


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

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a man on horseback, holding a staff. Above him is a crown with a cross on top. To the left is a castle, and to the right is a lion. The seal is surrounded by the Latin text "CAETERA SUBBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER".

**LA NECESIDAD DE CREAR LA FISCALÍA
DEL CONSUMIDOR Y USUARIO PARA PERSEGUIR
A LOS PROVEEDORES QUE QUEBRANTEN
LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
Y USUARIO**

SHIRLEY ADALGIZA CONTRERAS MORALES

GUATEMALA, MAYO DE 2009

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

**LA NECESIDAD DE CREAR LA FISCALÍA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO PARA
PERSEGUIR A LOS PROVEEDORES QUE QUEBRANTEN LA LEY DE
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

SHIRLEY ADALGIZA CONTRERAS MORALES

Previo a conferírsele el grado académico de

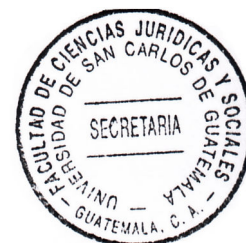
LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

y los títulos profesionales de

ABOGADA Y NOTARIA

Guatemala, mayo de 2009.

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



DECANO: Lic. Bonerge Amílcar Mejía Orellana
VOCAL I: Lic. César Landelino Franco López
VOCAL II: Lic. Gustavo Bonilla
VOCAL III: Lic. Erick Rolando Huitz Enríquez
VOCAL IV: Br. Marco Vinicio Villatoro López
VOCAL V: Br. Gabriela María Santizo Mazariegos
SECRETARIO: Lic. Avidán Ortiz Orellana

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

Presidente: Lic. Ronald Ortíz
Vocal: Lic. Jaime Amílcar Velásquez
Secretario: Lic. Carlos Alberto Velásquez

Segunda Fase:

Presidente: Lic. Ricardo Alvarado
Vocal: Lic. Guillermo Díaz
Secretario: Lic. Francisco Toledo

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

LIC. MARCO ARNOLDO REINA MÉRIDA
ABOGADO Y NOTARIO
COL. 2640



Guatemala, noviembre 7 de 2008

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


Licenciado Castro Monroy:

De conformidad con el nombramiento emitido por esa Jefatura con fecha tres de noviembre de dos mil ocho, en el que se dispone nombrar al suscrito como Asesor de tesis de la Bachiller **SHIRLEY ADALGIZA CONTRERAS MORALES**, y lo cual informo:

La postulante presentó el tema de investigación **“LA NECESIDAD DE CREAR LA FISCALÍA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO PARA PERSEGUIR A LOS PROVEEDORES QUE QUEBRANTEN LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO”**

De la revisión practicada al trabajo de tesis presentado por la Bachiller Contreras Morales, puede concluirse en que el tema abordado fundamenta su importancia en la consideración que hace la sustentante, relativa a la necesidad de crear la Fiscalía del consumidor y usuario, por las transgresiones a los derechos de los Consumidores y usuarios y de esta forma perseguir y a los proveedores que quebranten la Ley en la materia.

Por lo anterior y en virtud de que el trabajo presentado cumple con los requisitos establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura de esta Facultad, relativos al contenido científico y técnico de la tesis, así como la metodología y técnicas de investigación utilizadas, siendo las conclusiones y recomendaciones del trabajo presentado una contribución científica para la Facultad, dictaminó que el mismo debe continuar su trámite, a efecto de que se nombre al revisor de la tesis presentada, con mi **APROBACIÓN**.


ABOGADO Y NOTARIO
5ª Calle 10-14 zona 1, Edificio El Virrey
Tel. 22513626
Guatemala, C.A.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, Zona 12, GUATEMALA, G. A.



UNIDAD ASESORIA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, veintiséis de noviembre de dos mil ocho.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) CÉSAR LANDELINO FRANCO LÓPEZ, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante SHIRLEY ADALGIZA CONTRERAS MORALES, intitulado: "LA NECESIDAD DE CREAR LA FISCALÍA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO PARA PERSEGUIR A LOS PROVEEDORES QUE QUEBRANTEN LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO".

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, el cual dice: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos, si fueran necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes".


LIC. CARLOS MANUEL CASTRO MUNRO
JEFE DE LA UNIDAD ASESORIA DE TESIS



cc.Unidad de Tesis
CMCM/ragm

**LIC. CÉSAR LANDELINO FRANCO LÓPEZ
ABOGADO Y NOTARIO
COLEGIADO 4596**



Guatemala, febrero 4 de 2009

Licenciado

Carlos Manuel Castro Monroy
Jefe de la Unidad Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad Universitaria

Licenciado Castro Monroy:

De conformidad con el nombramiento emitido por esa Jefatura con fecha veintiséis de noviembre de dos mil ocho, en el que se dispone nombrar al suscrito como Revisor de tesis de la Bachiller **SHIRLEY ADALGIZA CONTRERAS MORALES**, y para lo cual informo:

La postulante presentó el tema de investigación **"LA NECESIDAD DE CREAR LA FISCALÍA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO PARA PERSEGUIR A LOS PROVEEDORES QUE QUEBRANTEN LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO"**

De la revisión practicada al trabajo de tesis presentado por la Bachiller Contreras Morales, se puede extraer que el mismo cumple con los requisitos establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura de esta Facultad, relativos al contenido científico y técnico de la tesis, así como la metodología y técnicas de investigación utilizadas, siendo las conclusiones y recomendaciones del trabajo presentado una contribución científica para la Facultad.

El trabajo realizado no sólo cumple con los requisitos dispuestos por la reglamentación respectiva, sino que además aborda un tema de especial importancia, como lo es, la necesidad de crear la Fiscalía del Consumidor y Usuario para perseguir a los proveedores que violen la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. En tal sentido, me permito coincidir con las conclusiones a que arribó la sustentante en su trabajo de tesis, pues en consonancia con el cumplimiento de los fines que la Constitución Política de la República establece, es necesario que el Estado proporcione una protección efectiva a los consumidores de manera que sus derechos no sean violados.

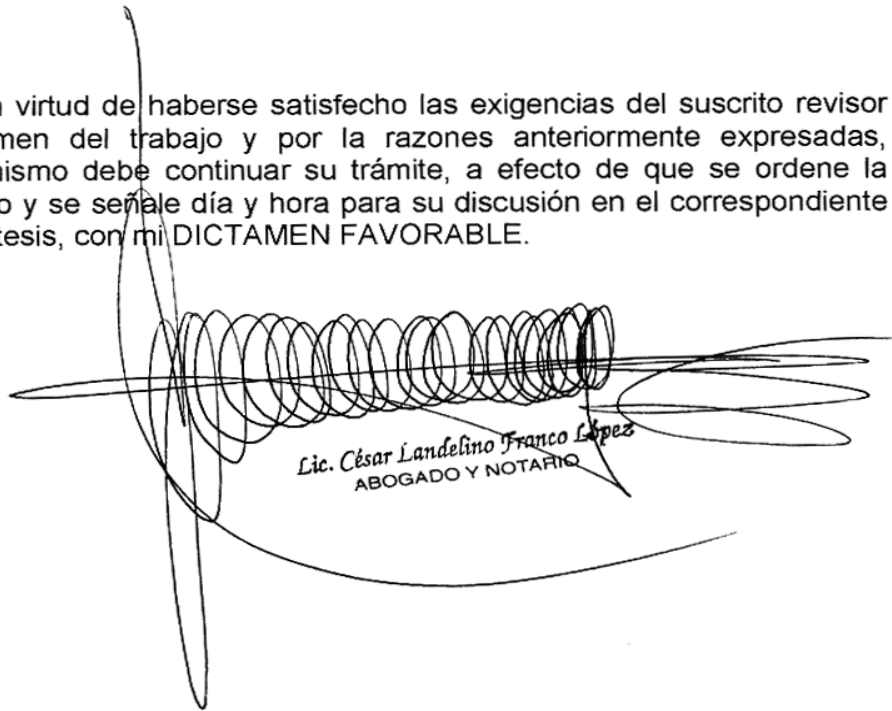
Bufete Profesional
4ª. Calle 7-53 zona 9
Edificio Torre Azul, Oficina 506
Guatemala, C.A.
Tels. 23611020 - 23610015

Lic. César Landelino Franco López
ABOGADO Y NOTARIO

LIC. CÉSAR LANDELINO FRANCO LÓPEZ
ABOGADO Y NOTARIO
COLEGIADO 4596



En conclusión, y en virtud de haberse satisfecho las exigencias del suscrito revisor derivadas del examen del trabajo y por la razones anteriormente expresadas, considero que el mismo debe continuar su trámite, a efecto de que se ordene la impresión del mismo y se señale día y hora para su discusión en el correspondiente examen público de tesis, con mi DICTAMEN FAVORABLE.



Lic. César Landelino Franco López
ABOGADO Y NOTARIO

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, C. A.



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Guatemala, veintiséis de marzo del año dos mil nueve.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante SHIRLEY ADALGIZA CONTRERAS MORALES, Titulado LA NECESIDAD DE CREAR LA FISCALÍA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO PARA PERSEGUIR A LOS PROVEEDORES QUE QUEBRANTEN LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO. Artículos 31, 33 y 34 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.-

CMCM/slh





DEDICATORIA

- A DIOS:** Por ser mi guía en todos los aspectos de mi vida, y permitirme alcanzar esta meta.
- A MIS PADRES:** Luis Felipe Contreras Argueta (Q.E.P.D), y Aura Consuelo Morales Possié. Por el amor que me han dado, por enseñarme a ser una persona de bien, y por haberme dado principios de superación los cuales han sido la base de mi realización como persona.
- A MI HIJA:** Claudia Annelisse, por ser la razón de mi vida, de mi esfuerzo y mis deseos de seguir adelante.
- A MIS HERMANOS:** Soraya, Clariza, Corina, Luis, Oscar y Axel. A cada uno de ustedes le debo parte de lo que soy; gracias por su cariño y apoyo incondicional, y se que este logro les llena de satisfacción y felicidad.
- A MIS SOBRINOS:** Con mucho cariño. Que este triunfo sirva de ejemplo para que continúen sus estudios.
- A MIS TIOS Y PRIMOS:** Gracias por compartir conmigo este triunfo.
- A MIS AMIGOS:** Especialmente, a Brenda y Vicky por el tiempo compartido, su cariño desinteresado y su apoyo incondicional.
- A:** Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Por permitirme

adquirir conocimientos para mi superación.



A:

Jonás Efraín Orellana Callejas. Gracias por dedicarme tiempo y brindarme su apoyo y ayuda durante mi carrera y en el desarrollo de este trabajo.

A:

Doctor César Landelino Franco López. Por su conocimiento, sabiduría, y por brindarme su ayuda profesional y apoyo incondicional para la culminación de mi carrera.



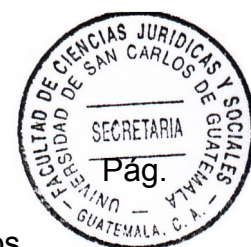
ÍNDICE

Pag.

Introducción..... i

CAPÍTULO I

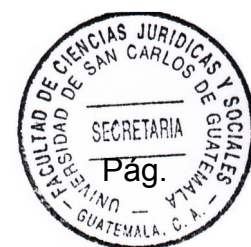
1. Consumidor y usuario.....	01
1.1. Antecedentes.....	01
1.2. Conceptos.....	02
1.2.1. Consumidor.....	02
1.2.2. Definición de consumidor y usuario.....	03
1.2.3. El consumidor y su importancia.....	04
1.2.4. El consumidor guatemalteco.....	05
1.2.5. Definición legal de consumidor y usuario.....	06
1.2.6. Derechos de los consumidores y usuarios.....	07
1.2.6.1. Derecho a la satisfacción de necesidades básicas y fundamentales.....	07
1.2.6.2. Derecho del consumidor a encontrarse informado.....	07
1.2.6.3. Derecho del consumidor a la seguridad.....	08
1.2.6.4. Derecho del consumidor a la libre elección.....	08
1.2.6.5. Derecho del consumidor a la reparación.....	08
1.2.6.6. Derecho del consumidor a ser escuchado.....	08
1.2.6.7. Derecho del consumidor a la educación.....	08
1.2.6.8. Derecho a un medio ambiente sano.....	09
1.2.7. Obligaciones de los proveedores en función de los derechos de los consumidores y usuarios.....	11



1.2.8.	Prohibiciones de los proveedores en función de los derechos de los consumidores y usuarios.....	14
--------	---	----

CAPÍTULO II

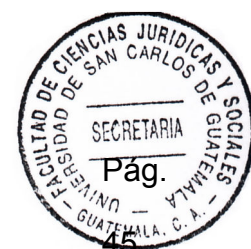
2.	La protección del consumidor y usuario en la doctrina.....	17
2.1.	Antecedentes.....	17
2.1.1.	Antecedente europeo.....	17
2.1.2.	Antecedente americano.....	19
2.1.3.	Antecedente guatemalteco.....	23
2.1.3.1.	Oficina de coordinación de precios y abastecimiento.....	23
2.1.3.2.	Oficina de estabilización económica.....	23
2.1.3.3.	Dirección general de la economía nacional.....	23
2.1.3.4.	Dirección general de comercio industrial y controles.....	24
2.1.3.5.	Departamento administrativo de economía y trabajo.....	24
2.2.	Aspectos considerativos.....	25
2.2.1.	La protección del consumidor en los contrato de adhesión.....	25
2.2.2.	La protección del consumidor en el ámbito digital.....	26
2.2.2.1.	Protección del consumidor antes de la realización de la compra.....	29
2.2.2.2.	La protección del consumidor en el momento de la compra.....	30
2.2.2.3.	Protección del consumidor después de la compra.....	32
2.2.3.	Defensa del Consumidor y usuario.....	32
2.2.4.	Constitución de organizaciones de protección de consumidores y usuarios en Guatemala.....	33



2.2.5.	Principios básicos de los consumidores reconocidos por las Naciones Unidas.....	35
2.2.5.1.	Principios de información del producto, bien o servicio privado y público, que se comercializa o se promueve publicitariamente.....	35
2.2.5.2.	Principio de libertad de compra y elección de adquisiciones de bienes y servicios privados y públicos y principio de calidad de los bienes, productos y seguridad de los consumos.....	36
2.2.5.3.	Principios de compensación económica y principio de protección legal.....	36
2.2.5.4.	Principio de no discriminación.....	37

CAPÍTULO III

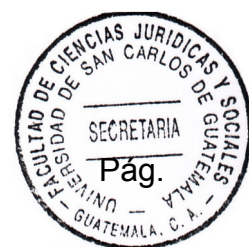
3.	La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	39
3.1.	Antecedentes.....	39
3.2.	Análisis de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	41
3.2.1.	Definición.....	41
3.2.2.	Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	41
3.2.3.	Objetivos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	44
3.2.4.	Visión y misión de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	44
3.2.4.1.	Visión.....	44
3.2.4.2.	Misión.....	44
3.2.5.	El que hacer de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	44



3.2.6.	Estructura organizacional de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	45
3.2.6.1.	Dirección.....	45
3.2.6.2.	Departamento de promoción y asesoría al consumidor.....	46
3.2.6.3.	Departamento de servicios al consumidor.....	47
3.2.6.4.	Departamento de verificación y vigilancia.....	47
3.2.6.5.	Departamento de asesoría de proveedores.....	48
3.2.6.6.	Departamento administrativo.....	49
3.2.6.7.	Departamento financiero.....	49
3.2.6.8.	Departamento de informática.....	50
3.2.6.9.	Departamento jurídico.....	51
3.2.6.10.	Asesoría.....	51
3.2.7.	Datos estadísticos de las quejas hechas por consumidores y usuarios a la Dirección de atención al consumidor.....	52
3.3.	Aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	60
3.3.1.	Objeto de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	61
3.3.2.	Ámbito de aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	61
3.3.3.	Procedimiento administrativo para la solución de conflictos, que se deben aplicar de conformidad con la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	65

CAPÍTULO IV

4.	La Fiscalía del Consumidor y Usuario.....	71
4.1.	Importancia de la creación de la Fiscalía del Consumidor y Usuario.....	71
4.1.1.	Situación de los derechos de los consumidores en el sector de telecomunicaciones.....	72



4.1.1.1.	Sondeo de opinión de los usuarios del servicio de telefonía.....	73
4.1.2.	Situación de los derechos de los consumidores en el transporte urbano de pasajeros.....	75
4.1.2.1.	Sondeo de opinión entre usuarios del transporte urbano de pasajeros en la ciudad capital.....	78
4.2.	Fundamentos jurídicos para la creación de la Fiscalía de Consumidor y Usuario.....	83
	CONCLUSIONES	87
	RECOMENDACIONES	89
	BIBLIOGRAFÍA	91



INTRODUCCIÓN

El Estado de Guatemala, por orden constitucional debe cumplir con la protección al consumidor y usuario en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación, para garantizar la salud, seguridad y sus legítimos intereses económicos. Si bien es cierto, existen normas y derechos protectores de los consumidores en el país pero también existe ineficiencia en la aplicación de éstas.

El trabajo de investigación, tiene como propósito dar a conocer como tema principal la importancia que tiene la creación de la Fiscalía para la Protección del Consumidor, hacer un análisis de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, y la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y usuario, dar a conocer principios que protejan los derechos de los Consumidores y también aportando una investigación a la sociedad guatemalteca, así como comprobar la hipótesis planteada; los fundamentos jurídicos para crear la Fiscalía del Consumidor y Usuario.

Es importante hacer notar, que la sociedad guatemalteca cuenta con una normativa encargada de velar por el efectivo cumplimiento de los derechos de los consumidores y usuarios, pero realmente en la práctica el camino para el verdadero respeto y cumplimiento de esta normativa y derechos se torna difícil hacerlos valer, tal es el caso cuando un proveedor vende un producto que se encuentra defectuoso o en mal estado, o bien le es prestado un mal servicio.

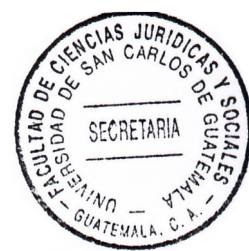
La investigación se origina analizando al consumidor, y si el Estado garantiza la protección de sus derechos. Se realizó un trabajo de campo, a través de entrevistas y cuestionarios, para determinar que tan desprotegido se encuentra el usuario en el sector de telecomunicaciones, transporte, y diferentes servicios públicos, observando que dicha desprotección existe en gran medida, concluyendo, que se debe a que la ley y la institución encargadas de proteger al consumidor y usuario, son ineficientes.

La hipótesis de la presente tesis fue comprobada, así como los objetivos se alcanzaron; al determinar la importancia de proporcionar apoyo y protección a los derechos del consumidor guatemalteco. La metodología utilizada fue el método analítico, para



comprender los elementos o componentes que caracterizan la protección al consumidor y usuario; el método deductivo para conocer la doctrina y el ámbito jurídico y social que sobre este tema existe; y las técnicas investigativas utilizadas, siendo la bibliográfica, documental y entrevista, para recopilar y seleccionar adecuadamente el material de estudio.

El trabajo se estructura de la siguiente manera: Consta de cuatro capítulos. El primero, se investigó acerca de los antecedentes de los consumidores y usuarios, y los conceptos y definiciones de estos, tanto en la doctrina como en la ley, su importancia en las relaciones de consumo, sus derechos, las obligaciones y prohibiciones de los proveedores para con los derechos de los consumidores; en el segundo, se estudia la protección del consumidor y usuario en la doctrina, presentando antecedentes de dicha protección a través del tiempo y en diferentes países, y algunos aspectos que se deben considerar, como los contratos de adhesión, la protección del consumidor en el ámbito digital, las organizaciones de protección de consumidores y usuarios en Guatemala, y los principios básicos de los consumidores reconocidos internacionalmente; el tercero, se refiere a la Dirección de Atención al Consumidor y Usuario, del Ministerio de Economía, en cuanto a sus antecedentes, análisis de la institución y la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario; en el capítulo cuarto, se observa la desprotección referente al consumidor y usuario a través de un trabajo de campo y la importancia de adoptar medidas de carácter estatal, para crear la Fiscalía para la Protección del Consumidor y Usuario, así como sus fundamentos jurídicos para su creación.



CAPÍTULO I

1. Consumidor y usuario

1.1. Antecedentes

A través de las diferentes etapas del desarrollo de la humanidad, el hombre se ha visto en la obligación de producir bienes con el objeto de satisfacer sus necesidades, por medio de un proceso que tiene sus orígenes en el hombre primitivo cuando éste era autosuficiente viviendo en cavernas, saciándolas por medio de la cacería, pesca, y recolección de frutos, sin requerir interactuar con nadie más.

La dinámica de la sociedad no se caracterizaba únicamente por la relación de los hombres con la naturaleza, sino también de los hombres entre sí, relaciones que giraron en torno a una actividad fundamental que era lo que mejor podían hacer, producir; unos sembraban y otros criaban ganado, y de esta manera intercambiaron sus productos.

Debido a que todo lo que se producía lo consumían de inmediato, no era necesario comercializar para vender; el consumidor no tenía tiempo de seleccionar forma, color, y calidad, tomaba cualquier cosa.

Ahora bien, cuando hablamos de consumidor, históricamente tenemos que ubicarnos en la modernidad y la revolución industrial. Aun cuando siempre ha existido el consumo como tal, es desde este alzamiento que adquiere relevancia. La aparición e introducción masiva de productos exigió la ubicación de los mismos en el mercado; es decir, que a mayor cantidad de personas que accedían a estos, mayor fue la extensión del tráfico comercial hacia fuera de las fronteras de los países productores.

Por otra parte, la publicidad comienza a jugar un papel muy importante porque incitó a comprar, y la sociedad empezó a mostrar la propensión al consumo, que según algunos economistas llevaría a un crecimiento sostenible del sistema económico capitalista.



Este cambio radical llevó a los consumidores a la realización de una sociedad de consumo con consecuentes ramificaciones sociológicas, tales como: La protección en masa, la nueva tecnología, la gran cantidad de bienes y servicios ofrecidos al mercado, la despersonalización de las relaciones económicas y jurídicas del mercado, la publicidad, el marketing, los nuevos sistemas de promoción y ventas, y de forma reciente, la informatización de los sistemas y técnicas de promoción, distribución, comercialización y ventas produjeron una visión distinta de las técnicas empresariales.

“En la época actual, el ordenamiento jurídico debe entonces hacerse cargo de las nuevas condiciones de contratación que imponen las circunstancias. Así, a fines del siglo XVIII surgieron los derechos civiles y políticos al abrigo del constitucionalismo, como el derecho a la vida, a la propiedad, al sufragio, y con el advenimiento del siglo XX los derechos económicos, sociales y culturales, tal es el caso del derecho de trabajo, a la huelga, a la educación, y actualmente buscan su lugar los derechos del hombre en la sociedad, o derechos de la tercera generación, como el derecho de desarrollo, al medio ambiente, y al que nos ocupa, derecho del consumidor” .¹

En términos generales, este proceso ha implicado un ciclo, con sus correspondientes fases entrelazadas, que a su vez ha determinado el comportamiento de los consumidores día con día, esa capacidad para adquirir bienes y servicios; y en última instancia por el nivel de satisfacción que le pueda dar un bien independientemente de su calidad.

1.2. Conceptos

1.2.1. Consumidor

El término consumidor procede de la ciencia económica, aunque hoy en día forma parte también del lenguaje jurídico. Para los economistas, consumidor es un sujeto del mercado que adquiere bienes o servicios para destinarlos a su propio uso o satisfacer sus necesidades, personales o familiares.

¹ La defensoría del pueblo. **Derechos de los consumidores.** [Http:// www.salvador.edu.art/lambo1.htm](http://www.salvador.edu.art/lambo1.htm). (5 de mayo, 2008).



“El consumidor participa en la última fase del proceso económico. El empresario, a diferencia de aquél, adquiere el bien por su valor de cambio, esto es, para incorporarlo transformado a su proceso de producción o distribución, a fin de recuperar lo invertido más tarde y multiplicarlo; es decir, para obtener nuevos valores de cambio”.²

1.2.2. Definición de consumidor y usuario

Consumidor es toda aquella persona u organización que se encarga de consumir bienes o servicios proporcionados por el proveedor o productor. Dicho de otra forma, es aquella persona o conjunto de personas, que satisfacen sus propias necesidades a través del uso de servicios y bienes generados dentro del proceso productivo.

Existen básicamente dos nociones concretas de la expresión consumidor; una se refiere a éste como cliente en general y la otra considera al denominado consumidor final, cuya definición es: Quien adquiere bienes o servicios sin intención de obtener una ganancia por posterior enajenación, ni de ampliar un proceso de producción o comercialización de bienes o servicios destinados al mercado.

La expresión usuario, no solo se refiere precisamente a quien compra algo para su uso, sino a la persona que utiliza el servicio que la otra parte ofrece, aunque puede darse que el servicio implique la venta de un artículo necesario para ello. En gran parte del mundo, la moderna tendencia legislativa y doctrinaria, se refieren tanto a los consumidores o a los usuarios por comodidad la palabra consumidor, sin que esto implique excluir al usuario.

Como se mencionó en el párrafo que antecede, en la doctrina, este término también es usado para definir al usuario, y para diferentes autores vienen a ser lo mismo, refiriéndose como consumidor a aquel destinatario de servicios y bienes, en dicho sentido, es evidente que son la totalidad de la población de un país. En distintos momentos de la historia, ha sido acentuada la importancia de la persona como

² Aaker, David. **El consumidor, consideraciones teóricas doctrinales entorno a su concepto.** [Http://www.mografias.com/trabajos17/concepto-consumidor/shtm](http://www.mografias.com/trabajos17/concepto-consumidor/shtm). (6 mayo de 2008).



administrador, ciudadano, y otros, pero en la actualidad es relevante la posición de esta como consumidor.

El término consumidor, debe ser reservado para el ciudadano en cuanto a él, al ser el destinatario de bienes, mientras que en la expresión usuario es destinatario de servicios públicos.

1.2.3. El consumidor y su importancia

El autor Cabanellas, indica en su obra, que el concepto de consumidor es: “Cualquiera que consume en las distintas accesiones verbales de consumir, extinguir, acabar, destruir, y aniquilar”.³

El consumidor es aquella persona que cuenta con más poder que el empresario, debido a que se encuentra en dependencia de la compra que éste realiza, ya que sin la misma, el negocio no podría existir, sin embargo, sí pueden surgir consumidores sin la presencia de los empresarios.

Es importante hacer notar la relevancia que tienen los consumidores; ellos, se encargan de invertir en su persona para servirle de una mejor manera al empresario, ya que son las empresas las que se encargan de innovar de forma continua, además, gastan dinero en maquinaria, personal y en consultoría para poder mejorar su producción con el único propósito de servir al consumidor.

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

El enfoque expuesto en el párrafo anterior, le otorga al consumidor privilegios por encima del empresario, y esto no por que el empresario se encuentre en un grado

³ Cabanellas, Guillermo. **Diccionario Jurídico**. Pág. 322



inferior jerárquico al del consumidor, sino por que la economía en el mercado aplicada en la sociedad, permite la distinción de quien es beneficiado o no con su compra, y del que tiene asignado o no recursos, y quien siente ser o no atendido en el mercado.

1.2.4. El consumidor guatemalteco

En Guatemala, el consumidor es aquel que paga aproximadamente el setenta por ciento de los impuestos que percibe el gobierno guatemalteco, mediante los tributos indirectos, por lo que fue necesario brindarle una debida y adecuada protección a los derechos de éstos.

La sociedad guatemalteca, es una sociedad de consumo, que está saturada por los distintos bienes ofrecidos y por una propaganda desmedida, por lo que el tema relativo a proteger al consumidor es sumamente importante. Existen movimientos de asociación de consumidores, los que cada día toman una mayor importancia en el país, y sus acciones y participación al defender sus intereses en la mayoría de las ocasiones es decisiva.

A nivel general, podemos establecer que el consumidor es aquella persona que tiene un comportamiento orientado a buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de los productos, servicios, e ideas que espera que satisfagan sus necesidades. Es decir, aquellas personas que toman decisiones para gastar sus recursos disponibles en artículos relacionados con el consumo.

Con frecuencia, el concepto de consumidor es utilizado para describir dos diferentes tipos de entidades consumidoras; el consumidor individual y el organizado: El primero, es la persona que compra bienes y servicios para su propio uso o para el uso del hogar. Y el segundo, es una entidad jurídica legalmente establecida, que abarca negocios privados, dependencias estatales, e instituciones, las cuales deben comprar productos, equipos y servicios con objeto de operar sus organizaciones, ya sea con o sin finalidades de lucro. En otro orden de ideas, las compañías manufactureras compran la materia prima y otros componentes necesarios para fabricar y vender sus propios productos; las compañías de servicios compran el equipo necesario para prestar los



servicios que venden; las dependencias del gobierno compran diversos productos que necesitan para operar y las instituciones adquieren los materiales para el mantenimiento y el de sus poblaciones.

Es relevante saber, que las personas compran productos para ellas y sus familias, es la distinción que existe entre compradores y usuarios. La persona que hace la compra real no siempre es el usuario, o el único usuario del producto en cuestión, ni tampoco es el comprador necesariamente la persona que toma la decisión del producto. Una mujer compra alimentos para el hogar y ser uno de los usuarios, compra una corbata para su esposo quien es el usuario, o compra para ella un vestido y ser el único usuario. Las diversas influencias sobre las decisiones familiares relacionadas con los productos que se exponen, permite ver que los compradores no siempre son los usuarios, o los únicos que usan los bienes que compran, ni tampoco son necesariamente las personas que toman las decisiones de selección de productos.

1.2.5. Definición legal de consumidor y usuario

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003, del Congreso de la República de Guatemala, en su Artículo 2 inciso c, establece que consumidor es: “Persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera, que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por el derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza”. Y el citado cuerpo legal, en su Artículo 2, literal k, establece que el usuario es: “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”.

Al analizar la definición, se debe establecer si el consumidor cuenta con derechos y en qué consisten en aquellos casos que existan, y posteriormente determinar si éstos son susceptibles de protección, ya que se puede justificar su objetividad, y con ello también demostrar que hay normas protectoras de los derechos en mención.



1.2.6. Derechos de los consumidores y usuarios

Los derechos de los consumidores pueden contar con existencia, pero la sencilla presencia de éstos no le brinda la respectiva defensa, ya que existe una disposición legal encargada de hacer efectivo el cumplimiento de los derechos mencionados. En la actualidad, en Guatemala existe legislación protectora en este sentido, pero tiene una muy pobre aplicación.

En un sistema económico que se caracteriza por el libre comercio, el único amparo del que es merecedor el consumidor, es aquel otorgado del medio ambiente, de la concurrencia libre, del juego libre de las diversas fuerzas económicas del mercado de la sociedad guatemalteca, ya que mediante éste y la libertad de competencia se puede asegurar al consumidor el pleno ejercicio de su derecho mas elemental, que es el de contar con acceso a los bienes y servicios.

Por lo que dichas garantías, son aquellas que consisten en la debida protección de los elementos que permitan ésta libertad, es decir, el poder de concurrencia para adquirir bienes y servicios de los habitantes del país, de donde deviene, que el derecho primordial de éstos, consiste en el comercio completamente libre.

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

1.2.6.1. Derecho a la satisfacción de necesidades básicas y fundamentales

Las personas deben contar con el acceso a los servicios y bienes básicos fundamentales, propios de todo ciudadano, los cuales son consistentes en alimentos adecuados, vivienda, salud, salubridad y educación.

1.2.6.2. Derecho del consumidor a encontrarse informado

Cuando se adquieren bienes o servicios se debe tener la posibilidad de recibir todos aquellos datos necesarios para llevar a cabo una elección, pero previo a haber sido debidamente informado; es importante que el producto contenga la publicidad obligatoria que permita elegir la alternativa adecuada.



1.2.6.3. Derechos del consumidor a la seguridad

Protege y garantiza que todo producto o servicio ofrecido en el mercado para uso o consumo, esté exento de riesgos para la seguridad, la salud o la vida del consumidor, tanto en corto y mediano plazo; y además, que no signifiquen un daño al medio ambiente.

1.2.6.4. Derecho del consumidor a la libre elección

Se refiere a que todo el que compra tiene la oportunidad de poder escoger entre una diversa gama de servicios y productos que se ofrecen a distintos precios competitivos, con la seguridad de una calidad satisfactoria.

1.2.6.5. Derecho del consumidor a la reparación

Consiste en recibir la correcta restitución de los productos comprados por quejas existentes, por información dudosa o engañosa, o por servicios no satisfactorios, y bienes que se encuentren en mal estado o defectuosos.

1.2.6.6. Derecho del consumidor a ser escuchado

Los intereses de los consumidores deben encontrarse debidamente representados en la correcta elaboración y ejecución de políticas gubernamentales y en el adecuado desarrollo de servicios y productos.

1.2.6.7. Derecho del consumidor a la educación

Adquirir todos aquellos conocimientos y habilidades que son necesarios e indispensables para llevar a cabo elecciones que se encuentren debidamente fundamentadas, y seguras de los servicios y de los bienes que utilizan, estando a la vez completamente conscientes de las responsabilidades y derechos esenciales de éstos y hacerlos cumplir.



1.2.6.8. Derecho a un medio ambiente sano

Su propósito es el mantenimiento de un entorno físico que eleve la calidad de vida del que obtiene bienes; la garantía, la satisfacción de las necesidades presentes no es suficiente; su defensa debe reflejar su consumo futuro, para lo que es fundamental la preservación del medio ambiente.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario en su Artículo 4, establece derechos básicos de la siguiente forma:

“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 también sobre sus precios, características, calidades, 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 éste 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 servicio contratado.”

Se han mencionado los derechos que tienen los consumidores, por lo que es importante conocer algunas infracciones y sus sanciones a éstos, detallando como casos especiales las siguientes:

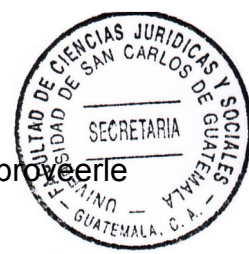
1. Al cobro de un precio superior al exhibido, informado, o publicado, se le impondrá una multa de quince a veinte Unidades de Multa Ajustables que por sus siglas son llamadas UMAS, las cuales tienen un valor equivalente al salario mensual mínimo vigente para las actividades agrícolas.
2. A la fijación 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, se aplicará una multa de diez a veinticinco UMAS.
3. Por incumplimiento de las condiciones de entrega, plazo y características que fueron ofrecidas o pactadas con el consumidor, se sancionará con una multa de diez a veinte UMAS.



4. Cuando haya adulteración de productos, ya sea en sus componentes químicos, orgánicos, o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad, se impondrá una multa de veinte a ochenta UMAS.
5. 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.
6. Si por cualquier acto o acción dolosa que obstaculice o impida la acción de investigación y fiscalización de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, se aplicará una multa de quince a cincuenta UMAS.
7. Por la utilización de publicidad engañosa por parte del proveedor, da lugar a una multa de cuarenta a ochenta UMAS.
8. No extender garantía de los productos que vende el proveedor, de conformidad con lo establecido en la Ley de protección al consumidor y usuario o por no extenderla completa, se impondrá una multa equivalente a cincuenta UMAS.
9. A las organizaciones de consumidores o usuarios que contravengan las limitaciones contenidas en el Artículo 10 de la Ley de protección al consumidor y usuario, se les sancionará con una multa equivalente a veinticinco UMAS.
10. Quién en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, cause menoscabo al consumidor o usuario, debido a fallas o deficiencias en la identidad o procedencia del respectivo bien o servicio, y la seguridad en su uso, se le impondrá una multa de veinte a cincuenta UMAS.

1.2.7. Obligaciones de los proveedores en función de los derechos de los consumidores y usuarios

- a. Cumplir las disposiciones legales que le sean aplicables tanto nacionales como internacionales, derivadas de lo 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 y otros, imputables al 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 y 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.
- 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. Hacerse responsable 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.



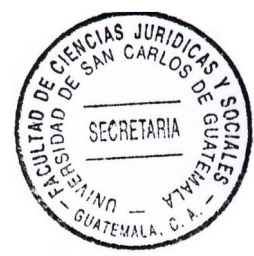
- t. Al introducir un bien en el mercado del cual se tenga conocimiento de existencia de peligro o riesgo, se comuniquen e informe al público sobre dichos peligros o riesgos en el uso o consumo del mismo, especialmente para la salud.
- u. Resarcir al consumidor y/o usuario de acuerdo a las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasione debido al incumplimiento de lo convenido con él. De la Ley de Protección al Consumidor y Usuario 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 requerido por la autoridad competente.

1.2.8. Prohibiciones de los proveedores en función de los derechos de los consumidores y usuarios

- 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 partes y exista constancia de ello.
- i. Cobrar por concepto de intereses por moras 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 la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.





CAPÍTULO II

2. La protección del consumidor y usuario en la doctrina

2.1. Antecedentes

A continuación se presentan antecedentes de la protección del consumidor y usuario, en Europa, América y Guatemala.

2.1.1. Antecedente europeo

“Los primeros movimientos que se realizaron para proteger a los consumidores los encontramos en el continente europeo, los que van unidos a las primeras manifestaciones en la lucha por la obtención de mejores condiciones de trabajo y pueden encontrarse precedentes de este en la década comprendida entre el año 1830 a 1840; bajo la forma de cooperativas, este levantamiento, va unido a los movimientos de empresa llevados a cabo por los socialistas utópicos”,⁴ o sea aquellas personas que carecen de base histórica y doctrinal y asentados de modo predominante o exclusivo sobre sueños de felicidad humana de frágiles trazos.

En 1959, en Gran Bretaña se sucedían los trabajos de la comisión para la protección de los consumidores y en 1960, en Alemania Federal se creó una asociación de consumidores, los que se cristalizaron en la *Customers Protection*.

Durante 1972, se creó el Ministerio de Consumo. La Constitución de Portugal de 1976, establece en su Artículo 81 que: “Corresponde prioritariamente al Estado, proteger al consumidor especialmente, mediante el apoyo de la creación de cooperativas y asociaciones de consumidores...” Este precedente fue desarrollado por la Ley número 29, emitida en 1981.

En asamblea consultiva del 17 de mayo de 1973, fue aprobada la carta de protección a los consumidores, redactada por el Consejo de Europa, en la cual se aprobaron para ellos los siguientes derechos:

⁴ Pagola Villar, Ignacio. **La seguridad jurídica contractual, medio de protección al consumidor**. Págs. 32 y 33



1. Protección y asistencia frente a los daños físicos causados por los productos peligrosos.
2. El derecho a la reparación de daños.
3. El derecho a la información.
4. El derecho a la educación de los consumidores.
5. El derecho a la representación y consulta.

El Consejo de Ministros de la Comunidad Económica Europea, hoy Consejo de la Unión Europea, aprueba la resolución de fecha 14 de abril de 1975, que contiene un programa preliminar para una política de protección e información de los consumidores; consecutivamente, fue aprobado un segundo programa por resolución de dicho consejo de fecha 19 de mayo de 1981 y en 1983 tuvo lugar el primer Consejo de Ministros de Consumo. Desde el 14 al 21 de octubre de 1972, en París se celebró la cumbre de jefes de estado y de gobierno, de donde se derivan importantes consecuencias en esta materia, y son las siguientes:

1. Se crea un servicio convertido luego en dirección general de medio ambiente, protección de los consumidores y seguridad nuclear, y
2. En 1973 nace el Comité Consultivo de los Consumidores, integrado por expertos independientes y por representantes de cuatro grandes organizaciones europeas: Oficina Europea de Uniones de Consumidores, Comité de Organizaciones Familiares ante las Comunidades Europeas, Comunidad Europea de Cooperativas del Consumo, Confederación Europea de Sindicatos.

En 1989, el Comité Consultivo de los Consumidores pasa a denominarse Consejo Consultivo de los Consumidores, 36 miembros entre los que se cuentan representantes de organización estatales de éstos.



2.1.2. Antecedente americano

En su obra McDaniel escribe: “La primera ley para la defensa o protección del consumidor se promulgó en los Estados Unidos de Norte América en 1872, y según ésta, era delito de orden federal defraudar a éstos en el uso del orden postal”.⁵

Antes de 1900, se promulgaron otras leyes, las que prohibían vender café adulterado, y ya en 1883 se prohibían las bebidas y alimentos que tuvieran dicha condición. Entre los años comprendidos de 1872 a 1905, se presentaron más de cien iniciativas de ley para la protección de los consumidores ante el Congreso de los Estados Unidos de Norte América, para regular la venta interestatal de medicamentos y alimentos. Una fuerte oposición de los comerciantes ocasionó el rechazo de dichas iniciativas.

En 1906, ocurrió el primer clamor generalizado de los que compraban y consumían productos elaborados con la publicación de la Jungla de *Upton Sinclair*, un devastador descubrimiento de los verdaderos propósitos de la industria de carne en los Estados Unidos. Este libro ayudó a la publicación de la ley de alimentos y medicamentos puros.

En 1927, después de la primera guerra mundial, en la cual disminuyó el empuje de los consumidores, con la publicación, “El valor de su dinero”, escrito por Stuart Chase y F.J. Schlink; en el libro se atacaba a la publicidad y a las ventas de alta presión y requería pruebas y normas científicas para los productos, a fin de dar a éstos la información técnica que necesitaban para tomar la decisión de compra.

La segunda guerra mundial también restó el impulso al crecimiento de movimiento de los consumidores, hasta mediados de la década de 1950 hubo poca actividad, luego que empezó un moderno levantamiento que beneficiaría a éstos. En 1955, los gobiernos estatales empezaron a intervenir, lo cual se dio a conocer con la creación de la oficina del consejo de consumidores, en el Estado de Nueva York.

⁵ McDaniel Jr., Carl. **La defensa del consumidor y la responsabilidad social de la mercadotecnia**. Pág. 42



En 1960 se formó el Consejo Asesor de Consumidores, con el propósito de asesorar al Consejo de Asesores Económicos en asuntos relacionados con éstos, sin embargo dicho consejo y otras entidades reguladoras federales no resultaron eficaces pues les faltaba personal, fondos, y no tenían acceso directo al presidente de la nación.

En 1978, un serio revés al movimiento pro-consumidor ocurrió en el mes de febrero cuando el congreso derrotó por mayoría abrumadora una propuesta para crear una agencia para la defensa del consumidor, y con ello darles un vocero permanente dentro del gobierno federal.

A principios de la década de 1980, la sublevación de este grupo contra ataca aspectos básicos en todo el país, patrocinado por el Consejo Nacional de Iglesias, y en dicha década, en una conferencia de La Haya, cuya denominación ha sido utilizada para designar diversos tribunales internacionales que tienen o han tenido su sede en la ciudad del mismo nombre, ubicada en Países Bajos, se creó la Organización Internacional de Uniones de Consumidores cuya traducción en el idioma inglés es *International Organization of Consumers Unions*. Los fundadores fueron *Consumers Unions of U.S. Inc.*, *Consumers Association*, de Londres; *Australian Consumer's Assotiation*, *Consumenten Bond*, La Haya y la *Association des Consommateurs*, de Bruselas.

Sirvió para intercambiar materiales educacionales y estableció un comité técnico para representar a los consumidores ante los cuerpos internacionales para normalización. También logró ayudarlos en países menos desarrollados, al obtener funciones de consultores con la Organización de la Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación, por sus siglas F.A.O., el Consejo Económico y Social y la *United National Educational, Secientific and Cultural Organization*, llamada también UNESCO, que traducido al idioma español significa Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura; divisiones de las naciones unidas dedicadas al mejoramiento de los estándares de vida en esos países.



A lo largo de nuestra civilización, siempre hubo medidas de protección al consumo, aunque sólo ahora los beneficiados con ésta son sujetos de un derecho propio. La idea de hacer la defensa de manera sistemática es relativamente novedosa; como se puede observar en los párrafos anteriores, los países más desarrollados implementaron sus sistemas a partir de los años 60.

“El fenómeno socioeconómico de la defensa del consumidor tiene sus antecedentes más claros en los Estados Unidos, a partir de la creación de la Comisión Federal de Comercio cuya traducción en el idioma inglés es *Federal Trade Commission*, en 1914. Desde entonces la idea de protección al consumidor comenzó a ganar fuerza en aquel país”.⁶

Manifiesta Ghersi en su trabajo, que: “Decisivamente, la defensa directa del consumidor surgió condensada en un discurso de John F. Kennedy, cuando enunció como principios básicos los siguientes:

- a. El derecho a la protección y seguridad.
- b. El derecho a ser informado.
- c. El derecho de elección.
- d. El derecho de ser escuchado”.⁷

En su mensaje al congreso, el 15 de marzo de 1962, el presidente estadounidense dijo: “Los consumidores son el único grupo económico importante que no está eficazmente organizado”.

No obstante, se considera que la protección del consumidor, como tal, empezó a surgir en 1957 en el Tratado de Roma, creado por la comunidad europea. En este tratado, especialmente en los Artículos 85 y 86, se hace referencia a éstos, aunque, en 1972, la

⁶ Wawzeniak. **Defensa del consumidor**. Pág. 9

⁷ Ghersi. **Defensa al consumidor**. Pág. 13



Asamblea consultiva del Consejo de Europa, editó la Carta de Protección al Consumidor.

En Argentina, ésta protección se desarrolló a través de disposiciones desperdigadas, sean las incluidas en el Código Civil, el Código Penal, las disposiciones sobre contrataciones del Estado, la Ley número 22.262 de Defensa de la Competencia, la Ley número 22.802 de lealtad comercial, la Ley número 18.284 Código Alimentario argentino, las leyes antidumping, antimonopólicas, y otros. Como se puede observar, la protección se hacía de forma indirecta.

La concreción de un sistema de defensa del consumidor surgió el 13 de octubre de 1994, a través de la Ley número 24.240, también denominada Ley de Defensa del Consumidor.

En Brasil, de manera similar, la protección se efectuaba por medio de legislación aislada, y resultaba de la acumulación de instrumentos de defensa. Como ejemplo, podemos mencionar la Ley número 1.521/51, que definió los delitos contra la economía popular, luego la Ley Delegada número 4/62, que disponía sobre la intervención en dominio económico y, en otro paso, la Ley número 7.437/85, que disciplina la llamada acción civil pública.

Efectivamente, la protección mencionada en el párrafo anterior como tal, surge con la Constitución Federal de 1988, cuyo Artículo 5 numeral romano XXXII, determina que: “Al Estado incumbirá promover, en forma de ley, la defensa del consumidor...” Y para cumplir este mandamiento constitucional, fue editada la Ley número 8.078, del 11 de septiembre de 1990, conocida hoy como el Código del Consumidor.

Según Dromi, Ekmekdjian y Rivera, “...en Uruguay hay algunos proyectos de protección en el parlamento, mientras que en Paraguay una ley sancionada fue vetada por el poder ejecutivo”.⁸

⁸ Dromi, Ekmekdjian y Rivera. **MERCOSUR**. Pág. 362



En Chile, recientemente empezó a regir la Ley número 19.496, denominada Ley de Protección al Consumidor, con el propósito de brindar a los ciudadanos de aquel país una atención más efectiva. Anteriormente, como en los otros casos mencionados, ésta protección se hacía a través de principios legales aislados.

2.1.3. Antecedente guatemalteco

A raíz del establecimiento de un gobierno constitucional y creyendo necesario estructurar las instituciones, se dispuso a través del Decreto número 93 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del Organismo Ejecutivo, de fecha 27 de abril de 1945, crear el Ministerio de Economía y Trabajo que en su Artículo 16 le asignaba las atribuciones a desarrollar.

2.1.3.1. Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos

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

2.1.3.2. Oficina de Estabilización Económica

En el Acuerdo presidencial del 18 de febrero de 1946, se indica que la oficina que actualmente operaba, no llenaba los fines para los que había sido creada, pues resultaba oneroso su sostenimiento al erario nacional, por lo que se suprime y se crea la Oficina de Estabilización Económica, teniendo todas las atribuciones de la anterior, la cual fue sustituida porque su estructura no era viable para los recursos de la nación.

2.1.3.3. Dirección General de la Economía Nacional

Creada por Acuerdo presidencial de fecha 5 de enero de 1948, debido a que se dio una nueva organización complementaria distinta a la oficina anterior, ésta se suprimió para



crear la Dirección General de la Economía Nacional; dándole las atribuciones correspondientes.

A causa de la confrontación que en ese tiempo tenía el Ministerio de Economía y Trabajo, se pensó que esta dirección controlara y regulara todo lo concerniente a la economía nacional, de esa cuenta se formó entre su estructura el Departamento de Control de Precios y Abastecimiento el cual quedó encargado de todo lo relativo a controles de ese tipo.

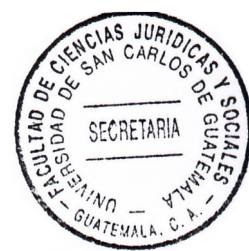
2.1.3.4. Dirección General de Comercio Industrial y Controles

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

2.1.3.5. Departamento Administrativo de Economía y Trabajo

En el Acuerdo presidencial del 28 de julio de 1953, se indicaba que debido al presupuesto era necesario suprimir la referida Dirección, y en su lugar se creaba el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, señalándose que las atribuciones serían las mismas que tenía la oficina que se cancelaba.

Un año después, a causa de situaciones políticas imperantes en el país y al cambio en las posiciones estructurales en el Decreto número 9 de la Junta de Gobierno de la República de Guatemala de fecha 15 de julio de 1954, se dispuso cancelar el citado Departamento, indicándose que: "...en tanto se hacen las revisiones pertinentes queda a cargo del Ministerio de Economía y Trabajo las aplicaciones de los acuerdos vigentes sobre los precios y los artículos controlados".



2.2. Aspectos considerativos

2.2.1. La protección del consumidor en los contratos de adhesión

La doctrina utiliza los términos vejatorias, lesivas, y desleales, al referirse a las cláusulas abusivas, por lo común plasmadas como condiciones generales de contratación, se trata de calificativos claramente descriptivos. Se puede entender por éstas estipulaciones, a las impuestas unilateralmente por el empresario, que perjudiquen a la otra parte o determinen una posición de desequilibrio entre los derechos y las obligaciones de los contratantes, en perjuicio de los consumidores y usuarios.

Para confundirlos y menoscabar sus derechos, suele recurrirse a otro tipo de abuso; la utilización de disposiciones ambiguas, que se prestan a diversas interpretaciones, las que deberán hacerse en el sentido más favorable para el consumidor cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se estará a lo que sea menos gravosa. Por otra parte se tiene la cláusula oscura, la que se tendrá por no convenida.

La educación del consumidor, es fundamental y significa orientarlo para que logre independizarse del sometimiento a que lo tiene atado el consumismo, así como descubrir que es lo más conveniente para sus posibilidades económicas, salud, integridad física, y desarrollo cultural. No olvidemos que todos gozamos de ésta condición, pues nadie está excluido de la necesidad de adquirir bienes o servicios para su consumo o uso particular, sin diferencias de edad, posición social, sexo, raza, y demás circunstancias.

El Estado deberá formular y difundir los planes generales, mediante el fomento de la creación y el funcionamiento de las asociaciones de consumidores; la participación de la comunidad, y proponiendo que dentro de los planes oficiales de educación primaria y media se enseñen los preceptos y alcances de la ley.

Los contratos constituyen otra temática fundamental que debe ser abordada por el derecho del consumidor. Éstos se definen como una convención en virtud de la cual,



una o mas personas se obligan para con otra u otras, o recíprocamente, a dar, hacer o no hacer alguna cosa. La expresión, contrato de adhesión, se refiere a aquel negocio en cuya celebración las cláusulas previamente determinadas por una de las partes no admiten ser discutidas por la otra, y no tiene la posibilidad de introducir modificaciones; si no quiere aceptarla debe abstenerse a celebrarlo, por las propias circunstancias y las características de éste que impiden cualquier negociación.

Cabe recordar que las condiciones generales de contratación, tienen como características el hecho de que su contenido se basa en las cláusulas predispuestas por la empresa, o bien en determinados casos, impuestas por la autoridad pública, a fin de colocar a todos los que deseen contratar con ella en una misma situación de negocios, y esto como resultado de una necesidad propia de los acuerdos masivamente repetidos.

2.2.2. La protección del consumidor en el ámbito digital

La consideración de este tema es necesaria, pues los avances de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información han modificado las prácticas comerciales, mediante una redefinición de lo que son bienes, servicios, mercados y canales de distribución. Estas modificaciones han tenido un impacto mundial debido a la existencia de sistemas digitales sobre todo, la red de internet.

En los países de habla hispana, desde hace algunos años el número de usuarios de dicha vía electrónica va en constante aumento. Un estudio realizado por NetRatings nos muestra que: “En el año 2000, en Latinoamérica se tenían 21 millones de usuarios de internet, y un aumento de hasta el 300 por ciento para el año 2005 o sea 77 millones de usuarios de Internet, el cual ha ido incrementándose gradualmente hasta la fecha”.⁹

Esto ha emitido el desarrollo de nuevas aplicaciones de comercio electrónico, el cual no es un servicio nuevo si se tiene en cuenta que desde hace más de una década ya existía un protocolo denominado *Electrical Data Interchange*, que permitía realizar un

⁹ NetRatings, Nielsen. **Estudio del consumidor en el ámbito digital**. [Http://www.nua.com](http://www.nua.com). (10 de mayo de 2008)



intercambio electrónico de documentos, sobre todo entre pequeñas o medianas empresas y con los consumidores.

Charles, en su trabajo escribe que: "... la transición de una economía clásica hacia una economía digital presenta grandes oportunidades, pero también muchos peligros. De acuerdo a reportes realizados, los ataques dirigidos hacia los sistemas de seguridad de internet han incrementado considerablemente".¹⁰ El informe relativo a la ciber seguridad en más de 400 organizaciones, pone en evidencia el éxito de los hackers, quienes son usuarios de ordenadores especializados en penetrar en las bases de datos de sistemas estatales con el fin de obtener información secreta, en más de 180,000 ocasiones. El 40 por ciento de estos ataques fueron hechos a partir de ordenadores ubicados en Estados Unidos de América.

El comercio electrónico no incluye sólo las actividades de compra y venta electrónica de bienes, productos o servicios, sino también las actividades anteriores y posteriores a la venta, como es el caso de la publicidad, la búsqueda de información, la negociación entre el proveedor y el consumidor sobre el precio, las condiciones de pago, el plazo de entrega y la entrega en sí. En consecuencia, en las relaciones jurídicas en torno a dicho comercio son aplicables las disposiciones de normativa general en materia de venta a distancia, de publicidad, de comercio, las condiciones generales de contratación y la protección de consumidores y usuarios.

¿Existe alguna diferencia entre un consumidor tradicional y un ciber consumidor? Sobre todo teniendo en cuenta que las compras que se realizan vía internet son las mismas que se pueden realizar de manera habitual. Si se compra por teléfono con una tarjeta bancaria se puede comprar por internet de la misma forma, sin mayor diferenciación, con los mismos riesgos. Entonces, *a priori*, el régimen de protección al consumidor es el mismo régimen que se aplica al ciber consumidor.

¹⁰ Davis, Charles. **Algunos desafíos para el desarrollo del comercio electrónico en América de habla hispana.** [Http://utedu/-mjabativa/ce/tendencias.html](http://utedu/-mjabativa/ce/tendencias.html). (10 de mayo 2008)



Sin embargo, Vivant, en su obra escribe: “Cuando se realizan compras por internet es necesario tomar en cuenta cierta especificidad de la red; su desmaterialización, inmediatez y la internacionalización de la compra”.¹¹

Por este medio, los consumidores pueden encontrar múltiples beneficios con la utilización del comercio electrónico, entre ellos podemos mencionar el acceso a un amplio mercado de bienes y servicios, y por ende a la posibilidad de comparar calidad y precio de éstos. Solamente que al ciber consumidor le va a preocupar la cuestión del pago de sus compras mediante una tarjeta bancaria, así como el hecho de proporcionar los datos de su tarjeta a través de dicho sistema electrónico. ¿facilitar datos confidenciales por ésta vía es seguro? Se cuestionará sobre el proveedor?. ¿Es una empresa fiable?, ¿Existe una garantía para los productos que compre?, ¿Puedo hacer devoluciones?, ¿Tendrá una factura?, son preguntas que reflejan la confianza en las empresas. Pero, ¿Quién proporcionará esta seguridad y confianza? “Los actores en general, pero, solamente los estados mediante leyes y políticas nacionales e internacionales pueden limitar las prácticas fraudulentas y/o desleales. Aparece entonces indispensable, promover una seguridad de los intercambios electrónicos comerciales y crear un marco jurídico transparente y tranquilizante para los usuarios de la red, es por ello que debe de existir una política de reconocimiento del valor jurídico de los instrumentos de una transacción en el mundo virtual de internet”.¹²

En Guatemala para alcanzar el objetivo de seguridad y confianza deberá realizar una serie de reformas, para adecuar su marco jurídico a las transacciones electrónicas. En concreto, la finalidad de estas reformas legislativas debe ser:

Proporcionar seguridad jurídica en el uso de medios electrónicos; y facilitar las transacciones por estos medios, y lograr una interacción global e integral de los campos en que se utilizan los medios electrónicos.

¹¹ Vivant, Michel. **Les contrats du commerce électronique**. Pág. 85

¹² Informe del Consejo del Estado francés. **Internet y la redes digitales, la documentation Francaise**. Pág. 54



2.2.2.1. Protección del consumidor antes de la realización de una compra

Esta protección se refiere a la publicidad que el consumidor recibe y al respeto de sus libertades individuales.

Publicidad y protección del consumidor

La mayor parte de las empresas han creado su propia página *Web*, como soporte de comunicación. En ocasiones, ésta es solo una página de información de los productos y servicios que la empresa ofrece, pero en otras puede ser una verdadera propaganda de artículos de cualquier clase. Si tomamos en cuenta que la publicidad es toda información susceptible de inducir a una persona a hacer una elección sobre un producto o servicio determinado; así, la divulgación en internet no se distingue fácilmente de la información.

El usuario de internet que desea encontrar ciertos contenidos dentro de la gran cantidad de información que se obtiene por este medio, debe a la vez evitar los contenidos ofensivos, ilegales y la publicidad no deseada. Es necesario resolver jurídicamente este problema de invasión de la intimidad, tal vez la solución sea la reglamentación de los programas de la industria. Sin embargo, dado el carácter internacional e inmaterial, en esta forma de anunciarse, resulta complicado aplicar su control.

“La publicidad por internet debe de respetar la legislación local y también la legislación de los países hacia los cuales va dirigida. Una publicidad lícita en un país puede que no lo sea en otro”.¹³ Así, por ejemplo, podemos mencionar: “La publicidad de productos alcohólicos y de cigarros se encuentra prohibida en Francia, y en otra parte del mundo está permitida. ¿Qué legislación aplicar? La cuestión del derecho aplicable se encuentra de manera repetitiva en todos los actos relacionados con internet, red que ignora las fronteras ¿Cuál es la ley competente?”¹⁴

¹³ Varille, Natalie. **Publicité sur internet, droit et deontologie**. Gazette du Palais. 22 de noviembre 1997. Pág. 5

¹⁴ Vivant Michel. **Le Stanc Christian et al, lany informatique et réseaux**. Pág. 90



Respeto de las libertades individuales del consumidor

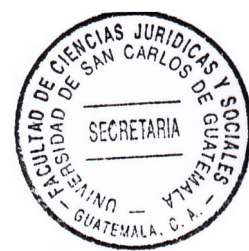
En cuanto a la vida privada de los consumidores, existe a nivel mundial, una preocupación para su protección. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, por sus siglas llamada OCDE, constituida por treinta estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales, publicó en 1980 sus líneas directivas relativas a la protección de la vida privada y los flujos transfronterizos de informaciones nominativas. De manera general, se recomienda a los países miembros que supriman o eviten crear obstáculos injustificados a los flujos transfronterizos de datos personales, bajo el pretexto de una protección de la vida privada.

Éstas líneas directivas enumeran algunos principios fundamentales que se pueden aplicar a un nivel nacional: Principio de limitación en materia de recopilación de datos, obtención por medios lícitos, principio de la calidad de los datos, principio de la especificación de la finalidad de la recopilación, principio de su utilización, principio de transparencia y finalmente, principio de la participación individual, derecho de acceso y de rectificación.

2.2.2.2. La protección del consumidor en el momento de la compra

Es relativo al momento de la transacción comercial, es decir a las diferentes etapas de una compraventa en línea. De manera general, este tipo de convenio toma la forma de un contrato por adhesión. La redacción de sus cláusulas, es de extrema importancia, pues, en la ausencia de una ley específica o en la presencia de una pluralidad de ellas, será la voluntad de las partes definida en el mismo que predominará. Entre las cláusulas más importantes se encuentran:

- a. La identificación de las partes.
- b. La dirección geográfica del establecimiento del proveedor de bienes o servicios.
- c. Las obligaciones de las partes.
- d. Los gastos de entrega.



- e. Las modalidades de pago.
- f. Entrega o ejecución.
- g. La cláusula de confidencialidad de datos personales, en la cual hay un compromiso de no utilizar los datos personales de los clientes para fines diferentes a los previstos inicialmente.
- h. La legislación aplicable, no hay que olvidar que se pueden realizar operaciones comerciales con personas físicas o morales de diversos países, en los cuales el conjunto de normas a aplicar será distinto y el consumidor no conoce forzosamente; y por último si existe.
- i. La posibilidad de un arbitraje y la jurisdicción competente.

Para que un pedido electrónico sea considerado como válido, es necesario el consentimiento de las partes y el contrato electrónico, son estos documentos que en caso de conflicto podrán servir como prueba para demostrar la existencia y las condiciones de la transacción.

“La mayoría de la negociaciones electrónicas se concretizan vía internet, y se pueden clasificar como contratos de adhesión, es decir, que éstos son en los que el vendedor elabora unilateralmente un formato uniforme, estableciendo los términos y condiciones aplicables a la adquisición de producto o la prestación de un servicio; estos implican, por lo general, un debilitamiento del principio de la autonomía de la voluntad de los contratantes, la que se manifiesta por la sola aceptación del usuario”.¹⁵

Sin embargo, “...aún cuando éstos sean por internet, deberán contar con un mínimo de requisitos: Identificación de las partes, código de usuario, fecha, compromiso explícito por parte del proveedor de haber comunicado las especificaciones jurídicas y técnicas y la aceptación expresa por parte del usuario”.¹⁶

¹⁵ Dávora Rodríguez, Miguel Angel. **El consumidor electrónico**. Pág. 182

¹⁶ Ribas, Alejandro Javier. **Aspectos jurídicos del comercio electrónico**. Pág. 79



Latorre, en su libro escribe que “Las obligaciones del comprador son dos: Recibir la cosa y pagar el precio convenido. En lo referente a los problemas de legislación aplicable y juez competente, las partes contratantes pueden explicitar la ley que se aplicará “. ¹⁷ En una compraventa en línea, la existencia de una cláusula de jurisdicción competente o de arbitraje puede bastar para resolver los problemas eventuales. Con la única observación, que en algunos países, la protección del consumidor puede ser considerada como nula.

2.2.2.3. Protección del consumidor después de la compra

En el caso de la unión europea, el criterio que se ha mantenido es el de aplicar la legislación del lugar donde se encuentre físicamente el comercio, varias empresas habían insistido en la aplicación de este principio, argumentando que para las que tienen carácter internacional les sería muy difícil, prácticamente imposible, poder conocer todas las legislaciones de los países hacia los cuales la oferta estaba dirigida. De esta manera, se ha adoptado el principio de la aplicación del derecho del país de origen y del control de servicios a la fuente de la actividad, este principio garantiza la libre circulación de servicios en la sociedad de la información. La directiva del comercio electrónico del 8 de junio de 2000, prevé ciertas excepciones a este principio, y “... autoriza a los estados miembros a tomar las medidas necesarias siempre y cuando estén justificadas por un objetivo de interés público admitido en el tratado; la protección del orden público, de la salud y de la seguridad pública o de los consumidores. Pero, es necesario que esas medidas sean proporcionales a la defensa de esos objetivos”. ¹⁸

2.2.3. Defensa del consumidor y usuario

Como establece el autor McDaniel Jr., la defensa al consumidor es: “Una lucha por el poder entre compradores y vendedores. Es un movimiento social que busca aumentar,

¹⁷ Latorre, Angel. **Introducción al estudio del derecho**. Pág. 83

¹⁸ Bottine Renaud de la Directivie comerse electronique. **Revue du marché común et de Union euopéenne**. 8 junio 2000. Pág. 8



establecer derechos y prerrogativas de los compradores en relación con los vendedores”.¹⁹

La verdadera defensa del consumidor podría lograrse a nivel jurídico, ya que dentro de una colectividad o sociedad nadie es superior a la ley, ni puede alegar ignorarla, porque es de aplicación general, y coercitiva.

Ésta tiene como objetivo primordial hacer efectivos los derechos del consumidor cuando éstos son violados por el proveedor o el empresario. En Guatemala dicha tarea no es de fácil realización pues existe una institución de atención y asistencia al consumidor que no cuenta con los recursos económicos, personales, ni materiales para salir adelante con sus metas y objetivos.

El movimiento de las personas que compran productos terminados, debe por encima de todo, buscar identidad, estando siempre del lado de éstos. El autor McDaniel Jr. en su obra dice: “Para defender al consumidor hay que tener la firme convicción de que el movimiento a su favor es una redención una esperanza y una oportunidad de una vida mejor para todos”.²⁰

El pronunciamiento consumidor debe señalar públicamente todos aquellos casos de los que tenga conocimiento, en los que sea evidente la irresponsabilidad social de los negocios, ya que en el sector empresarial con frecuencia se piensa que el fin justifica los medios. Aunque es verdad que los negocios para serlo tienen que dejar utilidades, no es lícito ni moral que el afán por obtenerlos lesionen a los consumidores.

2.2.4. Constitución de organizaciones de protección de consumidores y usuarios en Guatemala

Las organizaciones de consumidores y usuarios, son asociaciones civiles sin fines de lucro, organizadas con la exclusiva finalidad de defender en forma colectiva los

¹⁹ McDaniel, Carl. *Curso de mercadotecnia*. Págs. 785 y 788

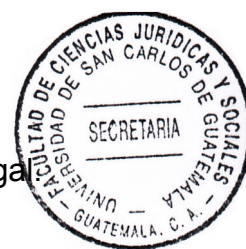
²⁰ Ibid.



derechos de los consumidores y usuarios, establecidos en la ley y especialmente en el Decreto número 006-2003 del Congreso de la Republica de Guatemala.

Pasos a seguir para crear una organización de consumidores y usuarios:

- a. Asociarse un mínimo de siete personas, mayores de edad, en el libre ejercicio de sus derechos civiles, sin interés personal directo o indirecto con proveedores.
- b. Nombre de la asociación, no fundación, actividad sin fines de lucro, su objeto debe ser observando lo que para el efecto establecen los artículos comprendidos entre el 6 y 12 del decreto citado. Creación y constitución de conformidad con la ley, mediante escritura pública, faccionada por notario hábil.
- c. Integración de la Junta Directiva; presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, tres vocales.
- d. Faccionar acta de nombramiento del representante legal.
- e. Inscribir la asociación en el Ministerio de Gobernación donde tenga su domicilio.
- f. Inscribir la asociación ante la Superintendencia de Administración Tributaria para efectos de la exoneración de impuestos y habilitación de libros contables.
- g. Inscribir la asociación ante la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, dentro de los 15 días, después de inscrita en el Ministerio de Gobernación, presentando para el efecto:
 - Primer testimonio de escritura constitutiva.
 - Copia de estatutos y reglamentos internos y cualquier modificación o ampliación que se les hubiere hecho a los mismos.
 - Certificación de inscripción de la asociación en el Ministerio de Gobernación.



- Copia completa de la cédula de vecindad del representante legal
- Certificación del acta en la que conste el nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Ministerio de Gobernación.

2.2.5. Principios básicos de los consumidores reconocidos por la Organización de las Naciones Unidas

La Organización de las Naciones Unidas ONU, reconoce el principio de información del producto, bien o servicio privado y público, principio de libertad de compra y elección de adquisiciones de bienes y servicios, privados y públicos, principio de calidad de los bienes, productos y servicios, y seguridad de los consumidores, principio de compensación económica, principio de protección legal, y principio de no discriminación, como principios básicos de los consumidores, los cuales se detallan a continuación:

2.2.5.1. Principio de información del producto, bien o servicio privado y público, que se comercializa o se promueve publicitariamente

Éste tuvo su origen en 1973, en la asamblea constitutiva del Consejo de Europa, en la que se aprobó el texto de la carta europea de protección de los consumidores. Es un principio solidario con el de educación de los consumidores; se parte del hecho que sin educación no existe la posibilidad de tener criterio suficiente de reclamar cualquier abuso de los proveedores. Especialmente cuando éstos con su poder económico y la falta de regulaciones claras, no se sienten obligados a respetar a los consumidores más allá de los intereses de distribución que potencialmente estén involucrados y pongan en peligro sus tasas de rentabilidad económica y carencia evidente de insatisfacción de los clientes, que podrían poner en duda la calidad del servicio, o bien propuesto comercialmente. Incluso su posición privilegiadamente monopólica y oligopólica que tampoco están reguladas adecuadamente. Estos principios están orientados a varias finalidades; a la obtención de información correcta de los bienes, productos y servicios,



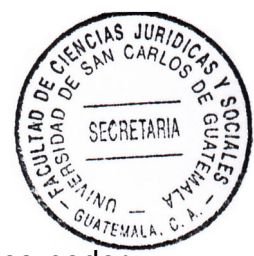
y a la identificación plena del suministrante o proveedor. De manera que las personas puedan actuar como consumidores informados y educados sobre los bienes y servicios que soliciten, para satisfacer sus necesidades de forma correcta.

2.2.5.2. Principio de libertad de compra y elección de adquisiciones de bienes y servicios, privados y públicos, y principio de calidad de los bienes, productos, servicios, y seguridad de los consumidores

Como resultado de un consumidor debidamente educado e informado, le es perfectamente idóneo ejercer el derecho de libre elección, principio que está desarrollado constitucionalmente relativo a la garantía de la libertad de contratar conforme a las leyes de la república. La calidad de los bienes, productos y servicios está íntimamente relacionadas con los derechos individuales y sociales considerados en la Constitución Política de la República de Guatemala, tales como: Derecho a la vida, a la seguridad, a la salud, los cuales es consecuencia de las informaciones y cultura de consumo para mejorar la calidad de vida y satisfacer las necesidades prioritarias de los consumidores y usuarios.

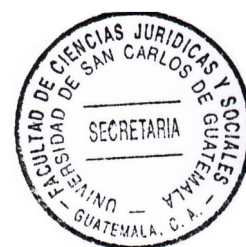
2.2.5.3. Principio de compensación económica y principio de protección legal

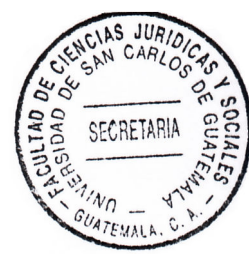
Ante el incumplimiento de las regulaciones que amparan a los consumidores y usuarios, el proveedor público y privado infractor, esta sometido a una serie de actos administrativos o jurisdiccionales, que consecuente con el amparo de los intereses de aquellos, los reclama por la vía legal. Esto implica dos cosas esenciales: Primero, que el proveedor responda por los daños y perjuicios cometidos por su omisión o acción indebidamente ilegal. Segundo, el espíritu original de tal protección, consiste básicamente en que el apoyo a los intereses económicos de los consumidores, debe recibir asesoramiento y asistencia en materia de quejas, y en los casos de perjuicios sufridos, debido a la compra o utilización de productos defectuosos o de servicios insuficientes, por un lado; y por otro, tiene derecho además a recibir una justa reparación de tales perjuicios por medio de procedimientos rápidos, eficaces y poco costosos.



2.2.5.4. Principio de no discriminación

Está vinculado al principio de igualdad jurídica, y consiste en que ordena a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas, así mismo le otorga un trato preferencial a las niñas, niños, y adultos mayores.





CAPÍTULO III

3. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

3.1. Antecedentes

Un sistema de libre mercado, proveedores de bienes y servicios, comerciantes que nos ofrecen variedad de productos para satisfacer las necesidades primordiales y las que no lo son. El consumidor es el que compra los artículos, y que al final es el que paga por ellos, una relación de mutuo beneficio que no siempre ha sido un jardín de rosas.

Al principio y ha pasado en todo el mundo, que las personas que adquieren bienes se han encontrado con proveedores que no cumplían con lo que ofrecían, los productos no eran buenos o los servicios no eran lo que se esperaba, y entonces, ¿a dónde acudir si éste no se hacía responsable?, ¿Y qué pasa con el dinero invertido? ¿Con quién buscar apoyo? Estos seres se sentían solos y a merced de la buena voluntad de los que lo abastecían, mejor informados y con mayor experiencia. Por eso, desde mediados del siglo XX en diferentes países europeos, pero especialmente en los Estados Unidos de América, empezaron a verse los primeros movimientos de consumidores, buscaban organizarse para obtener el respeto de los proveedores. En 1962, el presidente John F. Kennedy en su país, habló del derecho a ser informado como un derecho fundamental de quienes compran diversidad de bienes en el mercado, y con la Resolución número 39-248 de la Asamblea de Naciones Unidas, el 9 de abril de 1985, se dio vigencia a los derechos de éstos y a partir de una ley los países establecen agencias de protección al consumidor.

En Guatemala, esto está a cargo de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, por sus siglas llamada también DIACO; una dependencia del Ministerio de Economía que puede actuar en todo el país porque la ampara la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, y para ello cuenta con sedes en Guatemala, Jutiapa, Zacapa, Izabal, Quiché, Petén, Alta Verapaz, Quetzaltenango, Suchitepequez y Huehuetenango.



La citada dependencia, fue creada según el Acuerdo gubernativo número 425-95 de fecha 4 de septiembre de 1995. Actualmente, la misma tiene la responsabilidad de defender los derechos de los consumidores y usuarios.

El reglamento de la DIACO, contenido en el Acuerdo ministerial número 250-95 de fecha 10 de octubre año en mención, explicita sus funciones y atribuciones, relacionadas con la asistencia a los consumidores en sus reclamos contra los proveedores. Así también, sobre lo relativo a la información de las condiciones y buen uso de los productos, contribuyendo a minimizar la utilización de prácticas perjudiciales a los intereses económicos de éstos. De esa manera, se inicia su fortalecimiento institucional.

Dados los cambios que implicó el mejoramiento y la modernización del marco jurídico de protección al consumidor y usuario, dentro de las corrientes mundiales enfocadas a la globalización y al manejo de una economía moderna en un ambiente de libre mercado y de competencia, el Organismo Ejecutivo elaboró y envió al Organismo Legislativo el proyecto de la ley vigente para proteger a éstos, considerando los enfoques modernos sobre la materia. Dicho proyecto finalmente fue aprobado el 18 de febrero de 2003 mediante el Decreto número 006-2003, proporcionando a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, nuevos instrumentos para hacer más eficiente la tutelaridad en la defensa que dicha ley le confiere.

El Congreso de la República de Guatemala, aprobó el Decreto número 006-2003, Ley de Protección al Consumidor y Usuario, el cual fue publicado en el Diario de Centro América el día 11 de marzo del año 2003, entró en vigencia el 26 de marzo ese año.

El 10 de diciembre del 2003, se publicó el Acuerdo gubernativo número 777-2003 Reglamento de la citada ley, entrando en vigencia el 22 de diciembre de 2003. Su objetivo es desarrollar las disposiciones de la ley, a efecto de regular la estructura administrativa y el funcionamiento de la DIACO como la unidad administrativa responsable de la aplicación de ésta.



3.2. Análisis de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

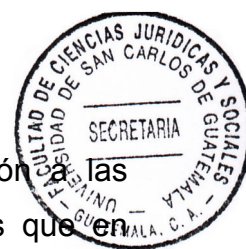
3.2.1. Definición

Atendiendo al Artículo 53 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, la DIACO es 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 del Decreto número 006-2003, y reglamentos, sin perjuicio de las funciones que competen a los tribunales de justicia.

3.2.2. Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

De conformidad con el Artículo 54 del referido cuerpo legal, “Son atribuciones de la Dirección:

- a. Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores 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 la ley en mención.
- i. Celebrar convenios con proveedores, consumidores y/o usuarios y sus organizaciones para alcanzar los objetivos de la ley.
- j. Vigilar porque la oferta de productos y servicios se 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 la ley, cuando corresponda y publicar los resultados.
- m. Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores o usuarios, proporcionándoles capacitación y asesoría.
- n. Llevar registro de las organizaciones de consumidores o usuarios y, cuando sea posible, de los proveedores de determinados productos o servicios.



- o. Llevar a cabo en forma directa o indirecta un programa general de verificación de las mediciones de los servicios públicos, en coordinación con los entes administrativos especializados.
- p. Representar los intereses de los consumidores o usuarios abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan.
- q. Dictar medidas administrativas en los casos que se presuma errores de cálculo de parte de los proveedores que afecten económicamente al consumidor o usuario.
- r. Establecer dependencias para diferentes áreas del país que la DIACO determine, atendiendo a su ubicación geográfica y de acuerdo a sus posibilidades presupuestarias.
- s. Registrar los contratos de adhesión cuando exista requerimiento de los proveedores y se llenen los requisitos legales.
- t. La dirección deberá llevar una memoria mensual sobre los procedimientos administrativos que se inicien ante ella, la cual deberá publicar mensualmente, con indicación de las partes involucradas.
- u. Registrar de oficio los contratos de adhesión.
- v. Las demás que le asigne la ley.”

Todas estas atribuciones van encaminadas a brindar una protección jurídica preferente al consumidor o usuario. Por otro lado, es cuestionable el hecho de que en el caso de los servicios públicos y las quejas que se plantean ante esta institución se resuelvan de manera adecuada a favor de los consumidores o usuarios, pues se considera que esta institución se convierte en juez y parte.



3.2.3. Objetivos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

1. Tiene la obligación de asistir los derechos e intereses de los consumidores y usuarios en sus relaciones comerciales con los proveedores y prestadores de servicios.
2. Deberá atender al consumidor y usuario, orientándolo en todo lo relacionado a calidad, peso y demás características de los productos y servicios existentes en el mercado.

3.2.4. Visión y misión de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

3.2.4.1. Visión

Que los consumidores guatemaltecos conozcan y ejerzan sus derechos

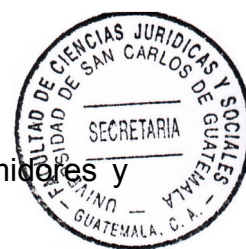
3.2.4.2. Misión

Educar e informar a los consumidores y usuarios acerca de sus derechos y obligaciones.

3.2.5. El que hacer de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

Específicamente la DIACO realiza las siguientes actividades:

1. Promueve, divulga y defiende los derechos de los consumidores que están en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.
2. Orienta, apoya, e informa al consumidor sobre la calidad, cantidad, pesos y demás cualidades de los productos y servicios que se ofrecen en Guatemala.
3. Favorece los arreglos o conciliaciones entre proveedores y consumidores, de productos y servicios a través de dialogo y respeto de sus derechos apoyando así una cultura de paz.



4. También facilita la creación de organizaciones de defensa de consumidores y usuarios que la ley fomenta.

Sin embargo, hay una serie de actividades que la citada institución no realiza por no estar facultada por la ley, y entre éstas las siguientes:

1. No controla precios, la ley no le da ese poder porque en una economía de mercado los precios dependen de la oferta y la demanda.
2. No interviene directamente en los servicios públicos como luz, agua, y telefonía, en estos casos hay que acudir a otras instancias y si no se resuelve nada en ellas entonces se puede acudir a esta institución.

3.2.6. Estructura organizacional de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

Para la realización de las actividades de la DIACO, ésta cuenta con diferentes departamentos, siendo los más importantes los siguientes:

3.2.6.1. Dirección

De conformidad con el Artículo 55 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, está dirigida por un Director quien es la autoridad administrativa superior y el funcionario ejecutivo de mayor nivel jerárquico. Ejerce sus funciones con absoluta independencia de criterio, pero apegándose a criterios técnicos.

El Artículo 59 de ley referida, establece las atribuciones específicas de quien ejerce la dirección de la institución; “Además de las atribuciones establecidas en la presente ley son atribuciones de Director:

1. Planificar, organizar, controlar, dirigir e integrar los recursos físicos, humanos y financieros de la DIACO.
2. Velar por el cumplimiento de la ley específica y sus respectivos reglamentos.



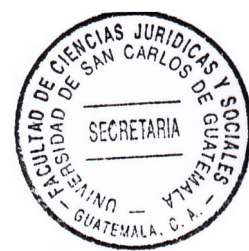
3. Presentar el proyecto de presupuesto anual de la DIACO, al Ministerio de Economía para su discusión y aprobación.
4. Crear las secciones técnicas que se requieran para el buen funcionamiento de la institución, señalándoles sus funciones.
5. Promover la colaboración con otros organismos nacionales e internacionales y otros estados, en relación con las materias contenidas en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario y sus reglamentos.
6. Diseñar las políticas de la DIACO para la consecución de sus objetivos.
7. Las demás atribuciones que sean inherentes a su cargo.”

3.2.6.2. Departamento de promoción y asesoría al consumidor

La función principal de este departamento es la divulgación de la ley y su reglamento, por medio de programas educativos de difusión y capacitación a los consumidores y usuarios acerca de sus derechos y obligaciones, de forma que hagan valer sus derechos en las relaciones comerciales con los proveedores.

Las líneas de acción para los fines anteriores, son las siguientes:

1. Campaña informativa; anuncios, charlas, conferencias, asesorías.
2. Producción de material informativo; diseño de material educativo, juegos y afiches.
3. Divulgación de los derechos de los consumidores; charlas y conferencias.
4. Propiciar la organización de consumidores; charlas a organizaciones.
5. Coordinación general de las ferias del consumidor y escolares.
6. Monitoreo de precios, con el apoyo de personal de otros departamentos.



3.2.6.3 Departamento de servicios al consumidor

Tiene como finalidad principal, proteger y apoyar a los consumidores y usuarios en sus reclamaciones ante los proveedores, cuando consideren que las relaciones comerciales no han sido del todo satisfactorias; para ello recibe las quejas y mediante los procedimientos pertinentes trata de encontrar una solución conciliatoria, dentro de un plano de equidad y justicia.

3.2.6.4. Departamento de verificación y vigilancia

Es el responsable de llevar a cabo las acciones pertinentes para investigar, supervisar y comprobar si los establecimientos que realizan actividades comerciales o de servicios, están cumpliendo con la normativa, reglamentación y disposiciones legales y técnicas, nacionales e internacionales, vigentes en el país, que son aplicables a la comercialización de bienes y prestación de servicios. En caso de encontrar anomalías, se facciona el acta sobre los hallazgos, la cual es trasladada al departamento jurídico para su seguimiento y, en otros casos, se emiten los apercibimientos correspondientes.

Asimismo, presta el apoyo a otros departamentos de la institución, cuando le es solicitado y se estime pertinente su participación, como en el caso de verificar quejas presentadas, colaborar en actividades de monitoreo de precios o en operativos conjuntos con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social para verificar el contenido de micronutrientes en algunos alimentos, o con el Ministerio de Energía y Minas, en el marco del Plan Centinela, en el control de la cantidad exacta en los cilindros de gas propano y en el despacho en las gasolineras. La jefatura forma parte, en representación de la Dirección, de la Comisión Nacional de Alimentos Fortificados CONAFOR, y de la Comisión Nacional de Salud Bucal CONASABU.

De igual forma, calidad educativa, en el marco del convenio de coordinación interinstitucional con el Ministerio de Educación, el despacho superior del Ministerio de Educación, la Superintendencia de Administración Tributaria y la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, decidieron la implementación del programa conjunto de



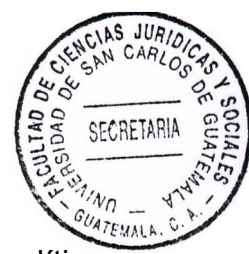
verificación de la calidad educativa, para la atención de quejas y la verificación de anomalías en los centros de enseñanza tales como:

1. Cobro de cuotas no autorizadas.
2. Cobro de útiles.
3. Carreras no autorizadas por el Ministerio de Educación.
4. No cuentan con el libro de quejas.
5. Contrato de adhesión no autorizado.

3.2.6.5. Departamento de asesoría al proveedor

Este departamento tiene un vínculo directo con los proveedores de bienes y servicios, por lo tanto presta la asesoría correspondiente en cuanto a los derechos y obligaciones que les otorga e impone la ley, promoviéndolos por medios a su alcance, especialmente en los casos que se refieren a la autorización de los libros de quejas, de los instrumentos de medición y pesaje y de los contratos de adhesión, que los proveedores utilizan en sus relaciones comerciales con los consumidores y usuarios.

En el caso de los instrumentos de medición y pesaje y de los contratos de adhesión que los proveedores utilizan y que según la ley deben de ser registrados y autorizados por la dependencia encargada, también realiza actividades para promocionar su presentación y registro en la institución. En cada caso este departamento alimenta una base de datos sobre la recepción de expedientes con su documentación respectiva y los traslada a las instancias correspondientes para su trámite de autorización, así: al departamento jurídico, los contratos de adhesión y al departamento de verificación y vigilancia los que se refieren a instrumentos de medición; estos últimos deben enviarse a la dirección del sistema nacional de calidad del Ministerio de Economía, para el examen y verificación del certificado de calibración correspondiente, el cual debe aprobarse previo a su autorización y registro en la DIACO.



3.2.6.6. Departamento administrativo

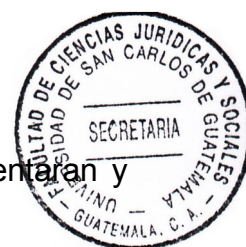
Su objetivo principal es planificar, organizar, dirigir y controlar la ejecución de políticas, normas y procedimientos administrativos, de almacén, servicios generales de mantenimiento de instalaciones y vehículos, así como el recurso humano.

3.2.6.7. Departamento financiero

Es responsable de planificar, organizar, controlar, distribuir y coordinar los recursos financieros. Por lo tanto, elabora el presupuesto anual de ingresos y egresos de la institución, dirige y controla las actividades relacionadas con los aspectos financieros de la misma, llevando un estricto control presupuestario mensual sobre las disponibilidades de recursos por renglón de gasto, conforme a la programación del presupuesto vigente. En caso necesario se encarga de proponer a las autoridades superiores, las transferencias de recursos que permitan cubrir necesidades de un determinado renglón presupuestario, con disponibilidades de otro concepto del gasto.

El régimen económico y financiero, como lo establece el Artículo 63 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario; “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 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 suscripción de convenios de cooperación.



- f. Fondos provenientes del ingreso por pago por sanciones que incrementarán y construirán sus fondos privados.”

La ejecución presupuestaria del año 2007 de la DIACO, representada en miles de quetzales es la siguiente:

Grupo	Descripción	Asignación Vigente	Ejecutado	%
	Fuente 11			
0	Servicios personales	5911,27	5588,26	95%
100	Servicios no personales	2175,32	2174,71	100%
200	Materiales y suministros	413,21	413,13	100%
300	Propiedad, planta, equipo, e intangibles	748,87	748,87	100%
	Suma financiamiento	9248,67	8924,97	97%
	Fuente 31			
100	Servicios no personales	326,61	307,83	94%
200	Materiales y suministros	159,97	159,96	100%
	Suma financiamiento	486,58	467,79	96%
	SUMA TOTAL	9735,25	9392,76	97%

Fuente: Información de Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, marzo, 2008.

La inspección, fiscalización y control de las operaciones contables y financieras de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor están a cargo de la auditoría interna de la misma y de la Contraloría General de Cuentas en lo que sea su competencia.

3.2.6.8. Departamento de informática

Tiene la función de administrar los recursos de informática e implementar herramientas de trabajo que automaticen los servicios que se ofrecen a los consumidores, usuarios y proveedores por parte de la institución, y velar por el buen funcionamiento del equipo de cómputo que posee dicha dirección.



3.2.6.9. Departamento jurídico

Tiene a su cargo la interpretación y aplicación de la ley específica y su reglamento a cada caso concreto, con fundamento en las pruebas respectivas, y establece el procedimiento jurídico pertinente; revisa los contratos de adhesión presentados ante la DIACO mediante análisis jurídico, así como las solicitudes de registro de las organizaciones de consumidores y usuarios, aprueba solicitudes para utilizar medios alternativos del libro de quejas, emitiendo las resoluciones de autorización respectivas, notifica las resoluciones que deban ser del conocimiento de los interesados. Se encarga también de revisar los textos de los convenios de cooperación interinstitucional, asesora a la dirección y a los departamentos en el ámbito de su competencia, según las atribuciones que establece la ley.

A continuación se dan a conocer las actividades realizadas por el departamento jurídico durante el año 2007.

Resoluciones	Denuncias	Informes	Total
Por autorización de contratos de adhesión			62
Por finalización de procesos			215
Por declaración de Rebeldía			56
Por infracción a la ley			285
Total de resoluciones			618
	Ministerio Público		25
		Procuraduría de Derechos Humanos y Procuraduría general de la nación	295

Fuente: Información de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, marzo, 2008.

3.2.6.10. Asesoría de dirección

Esta unidad efectúa diversas actividades relacionadas con las atribuciones que la ley establece para la Dirección, prestándole apoyo técnico y administrativo para atender los



asuntos de su competencia; para ello investiga y planifica los asuntos relacionados con las funciones que le corresponde desarrollar a ésta, realizando los análisis pertinentes para sugerir y/o proponer las mejores formas de resolver los problemas que confronte la mencionada dirección. Asimismo, atiende consultas sobre aspectos relacionados con el quehacer de la institución y responde cuestionarios de entidades y personas nacionales y extranjeras, interesadas en el tema de la protección al consumidor y usuario. Tiene a su cargo la elaboración de procedimientos administrativos y manuales sobre las funciones de las diversas dependencias, así como la reglamentación interna para el buen uso de los recursos disponibles, elabora perfiles de proyectos para la institución.

3.2.7. Datos estadísticos de las quejas hechas por consumidores y usuarios a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

Tomando en consideración las quejas más frecuentes realizadas durante los años 2006, 2007, y 2008, los resultados están reflejados en las siguientes gráficas:

En la tabla número uno, se puede observar que las quejas presentadas durante el año 2006 fueron 4,118 en total, siendo los sectores mas denunciados los comercios, servicio telefónico, telefonía celular, y energía eléctrica

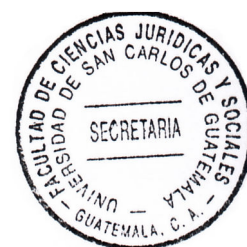


Tabla No. 1

**Quejas recibidas
Enero - Diciembre 2006**

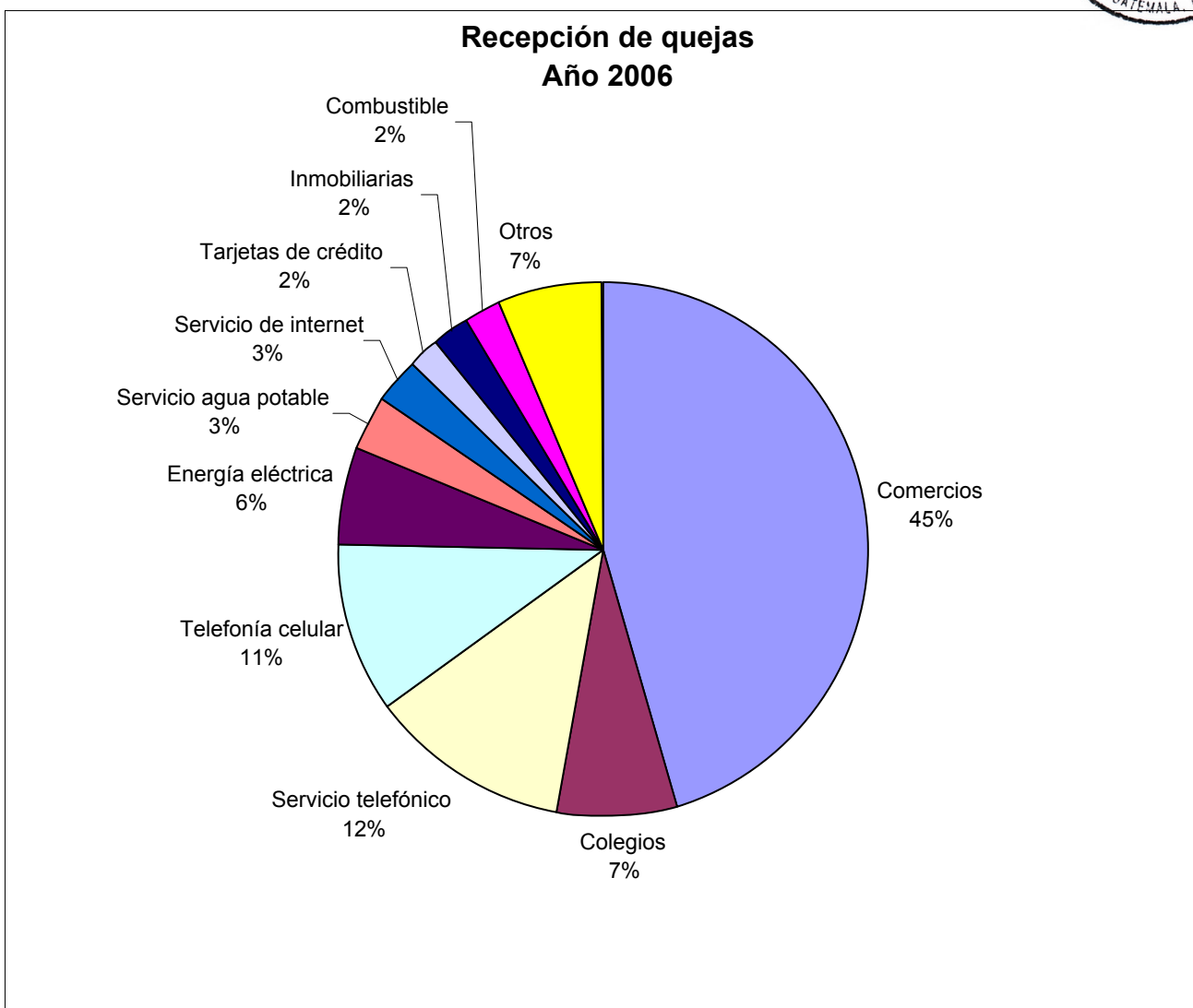
Actividad	Sede Central	Sede Regionales	Total de quejas	%
Comercios	1613	258	1871	45
Colegios	252	55	307	7
Servicio telefónico	422	71	493	12
Telefonía celular	382	51	433	11
Energía eléctrica	171	61	232	6
Servicio agua potable	132	6	138	3
Servicio de Internet	102	11	113	3
Tarjetas de crédito	74	10	84	2
Inmobiliarias	86	9	95	2
Combustible	74	10	84	2
Otros	157	111	268	7
TOTAL	3465	653	4118	100

Fuente: Información proporcionada en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, marzo, 2008

Por medio de la gráfica número uno, se hace una distribución interna de los datos obtenidos en la tabla anterior, en forma de porcentajes, en la que se realiza una comparación de cada uno de los sectores evaluados, en cuanto al total de quejas recibidas durante el año 2006, tomando en consideración la sede central y sedes regionales de la Dirección de Atención al Consumidor y usuario.

El número de elementos comparados dentro de la gráfica son once, y cada uno está representado por colores diferentes que permite distinguir los porcentajes o proporciones de ésta.

Gráfica No. 1



Como se puede observar en la gráfica anterior, el sector comercio representado en color celeste, es el más denunciado ante la DIACO, que en un total de 4,118 quejas, 1,871 le corresponde a éste, es decir un 45 por ciento, proyectando entre los demás sectores evaluados el 55 por ciento, o sea un total de 2,247 quejas. Así también, los sectores que menos denuncias obtuvieron durante el año 2006 fueron tarjetas de crédito y combustible con un 2 por ciento cada uno y un total de 84 quejas respectivamente.

Tabla No. 2
Quejas recibidas
Enero - Diciembre 2007

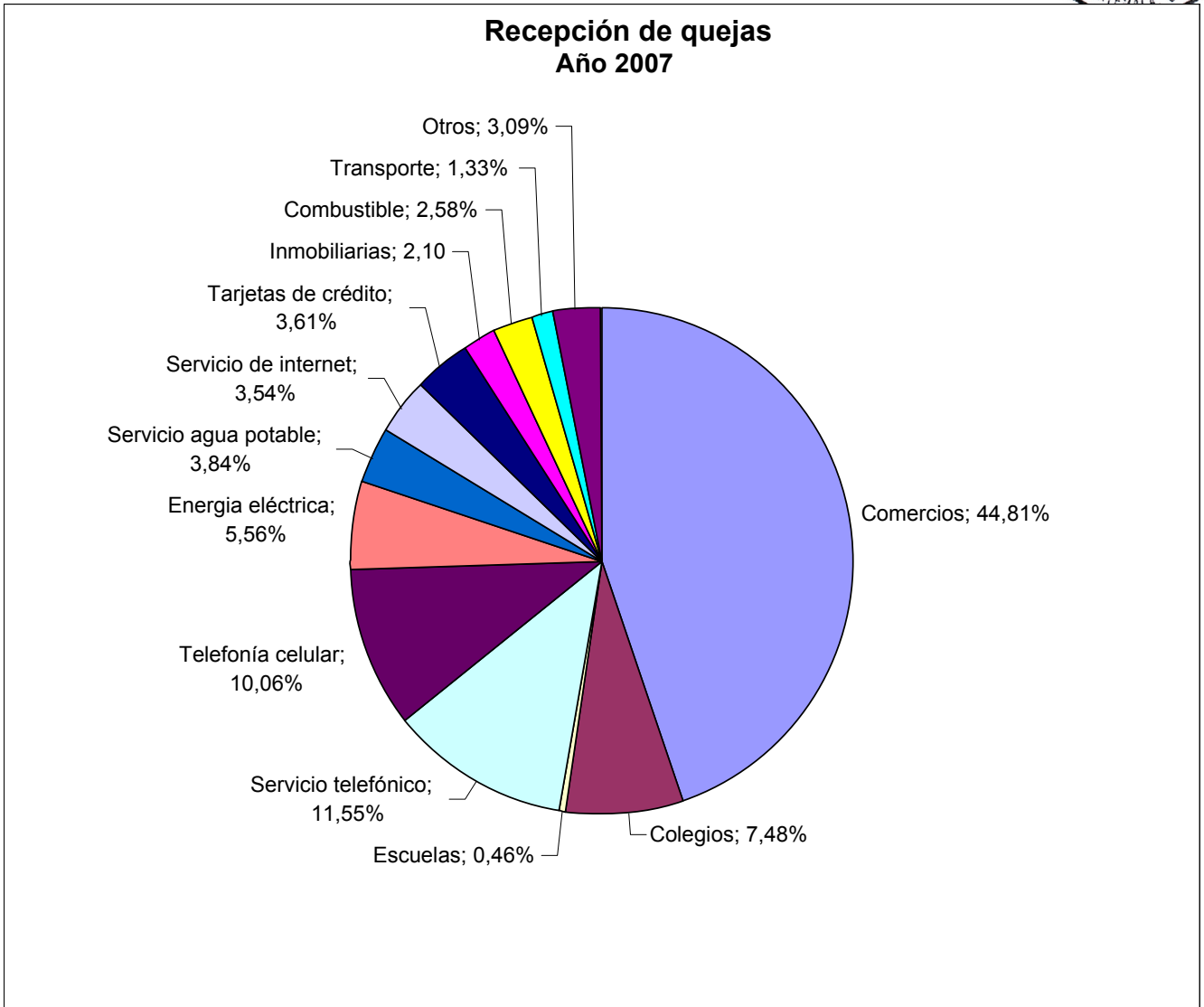
Actividad	Sede Central	Sede Regionales	Total de quejas	%
Comercios	1701	259	1960	44,81
Colegios	275	52	327	7,48
Escuelas	15	5	20	0,46
Servicio telefónico	430	75	505	11,55
Telefonía celular	405	35	440	10,06
Energía eléctrica	170	73	243	5,56
Servicio agua potable	153	15	168	3,84
Servicio de internet	140	15	155	3,54
Tarjetas de crédito	153	5	158	3,61
Inmobiliarias	86	6	92	2,10
Combustible	93	20	113	2,58
Transporte	54	4	58	1,33
Otros	80	55	135	3,09
TOTAL	3755	619	4374	100

Fuente: Información proporcionada en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, marzo, 2008,

En la tabla número dos se puede observar que las quejas presentadas durante el año 2007 fueron 4,374 en total, siendo el sector más denunciado, el comercio; en relación al año 2006 se realizaron 256 quejas adicionales, las cuales fueron impuestas en la sede central de la DIACO

A continuación en la gráfica número dos se hace una distribución interna de los datos obtenidos en la tabla anterior, representados en porcentajes haciendo una comparación de cada uno de los sectores evaluados, tomando en consideración el total de quejas recibidas durante el año 2007.

Gráfica No. 2



La gráfica número dos muestra que el sector comercios, es el más denunciado ante la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, en un total de 4,374 quejas, 1,960 le corresponde a éste, lo que significa un 44.81 por ciento, obteniendo entre los demás sectores evaluados el 55.19 por ciento, o sea un total de 2,414 quejas. Adicionalmente, los sectores que menos denuncias obtuvieron durante el año 2007 fueron escuelas y transporte con un cero punto cuarenta y seis, y uno punto treinta y tres por ciento, haciendo un total de 20 y 58 quejas respectivamente, en comparación con la imposición de quejas en el 2006, se observa un incremento.

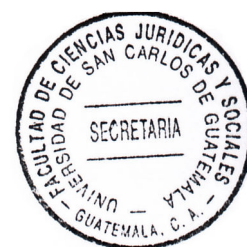


Tabla No. 3

**Quejas recibidas
Año 2008**

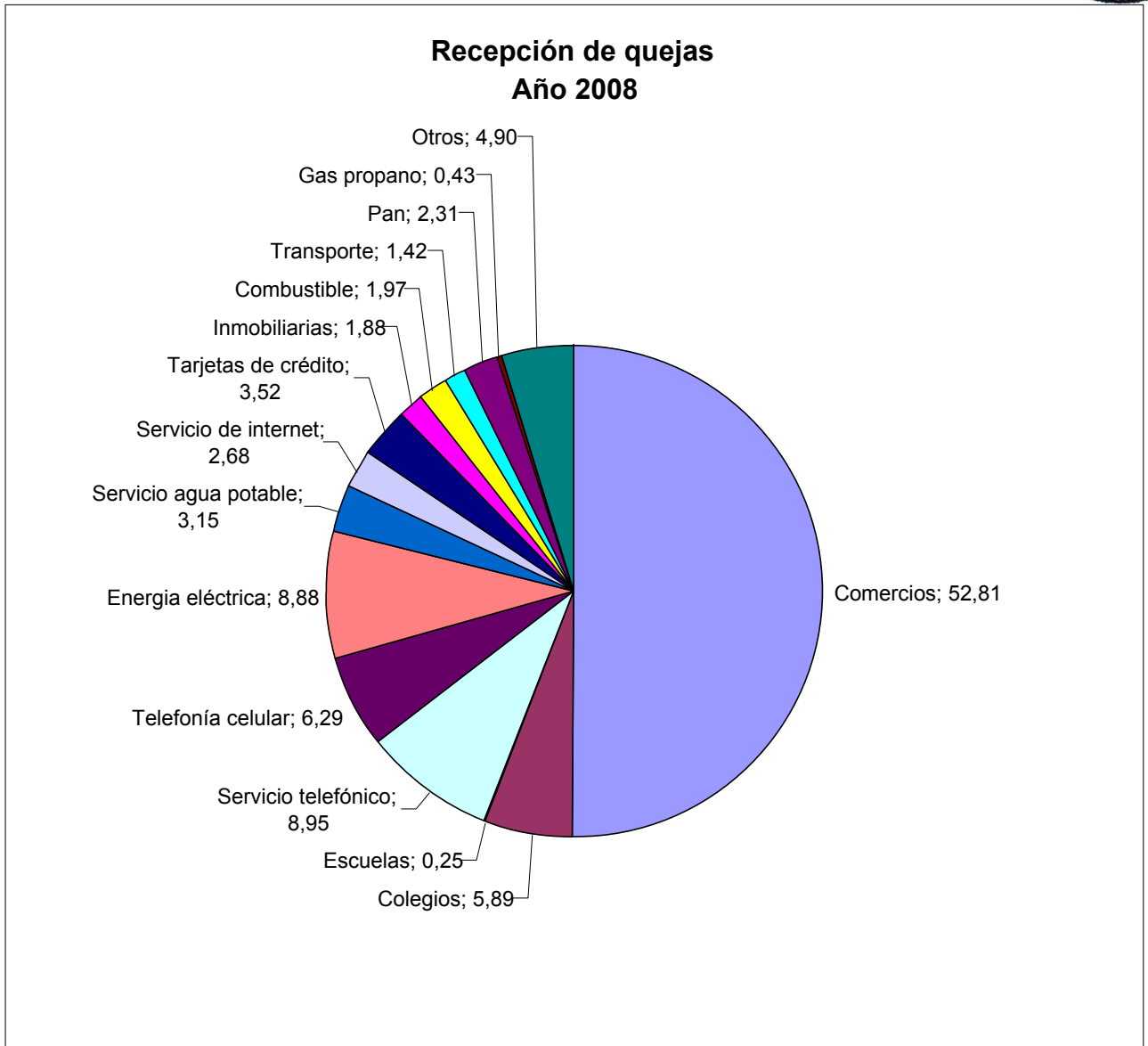
Actividad	Sede Central	Sede Regionales	Total de quejas	%
Comercios	1559	153	1712	52,81
Colegios	139	52	191	5,89
Escuelas	8	0	8	0,25
Servicio telefónico	251	39	290	8,95
Telefonía celular	184	20	204	6,29
Energía eléctrica	130	158	288	8,88
Servicio agua potable	100	2	102	3,15
Servicio de internet	83	4	87	2,68
Tarjetas de crédito	105	9	114	3,52
Inmobiliarias	58	3	61	1,88
Combustible	61	3	64	1,97
Transporte	46	0	46	1,42
Pan	75	0	75	2,31
Gas propano	14	0	14	0,43
Otros	102	57	159	4,90
TOTAL	2915	500	3242	100

Fuente: Información proporcionada en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, agosto, 2008,

La tabla número tres refleja que las quejas realizadas a la DIACO en el año 2008 fueron un total de 3,242, como en los años 2006 y 2007 el sector más denunciado, es el comercio, también se puede observar que la mayoría de las quejas se presentaron en la sede central de la institución.

En la gráfica que se muestra a continuación, se reflejan los datos obtenidos en la tabla número tres, en forma de porcentajes, en la que se hace una comparación de cada uno de los sectores evaluados.

Gráfica No. 3



Como se puede observar en la gráfica número tres, muestra las quejas recibidas por la DIACO, hasta el mes de agosto del año 2008, el sector comercio fue el más denunciado, como en los años 2006 y 2007, con un total de 1712 quejas, que representa un 52.81 por ciento, es decir que el 47.19 %, le corresponde al resto de los sectores. Es relevante mencionar que los sectores transporte, gas propano y pan, en el interior de la república no presentaron ninguna queja, también los sectores que menos



denuncias obtuvieron durante este año fueron escuelas y gas propano con un 80 y 14 por ciento respectivamente.

Las quejas recibidas, atendidas y resueltas por la dependencia responsable, durante los años 2005, 2006, y 2007, se muestran en forma detallada a continuación:

Descripción	2005	2006	2007
Quejas recibidas	3588	4118	4374
Quejas atendidas	-----	3624	3796
Quejas resueltas	2236	2664	2826
Relación porcentual (quejas resueltas/ recibidas)	62%	65%	65%
Relación porcentual (quejas resueltas/ atendida)		74%	74%

Fuente: Base de datos servicio al consumidor y sedes regionales, abril, 2008.

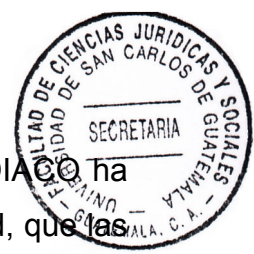
El incremento de quejas recibidas con respecto al año anterior fue de 6%.

De las resoluciones emitidas por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, relacionadas a las quejas presentadas en los años 2005, 2006 y 2007, las cuales fueron realizadas mediante la conciliación y mediación, se tienen los siguientes datos:

Quejas Resueltas	2005	%	2006	%	2007	%
Conciliación	1185	53	1275	51	1603	57
Mediación	1051	47	1225	49	1223	43
TOTAL	2236	100	2500	100	2826	100

Fuente: Base de datos Servicios al Consumidor y Sedes Regionales, abril, 2008.

De las quejas resueltas durante el 2007, el 43% se han resuelto por mediaciones realizadas por la DIACO y los operadores de servicios, telefonía, energía eléctrica y agua. El 57% se ha resuelto por conciliaciones entre consumidores y proveedores de bienes y servicios.



A partir de la creación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, la DIACCO ha recibido denuncias, sin embargo, nos ha quedado demostrado con anterioridad, que las denuncias y quejas se han incrementado considerablemente en los últimos años, quizá porque han sido más frecuentes las violaciones a los consumidores y usuarios, aunado a la poca publicidad que se ha hecho de esta institución, y que a pesar de que en los datos antes detallados se observa que se han hecho esfuerzos para proteger a los consumidores y usuarios, aún no cumple con los propósitos para los cuales fue creada, los recursos materiales y humanos con que cuenta son limitados y por el hecho de ser una dependencia del Ministerio de Economía no cuenta con la autonomía y disponibilidad de presupuesto que sería deseable para una oficina tan importante.

3.3. Aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario

En atención a 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 la Resolución número 39/248, del 9 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 y usuarios, y que la legislación vigente que regulaba el sistema económico del país era ineficaz e inoperante, contraria a los intereses de los consumidores y usuarios y no respondía a las características de una economía moderna, abierta y dinámica, por lo que se hizo 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.

Tomando en consideración el Artículo 119, literal i), de la Constitución Política de la República de Guatemala en que 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”, el Congreso de la República aprobó el Decreto número 06-2003, Ley de Protección del Consumidor y Usuario.



3.3.1. Objeto de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario

De conformidad con el Artículo 1 de la ley referida en el subtítulo anterior, 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.

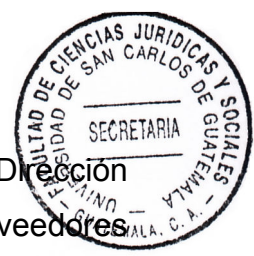
Es importante mencionar que el artículo 1 de la citada ley, también establece que las normas contenidas ésta son tutelares de los consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público.

3.3.2. Ámbito de aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario

En el Artículo 2 de la mencionada 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.

Ésta es aplicable supletoriamente, cuando se trate de servicios públicos que se regirán por normas de la legislación específica para dichos servicios y cuya actuación sea controlada por los órganos que la contemplan. No es aplicable a los servicios personales prestados en virtud de una relación laboral, ni a los profesionales o técnicos para cuyo ejercicio se requiera tener título facultativo.

El órgano responsable de la aplicación de esta ley como ya fue mencionado con anterioridad es la DIACO, cuyas atribuciones están contenidas en el Artículo 54 de ésta, sin perjuicio de las funciones que le competen a los tribunales de justicia, así también le otorga competencia para imponer las sanciones por infracciones a la misma, sin perjuicio del derecho de defensa que tienen los sujetos que no cumplan con la citada ley. Este derecho de defensa lo ejercitan los infractores a través de los procedimientos administrativos para la solución de conflictos entre proveedores y prestadores de bienes y servicios, y consumidores y usuarios.



El Artículo 70 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece: “La Dirección deberá sancionar con multa de quince a setenta y cinco UMAS a aquellos proveedores que incurran en las siguientes infracciones:

1. Incurrir en alguna o algunas de las prohibiciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.
2. No cumplir con sus obligaciones
3. La omisión de proporcionar la información básica de los productos y servicios que se ofrecen a los consumidores y usuarios.
4. No exhibir los precios de los bienes o servicios que se ofrecen al público.
5. La omisión de la información cuando se expendan productos deficientes, usados, reparados u otros en cuya elaboración o fabricación se hayan utilizado partes o piezas usadas, a los consumidores o usuarios.
6. Omitir la información complementaria que le sea requerida por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, siempre que no se viole la garantía del secreto profesional y cualquier información confidencia por disposición legal.
7. Proporcionar información no susceptible de comprobación, o que induzca a error o engaño.
8. Infringir las normas relativas a promociones de temporada o liquidaciones.
9. No informar previamente al consumidor o usuario sobre las condiciones en las que se le otorga un crédito.
10. 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.



11. Cuando en el momento de tener conocimiento de que un producto sea dañino o peligroso para el consumo o uso, no informar al público o no retirarlo del mercado.
12. No cumplir con la garantía extendida al consumidor o usuario.
13. No proveer el libro de quejas que establece la ley.
14. 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.
15. 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.
16. 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 de consumidor o usuario.
17. No registrar en la Dirección los contratos de adhesión.”

También el Artículo 71 de la referida ley, menciona infracciones especiales, el que dice así: “Constituyen casos especiales de infracciones contra los derechos de los consumidores o usuarios, los siguientes hechos:

- a. **Precio superior al exhibido:** 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.”



Son sanciones impuestas progresivamente por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor las siguientes:

1. Apercibimiento escrito, que formulará el funcionario o empleado debidamente autorizado por la DIACO, de conformidad con lo establecido por la Ley de protección al consumidor y usuario.
2. Apercibimiento público, el cual se podrá publicar en los medios masivos de comunicación.
3. Multas, las cuales serán calculadas en Unidades de Multa Ajustables (UMAS).
4. 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, se 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.

3.3.3. Procedimientos administrativos para la solución de conflictos, que se deben aplicar de conformidad con la Ley de protección al consumidor y usuario

Principios que rigen el procedimiento administrativo, de conformidad con el Artículo 84 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario:

- a. Impulsado de oficio
- b. Celeridad
- c. Oralidad
- d. Equidad
- e. Informalidad
- f. Publicidad



Para la resolución de conflictos y controversias que surjan entre proveedores y consumidores o usuarios que constituyan infracción a la ley se aplican los siguientes procedimientos:

1. Arreglo directo conciliatorio
2. Arbitraje de consumo

Y al hacer una investigación directamente en la DIACO y de conformidad al procedimiento administrativo establecido en la ley, para la resolución de conflictos entre proveedores y consumidores o usuarios es el siguiente:

El consumidor o usuario dejará constancia de su inconformidad en un libro de quejas que es proporcionado por el proveedor, autorizado por la institución encargada, y éste tiene la 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.

Si no se llegó a ningún acuerdo con el proveedor, el consumidor o usuario presentará su queja ante la referida entidad, la que deberá iniciar el procedimiento administrativo correspondiente.

Queja. El procedimiento se inicia de oficio, o a través de una queja, o denuncia realizada a la Dirección por parte del consumidor, usuario o por una organización de consumidores y usuarios, o los representantes de los tres anteriores. Según el Artículo 17 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, a efecto de garantizar el derecho de reclamo de éstos, todo proveedor deberá colocar en un lugar visible, un libro de quejas o cualquier medio debidamente autorizado, el cual deberá ser de acceso irrestricto al público, éste 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 solucionada la controversia.

El libro de quejas será el punto de partida para la solución de conflictos que surjan entre los consumidores, usuarios, proveedores y prestadores de servicio.



Citación. La DIACO cita a las partes, en un plazo de diez días de presentada la queja.

Audiencia. A la realización de ésta, las partes presentan elementos idóneos para sostener su posición, la dependencia referida da información a las partes sobre los procedimientos para resolver el conflicto, ya sea el arreglo directo conciliatorio o arbitraje de consumo.

Si las partes optan por el arreglo directo conciliatorio, se procede a nombrar un conciliador. Si las partes optan por el arbitraje de consumo, que puede ser en la primera audiencia o en cualquier momento, este debe formalizarse de conformidad con la ley de arbitraje, a su trámite y demás circunstancias aplicables. Si las partes no comparecen, o comparecen pero no desean arreglo directo de conciliación ni arbitraje, se da por terminada la audiencia.

Conciliación. Al optar por el arreglo directo conciliatorio, la primera audiencia se convierte en una audiencia de conciliación, en la que el conciliador cuya función es avenir a las partes proponiéndoles fórmulas ecuanimes de conciliación para la resolución del conflicto, haciendo constar en un acta los acuerdos realizados por las partes.

En caso de que no se lograra la conciliación o el sometimiento al arbitraje de consumo, se deberá iniciar procedimiento administrativo para sancionar la infracción, llamado en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario “Procedimiento sancionador”.

Segunda audiencia. Al iniciar el procedimiento administrativo en mención se cita nuevamente al infractor para ser oído y ofrezca pruebas. Si el infractor no evacua la audiencia se emitirá la resolución respectiva y declarando la rebeldía.

Pruebas. Se otorga un período de prueba que tendrá un plazo de diez días para que el infractor aporte las aporte. Pueden ser utilizados todos lo medios legales de prueba.

Resolución. Al concluir el procedimiento, se dictará la resolución en un plazo de cinco días, debiendo la institución, determinar si el proveedor o el que presta el servicio



incurrió o no en la infracción. Esta resolución por lo general contiene la aplicación de una sanción, la que consiste en la publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor, o la aplicación de una multa que se deberá pagar en la tesorería de la DIACO, en un plazo de diez días de notificada la resolución.

Si el infractor no está de acuerdo con la resolución emitida, puede interponer los recursos administrativos de revocatoria y reposición, los que se regirán en su forma y plazos por la Ley de lo Contencioso-Administrativo. Y en contra de las resoluciones emitidas por el Ministerio de Economía, el sancionado podrá iniciar proceso contencioso administrativo, sin embargo, si no utiliza esta vía, la resolución sancionadora quedará firme, y deberá pagar la multa impuesta en el plazo establecido en Artículo 100 literal a) de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

Si el sancionado no cumple con el pago de la multa, el cobro se llevará a cabo por la vía económica-coactiva, y para ellos constituye título ejecutivo los siguientes documentos:

1. Certificación de la resolución que contenga la multa impuesta.
2. Certificación del documento en que conste el reconocimiento del adeudo por concepto de multa, efectuado por el infractor o su representante legal ante funcionario o empleado.
3. Acta notarial o testimonio del instrumento público autorizado por Notario, en que conste el reconocimiento del adeudo por concepto de multa, efectuando por el infractor o su representante legal.
4. Cualquier otro documento que por disposición legal tenga fuerza ejecutiva.

Si al realizar la investigación aparece la comisión de un delito, la DIACO se abstendrá de imponer una sanción y pondrá el hecho en conocimiento del Ministerio Público.

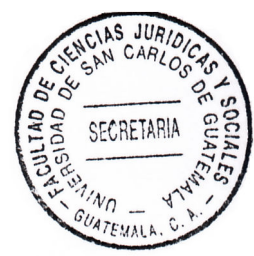
La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, tiene por objeto mantener una protección adecuada para éstos, cuya definición ya se ha mencionado en párrafos anteriores, y se refiere a las personas naturales o jurídicas que en sus relaciones con

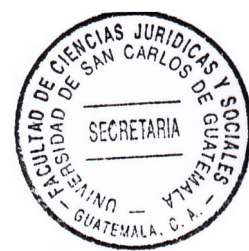


los comerciantes, los industriales, los que presten servicios, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, reciban en trato justo y equitativo en la adquisición de bienes y servicios.

Esta ley contempla algunas disposiciones en relación al derecho a estar informados, si bien lo hace de manera muy puntual y mínima en relación a aspectos elementales, como la rotulación de los envases de los productos, la exposición en lugares visibles los precios de los bienes y servicios de que se trate, o el hacer explícito las condiciones en las que se conceden los créditos en esa modalidad de venta para un producto determinado.

La promulgación y vigencia de la mencionada ley, obedece a una necesidad concreta por mantener un equilibrio en el desarrollo de las relaciones entre consumidores o usuarios de bienes y servicios y los comerciantes, sin embargo, no contempla disposiciones que apunten al fomento de la competencia de mercados, su espíritu norma a aquellos aspectos más simples de las relaciones comerciales entre fabricante, importadores y comerciantes por un lado y los consumidores por el otro. La omisión es grave en vista de la inexistencia de una ley de competencia o de las normas para regular cualquier práctica monopólica.





CAPÍTULO IV

4. La Fiscalía del Consumidor y Usuario

4.1. Importancia de la creación de la Fiscalía del Consumidor y Usuario

La ley contempla diferentes disposiciones que podrían interpretarse como constitutivas de una finalidad de protección de los intereses económicos de los consumidores guatemaltecos. Entre ellas se pueden citar la prohibición del acaparamiento, la especulación de precios o cualquiera otra práctica que restrinja la oferta con el fin de encarecer los precios, el establecimiento de normas y regulaciones en materia de pesas y medidas.

Sobre este derecho básico, cabe destacar que los consumidores y usuarios se encuentran en una situación de gran desprotección en diversas actividades económicas, sin que ésta, ni otras leyes, contengan disposiciones protectoras o tutelares. Tales son los casos de los usuarios del sistema financiero, que ven perdidos sus ahorros sin que existan modalidades de protección de los mismos; por el contrario, los mecanismos o medidas implementadas apuntan al apalancamiento de las instituciones más que a la protección de los usuarios de éste.

El párrafo anterior constituye sólo un pequeño ejemplo, por que en iguales o peores condiciones se encuentran los usuarios del ámbito sanitario, hospitalario y educativo, para citar algunos.

Los procedimientos que deben seguirse cuando ha ocurrido una infracción a la ley o su reglamento están en el capítulo VII de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. En su Artículo 77, dispone que la entidad encargada de hacer cumplir la misma, podrá iniciar una investigación e instrucción del expediente ya sea por denuncia o de oficio. Cuando la denuncia ha sido recibida por escrito, se procede a citar al propietario o representante legal del establecimiento tal como lo establece el Artículo 88, de la referida ley, para escuchar sus descargos y en el caso de que las pruebas sean suficientes se dicta la resolución que corresponda. Adicionalmente, si en las



investigaciones aparecieran hechos constitutivos de delitos la ley manda presentar la denuncia ante el Ministerio Público.

El acaparamiento, es una figura delictiva que suele practicarse por los comerciantes en momentos que han sucedido catástrofes naturales. Por lo que es frecuente que después de estos fenómenos naturales, establecimientos comerciales, tales como mercados y supermercados incurran en esta práctica, los ejemplos mas recientes y generalizados son los de la tormenta Stan, proliferaron los abusos de los comerciantes al acaparar productos de primera necesidad principalmente granos básicos, de allí que resultase la proliferación de un gran número significativo de quejas, denuncias y acusaciones contra ellos ante los órganos administrativos y jurisdiccionales respectivos, sin embargo estas no fueron suficientes para ya no continuar con dicha práctica, misma que vulnera los derechos de los consumidores .

4.1.1. Situación de los derechos de los consumidores en el sector telecomunicaciones

Las leyes relevantes a la protección y fomento de los derechos de adquirentes de servicios en el sector de telecomunicaciones, están estipulados en el marco regulatorio general que constituye el derecho de éstos en Guatemala. Es decir, los artículos relevantes de la Constitución Política de la República de Guatemala, que ya fueron examinados anteriormente, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario que en forma general dispone los mecanismos de protección para los mismos, de cualquier bien o servicio en el país, así como las demás disposiciones relevantes del Código de Salud, en caso de daños a la salud de los usuarios, de las disposiciones de la Ley General del Medio Ambiente, en el caso de daños que puedan ser causados al ambiente, y las demás disposiciones que podrían ser aplicables de diferentes leyes en diferentes temáticas.

En su espíritu, las leyes que regulan el sector, contemplan entre sus finalidades el desarrollo global de la sección de telecomunicaciones así como el beneficio de los



usuarios de los servicios. La ley contempla que el organismo regulador, en este caso es la Superintendencia de Telecomunicaciones.

De igual forma, manifiesta que deberá velar por el respeto de los derechos de los usuarios y evitar que se afecten indebidamente sus intereses. Por su parte y para hacer operativas estas intenciones, la ley estipula que la organización deberá establecer los mecanismos y procedimientos por medio de los cuales los usuarios podrían ejercer sus derechos ante los operadores de los servicios de telecomunicaciones.

La legislación específica del sector citado, no cubre adecuadamente las necesidades de información de los servicios en mención. Las regulaciones establecidas se refieren básicamente a la publicación de escala de tarifas o cambios realizados a éstas, dejando por alto otra serie de necesidades de los usuarios, entre las cuales se pueden citar la publicación explícita del paquete de servicios de que se trate, es decir, en que consiste el servicio en su totalidad. Por su parte no contemplan disposiciones que hagan que los operadores o prestadores de los servicios públicos del sector revelen los mecanismos para presentación de reclamos, la forma y los plazos en que estos pueden darse, así como las demás instancias en que los usuarios suscriptores tienen derecho a apelar.

Obviamente, también existen los recursos administrativos de reclamos a través de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, la cual representa una vía administrativa para la resolución del problema o queja.

4.1.1.1. Sondeo de opinión de los usuarios del servicio de telefonía

El estudio se llevó a cabo con el fin de aproximarse a la percepción del grado de satisfacción que tienen los usuarios del servicio, conocer los principales problemas que les aquejan y las instancias a través de las cuales canalizan sus quejas y denuncias; así como su conocimiento de las leyes y derechos que les asisten como consumidores.

Se decidió estudiar este sector de manera particular, porque genera gran cantidad de quejas y denuncias en las diferentes instituciones encargadas de velar por el respeto de



los derechos de los consumidores; siendo además un sector muy dinámico el cual está abocado a profundos cambios dado el avance tecnológico en el campo de las comunicaciones y a la profundización de la apertura económica que el país ha venido registrando en los últimos años.

Ante la pregunta ¿Cómo catalogaría el servicio de telefonía fija que recibe? El 73 por ciento de las personas que contestaron manifestaron que es bueno, el 19 por ciento expresó que es excelente, un siete por ciento opinó que era malo, y el uno por ciento lo catalogó como pésimo. La mejor calificación del servicio es otorgada por los usuarios de la ciudad capital de los cuales el 22.5 por ciento dijo que era excelente y un 74.6 por ciento manifestó que era bueno. La calificación del servicio menos favorable es dada por los usuarios del interior de la república, en la región de occidente en donde solamente el 11.8 por ciento expresó que era un excelente servicio, 64.7 por ciento dijo que era bueno; y un 17.6 por ciento y un cinco punto nueve por ciento lo catalogó como malo y pésimo, respectivamente.

La avería de la línea telefónica, es por mucho uno de los principales problemas que manifiestan tienen los usuarios de servicio de telefonía fija, de la empresa Telecomunicaciones de Guatemala, habiéndolo reportado un 46.8 por ciento de los abonados del servicio, entrevistados en tres regiones del país. La segunda mayor frecuencia en la queja de los usuarios resultó las llamadas internacionales no realizadas 15.6 por ciento, las llamadas a teléfonos celulares 12.8 por ciento, cobro excesivo por el consumo de minutos locales 10.1 por ciento y los cobros por llamadas de larga distancia nacional cinco punto cinco por ciento.

La percepción de los usuarios respecto al costo de las llamadas internacionales es completamente diferente. El 53.4 por ciento de los usuarios declaró que el precio de las llamadas de Guatemala hacia el exterior es muy alto, el 21.3 por ciento expresó que es alto, y solamente el 25.3 por ciento manifestó que ese precio es justo.

El 92 por ciento de los usuarios, identifican al departamento de quejas de la entidad que presta este servicio, como la instancia a acudir en caso de tener algún inconveniente



con el mismo, el siete punto dos por ciento de los entrevistados no sabía a quien o donde acudir, mientras que solamente un cero punto siete por ciento de los usuarios encuestados identificó a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, como una alternativa para presentar quejas sobre el servicio telefónico.

De las personas entrevistadas el 58.0 por ciento expresó haber resuelto el problema que le llevó a presentar la queja, y el 42.0 por ciento restante manifestó no haber llegado a una resolución, acudiendo a las instancias mencionadas. La respuesta de los usuarios evidencia que existe un escaso conocimiento sobre la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. El 78 por ciento de los entrevistados manifestó desconocerla. Un 14 por ciento declaró tener conocimiento de la ley, o por lo menos saber que existe.

A pesar de los problemas presentados por el servicio de telefonía fija, la mayor parte de los usuarios creen que reciben un buen servicio. El problema señalado con mayor frecuencia lo constituye la avería de las líneas, seguido por el cobro indebido de llamadas internacionales por parte de Telecomunicaciones de Guatemala.

Los usuarios se encuentran muy insatisfechos con los niveles tarifarios aplicados en relación a la telefonía celular, y a las llamadas internacionales en la telefonía fija. Asimismo, reconocen que es en Telecomunicaciones de Guatemala o las empresas de telefonía celular, la instancia donde tienen que presentar sus reclamos; sin embargo, la instancia posterior no se encuentra clara, o sea las puestas en la DIACO.

4.1.2. Situación de los derechos de consumidores en el transporte urbano de pasajeros

Además de la Constitución Política de la República de Guatemala, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, el Código de Comercio y demás leyes generales que constituyen el paraguas de protección de los derechos del consumidor, el sector de transporte urbano de pasajeros está regulado de manera específica por la Ley de Tránsito y su reglamento.



El reglamento de tránsito no contempla disposiciones orientadas de manera específica a la protección de los derechos de los usuarios del transporte urbano de pasajeros, asegurar la calidad del servicio, sino que está dirigida a facilitar el tránsito de los diferentes automotores. Las disposiciones contempladas en dichas leyes, son a todas luces insuficientes y revelan enormes limitaciones para poder regular un sector de gran complejidad y que representa un pilar fundamental para el funcionamiento de una sociedad y de manera más particular de su economía.

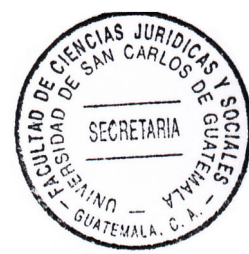
La ley y reglamento vigentes que regulan el transporte urbano de pasajeros, no contemplan disposiciones específicas tendientes a proporcionar la información que se necesitan respecto al servicio. Por otra parte, en lo que se refiere a la presentación de quejas o denuncias existe una total carencia de información respecto a los procedimientos y las instancias a acudir en el caso de existir abusos, mala calidad, deficiencias o cualquier otro problema.

En lo relativo a la protección de los intereses económicos de los usuarios, las disposiciones contenidas en las leyes en examen, corresponden básicamente a las atribuciones otorgadas a la Dirección General de Tránsito para regular las tarifas o para modificar las condiciones en que los transportistas cumplen su función.

Las leyes del sector no contemplan disposiciones especiales para la protección de la integridad física de los usuarios, solamente se dispone en el reglamento de tránsito que las unidades estarán sujetas a una revisión física para poder aprobar su operación.

Según las autoridades de tránsito, la mayor parte de las denuncias que reciben tienen las siguientes causas por orden de importancia:

1. Maltrato del conductor o del cobrador.
2. Incremento de tarifas sin autorización.
3. Incumplimiento de rutas.



4. Incumplimiento de horarios.
5. Inseguridad dentro de la unidad.

La denuncia puede ser presentada de forma verbal, por vía telefónica o por escrito. Posteriormente a la presentación de la denuncia se llama a las partes involucradas a las oficinas de conciliación, de ser un hecho menor, posteriormente el Departamento de Tránsito emite una certificación a la parte perjudicada, que le es de utilidad en los juzgados correspondientes, en el caso que la otra parte no quiera restituir daños.

Al observar las estadísticas registradas en el en Departamento indicado de la Dirección General de Tránsito, proporcionan una idea de los problemas a que pueden estarse enfrentando los usuarios del transporte urbano de pasajeros, implican una visión que subestima los abusos y atropellos cometidos en contra de los derechos de éstos. Hay que recordar que los decomisos de licencias sólo tienen lugar cuando ha habido flagrantes violaciones a las normas de tránsito y cuando ellas han sido detectadas; además desde la perspectiva del oficial de tránsito priva más el interés de mantener un tráfico fluido y ordenado, así como el respeto a las leyes que lo regulan, que el interés y los derechos de los habitantes, por otra parte, por la naturaleza de la actividad y por desconocimiento, no es tan frecuente que los maltratos a los pasajeros o los abusos en las unidades sean reportados a los agentes, o que más aun, lleguen a desembocar en el decomiso de una licencia a un conductor. Adicionalmente, existen otra serie de derechos de los usuarios que son desconocidos tanto por ellos como por los oficiales de la Policía de Tránsito.

Es de señalar además que las autoridades de tránsito estiman que casi el 80 por ciento de las unidades del servicio de transporte urbano de pasajeros están en mal estado, sin que reúnan las condiciones para operar, a pesar que en el reglamento se establece una revisión física y mecánica obligatoria para todas las unidades que prestan el servicio, la cual debería ser realizada periódicamente.



Las autoridades señalan que las unidades que proveen los servicios en los barrios populares, especialmente en la ciudad de Guatemala, se encuentran en muy mal estado y representan un riesgo grande para los usuarios. Desafortunadamente estas unidades escapan de un control más cercano por operar en la periferia de la ciudad, en zonas de difícil acceso.

4.1.2.1. Sondeo de opinión entre los usuarios del transporte urbano de pasajeros de la ciudad de Guatemala

Se realizó un estudio con el objeto de conocer la percepción que tienen las personas que utilizan el transporte urbano en la ciudad capital. Para ello, se elaboró una boleta para recabar la información necesaria, y determinar los principales problemas que se presentan, por ejemplo; en el interior de las unidades, la forma de conducción, y el trato de los conductores, así como el conocimiento de las instancias para presentar sus quejas y si en efecto, estas son atendidas.

Se seleccionaron diferentes rutas para los autobuses tradicionales. Los criterios se basaron en la cantidad de población a la que sirven, ubicación geográfica en la ciudad, y las características socioeconómicas de la población atendida.

La pregunta que se formuló a los usuarios fue ¿Cómo calificaría usted la calidad del servicio que recibe? Es probable que la respuesta es un tanto contraintuitiva en relación a lo que la mayoría esperaría sobre como se califica el servicio urbano de pasajeros. Un 47 por ciento de los usuarios le da una calificación de bueno, el 42 por ciento declaró que es malo, un 10 por ciento piensa que es pésimo y solamente el uno por ciento cree que es excelente.

La investigación apunta a lograr que los usuarios identifiquen los principales problemas que se les presentan con el funcionamiento del servicio, sobre este aspecto señalaron con mayor frecuencia el mal estado de las unidades 22.4 por ciento, el maltrato del conductor o cobrador 21.4 por ciento, exceso de pasajeros 20.7 por ciento, en menor medida revelaron como problemas la tardanza en pasar 14.0 por ciento, y la lentitud de



las unidades 11.7 por ciento. Es importante señalar que los usuarios identificaron otros problemas pero destaca entre ellos el hecho que todos estos problemas listados se les presentan a diario y consideran que todos deben mencionarse.

Uno de los aspectos que más atemoriza a los usuarios del transporte público de pasajeros lo constituye la forma de conducción de los vehículos, este aspecto es recogido en la encuesta para poder apreciar la percepción de los usuarios sobre este problema. La pelea de ruta 35.8 por ciento, es el aspecto más señalado como amenaza para la seguridad de los usuarios en función de la forma de manejo del conductor, le siguen en orden de importancia arrancar rápido al subir o bajar 19.4 por ciento, el exceso de velocidad 16.1 por ciento, la conducción irresponsable 11.4 por ciento y finalmente la desobediencia de las señales de tránsito tres punto siete por ciento.

Los usuarios otorgan una baja calificación a las unidades que sirven en sus respectivas rutas; el 45 por ciento considera que las unidades están en mal estado, un 17 por ciento piensa que están en pésimas condiciones, lo que suma una opinión desfavorable del 62 por ciento. Únicamente el 38 por ciento opinó que los autobuses de sus respectivas rutas se encuentran en buen estado.

Una vez conocida la calificación del estado de las unidades se procedió a explorar aquellos elementos que los usuarios consideran constituyen los problemas de esas unidades. El 50.57 por ciento de los entrevistados expresó que las unidades del transporte urbano son muy viejas. Un 24.4 por ciento manifestó que los asientos están dañados, el 10.4 por ciento dijo que las unidades presentan fallas mecánicas, y un 1.7 por ciento manifestó que las ventanas de las unidades estaban rotas o dañadas.

El 48.5 por ciento de los usuarios del servicio urbano de transporte declaró haber tenido problemas en el interior de las unidades. Una vez identificados los usuarios que habían tenido problemas en los autobuses se procedió a preguntarles que tipo de dificultades encontraron en los mismos. El 34 por ciento respondió que habían sido asaltados, un 19.2 por ciento expresó que habían sido objeto de robo, el 10.0 por ciento habían sufrido amenazas y un 2.6 por ciento fue golpeado en las unidades. El restante



porcentaje 47.2 por ciento, señaló otros problemas los cuales no representan un involucramiento directo en un hecho, sino presenciar el acto delictivo o de violencia.

De las personas que declararon haber sido agraviadas el 49.1 por ciento presentó la denuncia o queja respectiva; y la mayoría manifestó no hacerlo, 50.9 por ciento.

No obstante, quienes acudieron a una instancia para resolver el problema, el 75.1 por ciento que presentaron recurso y respondieron a la pregunta, manifestaron no haber resuelto sus dificultades. Solamente el 24.9 por ciento expresaron haber resuelto el problema por el cual acudieron a esa instancia.

Finalmente, en el cuestionario se interrogó a los usuarios sobre el conocimiento de la Ley de Protección al Consumidor y el Usuario y los derechos que esta otorga. El 67 por ciento de los entrevistados manifestó desconocer la ley, el 32.4 por ciento expresó tener conocimiento de ella, en el sentido de haber oído de ella y saber que existe.

Uno de cada dos usuarios ha tenido problemas en el interior de los autobuses ya que han sido objeto o testigos de asaltos, robos o amenazas. Es importante destacar que en este tipo de hechos, las mujeres reportan más abusos y vejámenes que los hombres.

A pesar de verse involucrados en problemas, la mitad de los usuarios reportan no haber presentado la denuncia respectiva porque generalmente se sienten impotentes y no tienen confianza en poder resolver dicho problema. La mayor parte de los afectados, presentan sus denuncias o quejas ante la Policía Nacional Civil o la Policía de Tránsito.

Para citar otros sectores, tenemos el caso de las denuncias por tanque de gas propano con tercera parte de faltante, como es de conocimiento general, respecto al excesivo cobro de luz e incumplimiento de devoluciones. A incontables usuarios se les ha cobrado elevadas sumas de dinero por consumo de energía eléctrica, a pesar de haber comprobado fehacientemente que el consumo mensual promedio y el número de aparatos eléctricos en sus hogares no podían consumir semejante cantidad de energía.



Los comercios, la telefonía, celular y fija, escuelas, y energía eléctrica, son los rubros mas denunciados en este año por los consumidores o usuarios, la mala calidad de los productos, pésimo servicio, incumplimiento de contratos y cobros excesivos.

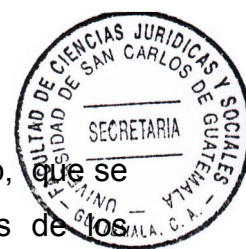
En lo que respecta a la prestación de servicios públicos como el agua, electricidad, entre otros solicitados, y al realizar dichas gestiones hacen que se participe activamente en las dinámicas de las políticas públicas, las violaciones a los derechos de los usuarios a veces se hace pisoteando las normas orgánicas para el funcionamiento institucional de estas entidades.

Como se puede observar en el estudio anterior, algunos sectores no respetan en gran medida los derechos de los consumidores y usuarios, y por ende no existe protección a los mismos. Se hace evidente día a día la importancia que cobra esa protección jurídica, y en el caso nacional, se ha verificado que la ley que protege a éstos no ha sido suficiente contra los abusos de los proveedores.

Aparte de ello, existe una Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor que es una dependencia que pertenece al Ministerio de Economía, y que en materia de reclamos o quejas, en el tema de los servicios públicos, efectivamente no podría prosperar, porque se trata de una institución del estado y éste no puede ser juez y parte a la vez.

Si la DIACO, como se sabe, agiliza los procesos a su cargo, también es función de la misma presentar denuncias al Ministerio Público cuando algún hecho suscitado entre consumidores y proveedores sea constitutivo de delito, tal como lo establece la ley. Pero, ¿la institución en mención realmente cumple con esta disposición legal?, cuando al observar los resultados de las actividades del Departamento Jurídico mencionadas en el capítulo III del presente trabajo, éste realizó en el año 2007 únicamente 25 denuncias al Ministerio Público siendo el dato incongruente, ¿Está la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor protegiendo al consumidor y usuario?

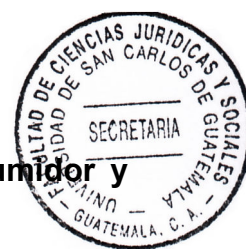
Con la necesidad de justicia en contra de los abusos que cometen los proveedores de bienes y servicios que continua y continuarán, mientras no exista una institución, en



este caso el Ministerio Público a través de la Fiscalía del Consumidor y Usuario, que se encargue de velar por éstos derechos y hacer valer las leyes existentes de los consumidores y usuarios, y que a priori, y de conformidad con el trabajo de campo realizado, se puede inferir, que no solo la entidad asignada para ello, no cumple su función como tal, lo que es motivo de su naturaleza jurídica, sino también, el hecho de que se haya establecido que en un plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la ley, se creara la Procuraduría de Defensa del Consumidor y Usuario, y en la actualidad, no se ha hecho nada concreto que represente mejorar las condiciones jurídicas en que se encuentran los consumidores y usuarios, y si únicamente cambiará de nombre la institución y continuará con los mismos fines, funciones y atribuciones, lo cual no es correcto, en congruencia con la realidad y el espíritu de la creación de una institución de tal naturaleza.

El centro de todo el proceso de protección, sigue siendo la dignidad humana y la búsqueda del bienestar o bien común, y el papel del Estado ante el bien jurídico que poseen las personas, es esencial comprender la necesidad e importancia que debe existir en el país una dependencia del Ministerio Público como sería la Fiscalía del Consumidor y Usuario que sea funcional a las expectativas de la población beneficiada, y defienda los intereses y derechos de los consumidores y usuarios.

Para que el derecho de protección de consumidores y usuarios funcione, se debe incorporar a la estructura del Estado, como un nuevo instrumento institucional del Ministerio público, a la Fiscalía del Consumidor y Usuario, que tendría el carácter coercitivo del que carece la DIACO, y la imposición de sanciones que también no impone la misma, y de esta forma atacar las trasgresiones de las disposiciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, que podrá canalizarse ante dicha fiscalía para que esta entable ante los órganos jurisdiccionales correspondientes las acciones penales que correspondan.



4.2. Fundamentos jurídicos para la creación de la Fiscalía del Consumidor y Usuario

La Constitución Política de la República de Guatemala, como carta fundamental, del orden jurídico en Guatemala de donde se derivan las leyes ordinarias que nos rigen, con respecto a los derechos de los consumidores y usuarios así como los proveedores, contiene lo siguiente: En el Artículos 1 y 2, la protección a la persona humana y deberes del estado; se observa que el fin principal es la realización del bien común, a través de la responsabilidad que adquiere el Estado ante los habitantes de la República, garantizándoles la vida, la libertad, la justicia, la seguridad, la paz y el desarrollo integral de la persona. También se contempla en el Artículo 119 inciso i del mismo cuerpo legal, 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. Para cumplir con este fin, el estado expide normas regulando la producción, distribución y venta de bienes y servicios que considera deben ser controlados por el riesgo que representan. El derecho de contar con bienes y servicios seguros, no es solamente de los consumidores, sino de toda la población.

Cualquier persona, natural o jurídica, consumidora o no, inclusive sin que el bien haya salido al mercado, puede exigir al Estado que verifique y garantice que un tipo de bien o bienes determinados no ponen en riesgo ninguno de sus intereses legítimos protegidos.

El Artículo 44 de la Carta Magna, regula los derechos inherentes a la persona humana y como lo indica, no excluyen otros que, aunque no figuren expresamente en la Constitución, son inherentes a la persona humana; por lo que en congruencia con lo que indica el Artículo 46 del mismo cuerpo legal, se deben proteger los derechos no solo en la legislación interna sino en la legislación internacional ratificada por el Estado de Guatemala, que contengan derechos inherentes a la persona humana. De conformidad con las normas constitucionales ya señaladas, el Estado juega una importante función en brindar esa protección a los consumidores o usuarios, y el hecho de que existan instrumentos jurídicos internacionales en materia de derechos humanos,



fortalece esa circunstancia, a la par del derecho a la industria, al trabajo y al comercio que tiene también la sociedad guatemalteca, pero dentro de un parámetro de un trato igual, o equiparación dentro de un plano de igualdad material o económica, respecto a las relaciones que se suscitan entre consumidores o usuarios.

Asimismo, 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 del 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.

También el régimen económico y social de Guatemala se funda en principios de justicia social, y es obligación del Estado promover el desarrollo económico de la nación, velando por la elevación de nivel de vida de todos los habitantes del país, procurando el bienestar de los mismos.

Que alrededor del ochenta por ciento del Producto Interno Bruto por el lado del gasto es el consumo, lo que se traduce que los impuestos indirectos, que en su mayoría esta estructurado por el Impuesto al Valor Agregado, pagado por todos los consumidores, y que representan el ochenta y dos por ciento del total de la recaudación impositiva, por lo que se considera justo que el Estado retribuya a los consumidores una protección efectiva.

El Artículo 251 de la Constitución Política de la República de Guatemala, establece en su primer párrafo, que el fin principal del Ministerio Público es velar por el estricto cumplimiento de las leyes del país. En ese sentido dicha institución está obligada también a hacer cumplir la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, y demás leyes que tiendan a proteger los intereses de éstos.

Como una de las atribuciones que le corresponde al Ministerio Público de conformidad con el Artículo 18 numeral 3 del Decreto número 40-91, ley orgánica del referido Ministerio es acordar la creación de fiscalías como secciones de esa Institución y



acorde a la misma ley, la función de investigar los delitos y promover la persecución penal ante los tribunales, según las facultades que le confieren la Constitución Política de la República, las leyes de la República y los Tratados y Convenios Internacionales, y la concreción de esas finalidades sólo puede lograrse mediante la creación y funcionamiento de órganos que permitan a la Institución, promover la investigación e instar la persecución penal en forma técnica e inmediata.

Para la creación de la Fiscalía del Consumidor y Usuario se deben tomar en cuenta los criterios siguientes:

Se obtiene información sobre diversas variables relacionadas que justifique la creación de una nueva fiscalía, la información es analizada y se prioriza de acuerdo a dicha información.

Entre las variables analizadas están las siguientes:

- a. Número de denuncias que se registran en el lugar en donde se va a operar la fiscalía.
- b. Tipo y número de delitos más frecuentes.
- c. Población.
- d. Tasa de crecimiento poblacional.
- e. Vías de acceso.
- f. Infraestructura.
- g. Repercusiones sociales, económicas y políticas.
- h. Extensión territorial.
- i. Disponibilidad presupuestaria.



El análisis de las variables relacionadas debe realizarlo el Ministerio Público, el que justificará la creación de la Fiscalía del Consumidor y Usuario y finalizado éste habiendo recibido la propuesta del Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público para crear la misma, iniciativa que debe ser congruente con las funciones encomendadas por mandato constitucional, así también con el objeto de garantizar la actuación de esta Institución, en combate efectivo de los delitos que atentan contra los derechos de los consumidores y usuarios.



CONCLUSIONES

1. Actualmente, en Guatemala existen normas y derechos protectores de los consumidores y usuarios, pero tienen una muy pobre aplicación, y debido a la importancia que tienen éstos en la sociedad, el Estado se encuentra obligado a otorgar el debido respeto y a defenderlos, en lo relativo a la preservación de la calidad de los productos para su salud y seguridad.
2. De conformidad con las leyes del país, el consumidor tradicional, no así en el ámbito digital, tiene derecho a la reposición del producto defectuoso que haya obtenido o una bonificación de su valor, para que pueda comprar otro producto que sea de igual costo, también el proveedor tiene la obligación de mantener la sostenibilidad de los precios que promoció u oferta, situación que en la mayoría de negociaciones no se cumple, violando de ésta forma la ley y vedando los derechos y protección al consumidor.
3. En la investigación realizada a la DIACO, se pudo observar que aún no cumple con el propósito por el que fue creada, que es proteger al consumidor, pues no cuenta con personal suficiente ni con los recursos necesarios para darle seguimiento y poder resolver las denuncias y quejas realizadas a la Institución, lo que contribuye a que los consumidores se sientan desprotegidos, insatisfechos y con un alto nivel de desconfianza.
4. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, no hace efectiva la protección al consumidor por no contener acciones que contribuyan a prevenir la comisión de hechos perjudiciales por parte de los proveedores de bienes y servicios, y porque no existe una institución que la aplique debidamente y otorgue seguridad jurídica, ni fortalece la tutela deseada.
5. Al hacer un análisis a los diferentes sectores, telecomunicaciones, transporte, energía eléctrica, y otros, se hacen evidentes las violaciones a los derechos de los consumidores y usuarios, y por ende la desprotección que existe por parte de las instituciones que deberían proveer la debida protección a estos.





RECOMENDACIONES

1. En virtud que existe desprotección a los consumidores y usuarios en la legislación guatemalteca, en cuanto a su salud y seguridad, debido a la calidad de los productos obtenidos en el mercado, el Estado debe reforzar las normas protectoras de los consumidores, y fijar los criterios relacionados con la credibilidad y legitimidad de la información proporcionada de los productos que éstos adquieren, cumpliendo de esta forma con su deber constitucional de brindarle la debida protección.
2. Con el objeto de proteger al consumidor, darle seguridad y confianza principalmente en los medios electrónicos, el Estado a través del Congreso de la República, debe realizar reformas en la legislación existente, para adecuar el marco jurídico a la necesidad que se tiene de proporcionar protección a los consumidores y sus derechos no sean vulnerados; y de esta forma hacer posible que los proveedores cumplan con el otorgamiento de garantías, en beneficio de éstos, respondiendo por los vicios ocultos que se encuentren en los productos adquiridos y por daños en su instalación.
3. La DIACO desprotege a los consumidores y usuarios, derivado a las limitaciones que presenta, por lo que el Estado debe fortalecer a la Institución, y a la publicidad de las formas o mecanismos de organización de los consumidores y usuarios, ampliando el campo de intervención de dichas organizaciones, y adecuándolas a la realidad concreta del país.
4. Debido a la deficiencia de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, el Estado debe establecer las funciones y limitaciones que ésta presenta, para poder realizar las modificaciones pertinentes y de esta forma hacerla mas efectiva, para dar la protección adecuada a los habitantes del país.
5. Para que el derecho de protección del consumidor y usuario se realice, se debe incorporar a la estructura del Estado un nuevo instrumento institucional del Ministerio Público, el cual a través del análisis de las variables necesarias que lo



justifiquen, cumpla con su atribución de crear la Fiscalía de Protección al consumidor, que ataque las violaciones a las disposiciones establecidas en la ley, y de esta forma accionar penalmente contra proveedores de bienes y servicios.



BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA ESTEVEZ, José. **Tutela procesal de los consumidores**. Barcelona, España: Ed. Cedecs, 1995.
- AGUILAR GUERRA, Vladimir Osman. **El negocio jurídico**. 2ª ed.; Guatemala: 2002.
- ALVAREZ R., Luis. **El derecho de consumo**. España: (s.e.), (s. f.)
- AYAU CORDÓN, Manuel. **El proceso económico**. México: Ed. Diana, 1994.
- BECHARIES, Bernard. **La elección del consumidor**, racionalidad y realidad del comportamiento del consumidor. España: Ed. Le Choix, 1980.
- BERCOVITZ, Alberto. **Evolución histórica de la protección de la tecnología en los países desarrollados y su relación con la protección en los países en desarrollo**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Desalma, 1990.
- CABANELLAS DE TORRES, Guillermo. **Diccionario Jurídico**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta, 2005.
- CABEZAS, Cescato. **Los contratos mercantiles y comerciales**. 2ª. ed.; Madrid, España: Ed. Iberia, 1990.
- Diccionario enciclopédico ilustrado de la lengua española**. Barcelona, España: Ed. Ramón Sopena, S.A., 1995.
- DIEZ CASENSO NUÑEZ, José Luis. **Armonización de la legislación sobre el tráfico económico**. España: Ed. Heliasta; 1982.
- GUTIERREZ FALLA, Laureano. **El consumidor y la clientela**. Honduras: (s.e.), 1994.
- LA TORRE, Angel. **Introducción al estudio del derecho**. Barcelona, España: Ed. Ariel, 1971.
- LORENZETTI, Ricardo. **Comercio electrónico**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Abeledo-Perrot, 2001.
- MARTÍNEZ, Francisco J. **El mercado de los derechos de consumo**. Madrid, España: Ed. Porrúa, 1993.
- MARX, Carlos. **Economía política**. Barcelona, España: (s.e.), 1996.



- RIBAS, Alejandro Javier. **Aspectos jurídicos del comercio electrónico.** Navarra, España: Ed. Arazandi, 1998.
- SCHIFMAN, León y Leslie Lazar Kanuk. **Comportamiento del consumidor.** España: Ed. Nuevo Siglo, 2000.
- VEBLEN, Torstton. **La visión racional del consumidor.** Argentina: Ed. Nueva Vida, 1982.
- Derechos del consumidor.** Documento, Procuraduría de Derechos Humanos, Ministerio de Educación, ASIES, 2005.
- Diferentes dependencias. Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor. Guatemala, 2007.
- Legislación:**
- Constitución Política de la República de Guatemala,** Asamblea Nacional Constituyente, 1986.
- Ley del Organismo Judicial,** Congreso de la República, Decreto número 2-89, 1989.
- Código Civil,** Enrique Peralta Azurdia, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, Decreto Ley número 106, 1963.
- Código de Comercio.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 2-70, 1970.
- Código Penal.** Congreso de la República de Guatemala , Decreto número 17-72, 1972
- Código de Salud.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 90-97, 1997.
- Ley de Protección al Consumidor y Usuario.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 6-2003, 2003.
- Ley de Vivienda y Asentamientos Humanos,** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 120-96, 1996,
- Ley de Tránsito.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 132-81, 1981.
- Ley General de Electricidad.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 93-96, 1996.



Ley General de Telecomunicaciones. Congreso de la República de Guatemala,
Decreto número 94-96, 1996

Ley Orgánica del Ministerio Público. Congreso de la República de Guatemala,
Decreto número 40-94, 1994.

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

Reglamento de Tránsito. Acuerdo Gubernativo número 499-97, 1997.