser una solución para adecuar una verdadera defensa de los consumidores en el ámbito nacional.

4.4.2 Bases para la creación de una ley de registro nacional de contratos de adhesión

Esta ley tendría como fundamento, principalmente:

- a) La necesidad de otorgar seguridad y justicia contractual, previniendo la lesión a la buena fe de los adherentes a los denominados contratos por adhesión.
- b) Toda vez que no existe un organismo de contralor de la totalidad de los contratos por adhesión, por ejemplo, los referidos a las modalidades de tiempo compartido, medicina prepaga, telefonía celular, tarjetas de crédito, seguros, etc., se entiende necesario e indispensable contar con una ley que determine la creación de un Registro Nacional de Contratos por Adhesión, que asegure el modelo de los contratos por adhesión en el mercado mercantil o comercial, industrial, etc., velando que los mismos no contengan cláusulas que colisionen con lo preceptuado por las leyes que rigen esta materia.
- c) Surge la necesidad también porque a diario se puede tener conocimiento a través de los distintos medios de comunicación social escrita o televisiva, los abusos cometidos en los contratos prefabricados, redactados unilateralmente por la parte predisponente y que se observan en las cláusulas abusivas detectadas.

A continuación se presentan algunas bases para la creación de esta ley, y son las siguientes:

- a) Objeto de la creación de esta ley. Que en todo caso, tiende a reforzar la defensa de los derechos de los consumidores o usuarios dentro de las relaciones que se suscitan entre estos y los proveedores de bienes o servicios.

- b) Debe entenderse todo contrato con cláusulas predispuestas unilateralmente por el proveedor de bienes y/o servicios, que este deberá obligatoriamente ser registrado para su comercialización en el Registro Público Nacional de Contratos por Adhesión. Al momento de inscribirlo se deberá consignar que el contenido del contrato, condiciones generales y/o demás cláusulas predefinidas, a manera que cumplan con las disposiciones y espíritu de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Código Civil, Código de Comercio, así como lo establecido en la Constitución Política de la República de Guatemala.
- c) Dentro de los ejemplos que pueden señalarse que son indicadores o motivadores para la creación de esta ley, son: a) los atropellos más comunes que efectúan varios proveedores de bienes o servicios, que deben revertirse, como las cláusulas confusas; b) Impresión de cláusulas con la denominada letra chica; c) Utilización de términos técnicos o expresiones que el consumidor habitual no puede entender, que exigen además de una ardua lectura, un asesoramiento por profesionales especialistas; d) Cláusulas leoninas; e) Redacción en idioma inglés; f) Existencia de espacios en blanco susceptibles de ser llenados fraudulentamente con posterioridad a su firma; g) Cláusulas que otorgan a una de las partes (siempre la predisponente), la facultad de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato o suspender unilateralmente su ejecución; h) Cláusulas que establecen incrementos de precios por servicios, accesorios, financiamiento o recargos, salvo que se trate de prestaciones adicionales que el consumidor pueda optar libremente por aceptarlas o rechazarlas en cada caso

puntual; i) Cláusulas que hagan soportar al consumidor los efectos de deficiencias, omisiones o errores administrativos; j) Que no sean de su responsabilidad; k) Cláusulas que liberen absolutamente de responsabilidad al proveedor frente al consumidor, por deficiencias del bien o servicio que afecten la utilidad o finalidad esencial del mismo (eximirse de responsabilidad indemnizatoria en caso de daños colaterales o conexos a la prestación de un servicio); l) Cláusulas que inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor.

CAPÍTULO V

5. Presentación y análisis de los resultados del trabajo de campo

5.1 Entrevistas

El trabajo de campo consistió en la realización de entrevistas a personas que acuden ante la DIACO a denunciar, por lo que a continuación se presentan los resultados.

CUADRO No. 1

Pregunta: ¿Considera qué es común que se denuncie ante la DIACO abusos de los proveedores de bienes o servicios?

Respuesta	Cantidad
Sí	10
No	00
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 2

Pregunta: ¿Cree usted qué el funcionamiento de la DIACO es efectiva para contrarrestar los abusos que cometen los proveedores de bienes o servicios?

Respuesta	Cantidad
Sí	03
No	05
No contestó	02
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 3

Pregunta: ¿Considera que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario es suficiente para contrarrestar los abusos que comenten los proveedores de bienes o servicios?

Respuesta	Cantidad
Sí	02
No	08
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 4

Pregunta: ¿Conoce usted los denominados contratos de adhesión o contratos formularios

Respuesta	Cantidad
Sí	10
No	00
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 5

Pregunta: ¿Considera que los contratos de adhesión se suscitan en el orden público y privado?

Respuesta	Cantidad
Sí	10
No	00
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 6

Pregunta: ¿Cree usted que existe desventaja para el consumidor o usuario cuando se suscriben contratos de adhesión?

Respuesta	Cantidad
Sí	08
No	02
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 7

Pregunta: ¿Considera que en los contratos de adhesión, se establecen cláusulas abusivas en perjuicio de los consumidores o usuarios?

Respuesta	Cantidad
Sí	10
No	00
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 8

Pregunta: ¿Cree usted que existe control por parte de la DIACO de los contratos formularios?

Respuesta	Cantidad
Sí	04
No	06
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 9

Pregunta: ¿Considera que el control de la DIACO respecto a los contratos formularios son suficientes para evitar los abusos de los proveedores de bienes o servicios?

Respuesta	Cantidad
Sí	02
No	08
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 10

Pregunta: ¿Tiene algún lugar a donde consultar cuando suscribe un contrato de adhesión por un servicio o compra de bien en el orden público o privado?

Respuesta	Cantidad
Sí	00
No	10
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 11

Pregunta: ¿Cree qué debiera existir una entidad autónoma de consulta a favor de los consumidores o usuarios?

Respuesta	Cantidad
Sí	10
No	00
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CUADRO No. 12

Pregunta: ¿Cree usted qué debiera existir un registro público de contratos de adhesión?

Respuesta	Cantidad
Sí	10
No	00
Total	10

Fuente: Investigación de campo, mayo año 2007.

CONCLUSIONES

1. El Derecho de consumo es de reciente aparición y se debe al avance en materia mercantil y comercial de la producción de bienes o servicios y del cúmulo de consumidores o usuarios que hacen posible su aparición y florecimiento.
2. Existe en el ámbito nacional e internacional una protección jurídica preferente hacia el sector de los consumidores o usuarios, y esto se debe fundamentalmente a que el Estado debe intervenir para equiparar la desigualdad material o económica que existe entre el proveedor de bienes o servicios, público o privado y el consumidor o usuario.
3. Guatemala había estado ajena a una protección efectiva, por cuanto no contaba con una Ley de Protección al Consumidor o Usuario de manera específica como en la actualidad, y anteriormente, solo se regía por normas generales del Código Civil y del Código de Comercio respecto a la contratación.
4. Los contratos con acuerdo de voluntades entre las partes, en donde concurren los requisitos de consentimiento, capacidad y objeto lícito fundamentalmente.
5. Los contratos de adhesión también denominados contratos formularios, son los que suscriben proveedores de bienes o servicios, público o privado y los consumidores o usuarios, que normalmente son elaborados de forma unilateral (proveedor) y generalmente contienen cláusulas abusivas en perjuicio de los consumidores o usuarios.

6. La Ley de Protección del Consumidor o Usuario regula los contratos de adhesión y su registro a través de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.
7. No existe un registro público de los contratos de adhesión, lo cual ocasiona perjuicio para la clase de consumidores o usuarios.

RECOMENDACIONES

1. Los contratos de adhesión comúnmente llamados contratos formularios, deben estar basados en principios como la buena fe de los adherientes.
2. Dentro de la administración nacional debe conformarse un organismo contralor de la totalidad de los contratos por adhesión, el cual otorgue a los consumidores seguridad y justicia contractual.
3. Conjuntamente con el organismo anterior propuesto debe regularse una oficina asesora tanto de consumidores como de usuarios, que resuelva las consultas de estos respecto a los contratos por adhesión por servicios o bienes.
4. Al momento de inscribir los contratos de adhesión en el Registro Público, se deberá consignar el contenido del contrato, condiciones generales y/o demás cláusulas predefinidas, a manera que cumplan con las disposiciones y espíritu de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Código Civil, Código de Comercio, así como lo establecido en la Constitución Política de la República de Guatemala.
5. Que a través de una campaña nacional, se invista a los consumidores y usuarios de bienes y/o servicios, de los derechos y facultades que les corresponden frente a relaciones contractuales por adhesión.

BIBLIOGRAFÍA

- BEJARANO SÁNCHEZ, Manuel **Obligaciones civiles**. Tercera ed. Ed. Harla, México, 1992.
- BUSTAMANTE ALSINA, Jorge. **Teoría general de la responsabilidad civil**, Novena Ed. Ampliada y actualizada, Ed Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 1997.
- CAMARA LAPUENTE, Sergio. **Derechos de los consumidores**, Ed. Porrúa. S.A. México, 2004
- DE LA VEGA GARCÍA, Francisco. **Responsabilidad civil derivada del producto defectuoso**. Ed. Divitas, México, 2004
- DICCIONARIO de la Lengua Española, Ed. Verón, Décima ed. Barcelona, 2000.
- DIEZ PICAZO, Luis **Fundamentos de derecho civil patrimonial**, s/ed., S/Ed, Madrid, España, 1993.
- MARTÍNEZ RAVE, Gilberto **Responsabilidad civil extracontractual**, Décima ed., Ed. Temis, S.A. Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1998.
- LASARTE ALVAREZ, C. y Botana García **Legislación sobre protección de los consumidores golex**, Segunda ed.. Madrid, 2002.
- PORTO MACEDO, Junior Ronaldo **La globalización, la regulación y el derecho del consumidor**. s/ed., S/Ed. México, 2004.
- VISINTINI, Giovanna Tratado de la responsabilidad civil, Tomo II, Ed. Astrea, s/ed., Buenos Aires, Argentina, 1999.

LEGISLACIÓN

1. Constitución Política de la República de Guatemala, Asamblea Nacional Constituyente 1986
2. Código Civil, Decreto Ley Número 106
3. Código Procesal Civil y Mercantil, Decreto Ley Número 107
4. Código de Comercio, Decreto Número 2-70 del Congreso de la República
5. Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 006-2003, del Congreso de la República
6. Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Acuerdo Gubernativo Número 777-2003