

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



**LA FUNCIÓN DE LA PROCURADURÍA
DE LA DEFENSA AL CONSUMIDOR Y USUARIO
Y SUS REPERCUSIONES EN LOS DERECHOS
SOCIALES Y ECONÓMICOS DEL CONSUMIDOR
Y USUARIO**

ELBER REMBERTO RECINOS ALARCÓN

GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 2009

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

**LA FUNCIÓN DE LA PROCURADURÍA DE LA DEFENSA AL CONSUMIDOR Y
USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS DERECHOS SOCIALES Y
ECONÓMICOS DEL 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

ELBER REMBERTO RECINOS ALARCÓN

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Guatemala, septiembre de 2009

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



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

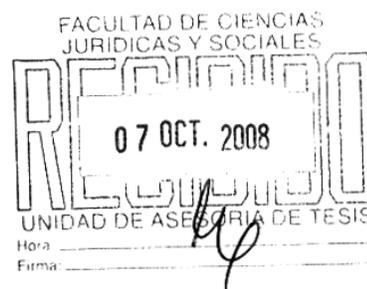
RAZÓN: “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis”. (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público).

**CORPORACIÓN DE ABOGADOS Y NOTARIOS
ORELLANA & ALONSO ASOCIADOS**



Guatemala, 25 de septiembre de 2008

Lic. Carlos Manuel Castro Monroy
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho.



Señor Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis:

En atención a providencia de esa dirección, se me nombra Asesor de Tesis del bachiller: Elber Remberto Recinos Alarcón, quien se identifica con el carné estudiantil 9613805, quien elaboró el trabajo de tesis intitulado **“LA FUNCIÓN DE LA PROCURADURÍA DE LA DEFENSA AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS DERECHOS SOCIALES Y ECONÓMICOS DEL CONSUMIDOR Y USUARIO”**. Habiendo asesorado el trabajo encomendado, me permito emitir el siguiente:

DICTAMEN:

Se estableció comunicación con el bachiller Elber Remberto Recinos Alarcón, con quien procedí a efectuar la revisión de los planes de investigación y de tesis, los que se encontraban congruentes con el tema a investigar, y en consenso con el ponente del tema; se decidió sobre la manera de elaborarlo.

Se estima favorable y se considera que el tema de la tesis es de importancia, debido a que se refiere a la función que desempeña la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario, así como también las repercusiones de la misma en los derechos sociales y económicos de los consumidores y usuarios.

La tesis contiene un elevado contenido científico y técnico, y es de utilidad para ser consultada tanto por la población guatemalteca, como por alumnos y profesionales del derecho; en lo relacionado al tema de la oferta y demanda de los productos de consumo en el país.

CORPORACIÓN DE ABOGADOS Y NOTARIOS ORELLANA & ALONSO ASOCIADOS

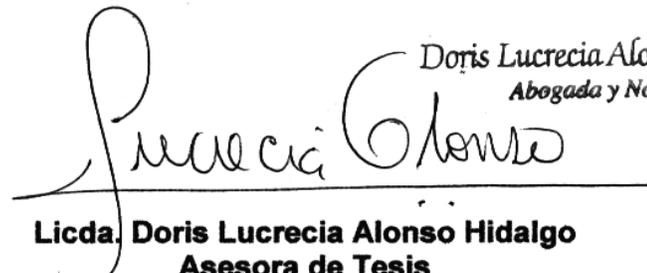


Para su elaboración se utilizó la metodología adecuada, habiendo sido los métodos empleados los siguientes: analítico, sintético, inductivo y deductivo, así como la técnica documental y de fichas bibliográficas para desarrollar un trabajo de tesis debidamente documentado, ordenado, completo y con una redacción adecuada; la cual a su vez es de fácil comprensión e interpretación.

Haciendo uso del contenido de la tesis, se elaboraron las conclusiones, recomendaciones y la bibliografía, las cuales son acordes al desarrollo de la misma y determinan lo fundamental de la tesis, ya que sino se determinan de manera precisa los derechos sociales y económicos de los consumidores y usuarios; la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario no puede desempeñar adecuadamente su función.

Por lo anotado, y en virtud del cumplimiento de los requisitos regulados en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público; se dictamina favorablemente, aprobándose el trabajo de tesis para ser discutido en el examen Público; previo dictamen del Revisor.

Atentamente,


Doris Lucrecia Alonso Hidalgo
Abogada y Notaria

Licda. Doris Lucrecia Alonso Hidalgo
Asesora de Tesis
Colegiada 6398
7ª avenida 3-74 zona 9 Edificio 74, 7º nivel
Tel. 23324494



UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, veintiuno de octubre de dos mil ocho.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) EDDY GIOVANNI ORELLANA DONIS, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante ELBER REMBERTO RECINOS ALARCÓN. Intitulado: "LA FUNCIÓN DE LA PROCURADURÍA DE LA DEFENSA AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS DERECHOS SOCIALES Y ECONÓMICOS DEL 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 fueren necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes".


LIC. CARLOS MANUEL CASTRO MONROY
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS



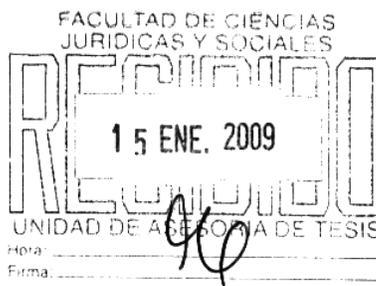
cc.Unidad de Tesis
CMCM/ragm

CORPORACIÓN DE ABOGADOS Y NOTARIOS ORELLANA & ALONSO ASOCIADOS



Guatemala, 11 de noviembre de 2008

Señor
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Licenciado Carlos Manuel Castro Monroy
Su Despacho.



Estimado Licenciado Castro Monroy:

De conformidad con el nombramiento emitido de fecha veintiuno de octubre del año dos mil ocho, procedí a revisar el trabajo de tesis del bachiller: Elber Remberto Recinos Alarcón, intitulada: **“LA FUNCIÓN DE LA PROCURADURÍA DE LA DEFENSA AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS DERECHOS SOCIALES Y ECONÓMICOS DEL CONSUMIDOR Y USUARIO”**.

He realizado la revisión de la investigación y en su oportunidad he sugerido algunas correcciones de tipo gramatical y de redacción, que consideré en su momento eran necesarias; para mejor comprensión del tema que se desarrolla.

En relación al contenido científico y técnico de la tesis, abarca las etapas del conocimiento científico, el planteamiento del problema jurídico - social de actualidad, la recolección de información realizada por el bachiller Elber Remberto Recinos Alarcón; fue de gran apoyo en su investigación ya que el material es considerablemente actual.

La estructura formal de la tesis fue realizada en una secuencia ideal para un buen entendimiento de la misma, así como la utilización de los métodos deductivo e inductivo, analítico, sintético y la utilización de la técnica de investigación bibliográfica que comprueba que se hizo la recolección de bibliografía actualizada.

CORPORACIÓN DE ABOGADOS Y NOTARIOS ORELLANA & ALONSO ASOCIADOS



Las conclusiones y recomendaciones fueron redactadas en forma clara y sencilla para esclarecer el fondo de la tesis en congruencia con el tema investigado. En tal sentido el contenido del trabajo de tesis me parece muy interesante y en medida de espacio, conocimiento e investigación he estado apegado a las pretensiones del autor, en virtud cumpliendo con los requisitos establecidos de forma y de fondo exigidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público; de lo anterior emito **DICTAMEN FAVORABLE**, a la investigación realizada por el bachiller Elber Remberto Recinos Alarcón, la cual cumple con la metodología y técnicas de investigación, así con una redacción adecuada, siendo las conclusiones, recomendaciones y bibliografía acordes al tema relativo a la importancia de la función que lleva a cabo la procuraduría de la defensa del consumidor y usuario, así como también de la repercusiones que tiene en los derechos económicos y sociales de los consumidores y usuarios.

Me suscribo con muestras de alta estima y consideración.

Licenciado **Eddy Giovanni Orellana Donis**
Abogado y Notario
Revisor de Tesis
Colegiado 4940



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, ocho de junio del año dos mil nueve.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante ELBER REMBERTO RECINOS ALARCÓN, Titulado LA FUNCIÓN DE LA PROCURADURÍA DE LA DEFENSA AL CONSUMIDOR Y USUARIO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS DERECHOS SOCIALES Y ECONÓMICOS DEL 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: Quien es el principio de sabiduría, sin la guía de él no hubiese sido posible lograr alcanzar esta meta.
- A MIS ABUELOS: Juan Rossil Santos Recinos Martínez, José María Alarcón Guerra y Leonor Guerra Duarte.
- A MIS PADRES: Marcelino de Jesús Recinos y Carmelina Antonia Alarcón Guerra.
- A MIS HIJOS: Helen, Antony y Yocelyn.
- A MIS HERMANOS: Miguel, Anibal, Marta, Jorge, Sandra, Nery y Zully.
- A MIS AMIGOS: Lic. Eduardo Retana, César Álvarez, César Pinzón, César Estrada, Vitalino Alarcón, Amner Alarcón y, especialmente a mi amigo licenciado Abraham Toledo De León.
- A MIS MAESTROS: Dr. Eddy Giovanni Orellana Donis y Dra. Lucrecia Alonzo Hidalgo, por sus enseñanzas, apoyo y cariño; muy agradecido.



A:

La gloriosa y tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, especialmente a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales; por los conocimientos transmitidos.



ÍNDICE

Pag

Introducción.....	i
CAPÍTULO I	
1. El derecho de consumo.....	1
1.1. El consumidor.....	2
1.2. Generalidades.....	4
1.3. Importancia.....	6
1.4. Derechos del consumidor.....	11
1.5. Obligaciones del consumidor.....	13
CAPÍTULO II	
2. El consumidor.....	15
2.1. Aspectos en el comportamiento del consumidor.....	18
2.2. Clase social.....	21
2.3. Factores sociales en el comportamiento del consumidor.....	22
2.4. Factores personales de influencia en la conducta del consumidor.....	23
2.5. Procuraduría de la defensa al consumidor y usuario.....	25
2.6. Acciones y alcances.....	30
2.7. Lazos de cooperación bilateral.....	30
CAPÍTULO III	
3. Importancia de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	33
3.1. Objeto.....	34
3.2. Ámbito de aplicación.....	34



3.3. Definiciones.....	35
3.4. Los consumidores y usuarios.....	37
3.5. Organizaciones de consumidores y usuarios.....	39
3.6. Personalidad jurídica.....	40
3.7. Finalidades.....	40
3.8. Limitaciones.....	42
3.9. Impedimentos para integrar órganos directivos.....	43
3.10. Derechos del proveedor.....	43
3.11. Obligaciones de los proveedores.....	44
3.12. Prohibiciones a los proveedores.....	49
3.13. Reclamos de los consumidores y usuarios.....	51
3.14. Importancia.....	51
3.15. Créditos para el consumo.....	55
3.16. Prestación de servicios.....	56
3.17. Instrumentos y unidades de medición.....	58
3.18. Facturación de consumo excesivo.....	59
3.19. La seguridad de los productos y servicios.....	60
3.20. La protección contractual.....	62
3.21. Atención y asistencia al consumidor.....	65
3.22. Jerarquía.....	69
3.23. Régimen económico y financiero.....	72
3.24. Infracciones.....	75



3.25. Casos especiales.....	79
-----------------------------	----

CAPÍTULO IV

4. La Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario y sus repercusiones en los derechos sociales y económicos del consumidor y usuario guatemalteco.....	83
4.1. Importancia.....	83
4.2. Derechos básicos.....	84
4.3. Generalidades.....	88
4.4. Función de la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario y sus repercusiones sociales y económicas.....	92
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	97
BIBLIOGRAFÍA.....	99



INTRODUCCIÓN

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario está regulada en el Decreto Número 6-2003 del Congreso de la República. Esta ley contempla en el Artículo 107 de las disposiciones transitorias, finales y derogatorias, que en el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la presente ley, el Congreso de la República deberá emitir la disposición legal pertinente para que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se convierta en Procuraduría de la Defensa del Consumidor y del Usuario.

El presente trabajo de investigación se elabora tomando en consideración lo estipulado en la ley referida, y las repercusiones que tiene en cuanto a que el plazo de cinco años es muy extenso, si se toma en consideración la vigencia de la ley, que ante la Procuraduría de los Derechos Humanos, se tiene conocimiento a través de los medios de comunicación, que existen denuncias de violación a los derechos de los consumidores y usuarios que trascienden a la violación de los derechos económicos y sociales de éstos; que no existe una entidad independiente, autónoma, como sucede en el caso de la Procuraduría de los Derechos Humanos, que vele realmente por los intereses de los consumidores y usuarios, ante la impotencia de la publicidad, ánimo de lucro, competencia desleal, etc. de los proveedores y empresarios que, tal como se encuentra normado, se pretende únicamente cambiar o convertir una cosa, pero sin atacar el fondo, ya que si se considera que la Dirección de Asistencia y Atención al Consumidor y Usuario depende del Ministerio de Economía, y que únicamente habrá una conversión, entonces la Procuraduría también como entidad que depende de este



ministerio, lo cual repercute negativamente en el principio de imparcialidad y de objetividad de que goza una entidad, como sucede en el caso de la Procuraduría de los Derechos Humanos.

Por lo anterior, se hace necesario adecuar la norma a las realidades concretas, en cuanto a que debe surgir la Procuraduría de la Defensa del Consumidor y del Usuario, llenando requisitos similares no iguales a la de la Procuraduría de los Derechos Humanos, para gozar de legitimidad en el caso de los consumidores y usuarios.

La hipótesis que se formuló, se comprobó al determinar la misma la importancia que ejerce la función llevada a cabo por parte de la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario. También los supuestos establecieron los beneficios en los derechos sociales y económicos de los consumidores y usuarios, derivados de la aplicación de las funciones de la procuraduría. Los métodos utilizados fueron los siguientes: inductivo, deductivo y analítico. La técnica empleada fue la de fichas bibliográficas. La teoría utilizada fue la legalista.

La tesis se dividió en cuatro capítulos. El primero, se refiere al derecho de consumo; en el segundo se señala lo relacionado con el consumidor; en el tercero se da a conocer lo relativo a la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario y sus repercusiones en los derechos sociales y económicos del consumidor y usuario guatemalteco.



CAPÍTULO I

1. El derecho de consumo

El derecho del consumo o derecho del consumidor, es la denominación que se da al conjunto de normas emanadas de los poderes públicos destinada a la protección del consumidor o usuario en el mercado de bienes y servicios, otorgándole y regulando ciertos derechos y obligaciones.

En general, se considera consumidor o usuario a toda persona física o jurídica que contrata a título oneroso, para su consumo final o beneficio propio, o de su grupo familiar o social; es la adquisición o locación de bienes o la prestación o arrendamiento de servicios.

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

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

“Algunas corrientes de pensamiento posmoderno han llamado la atención acerca de la diseminación del sentido, la dispersión de los signos y la dificultad de establecer

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



códigos estables y compartidos. Los escenarios del consumo son invocados por los autores posmodernos como lugares donde se manifiesta con mayor evidencia la crisis de la racionalidad moderna y sus efectos sobre algunos principios que habían regido el desarrollo cultural”.²

1.1. El consumidor

Cuando el derecho se ocupa del consumo, lo hace desde un momento historiográfico preciso: la modernidad y la revolución industrial. Si bien siempre existió el consumo, es recién desde la revolución industrial que adquiere relevancia y que obliga a pensar en él.

La introducción de la máquina permite la producción masiva y en serie, y ese aumento de la cantidad de productos exige ubicarlos en el mercado; es decir, que mayor cantidad de personas accedan a ellos, lo que trae aparejado la extensión del tráfico comercial hacia fuera de las fronteras de los países productores.

La publicidad pasa a ser una herramienta importante porque con ella se incita a comprar y la sociedad comienza a mostrar la propensión al consumo, la cual llevaría a un crecimiento sostenido del sistema económico capitalista.

Este cambio radical que se produjo en el mundo y que llevó a la formación de la sociedad de consumo, con sus consecuentes ramificaciones sociológicas, se vio

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



acompañado y favorecido por el cambio industrial y tecnológico provocado por el maquinismo, la producción en masa, las nuevas tecnologías, la avalancha de bienes y servicios ofrecidos al mercado.

Por otro lado, la despersonificación de las relaciones económicas y jurídicas del mercado, la publicidad, los nuevos sistemas de promoción y ventas, que llevan a nuevas formas de contacto social y jurídico entre empresarios y consumidores, y más recientemente la informatización de los sistemas y técnicas de promoción, distribución, comercialización y ventas, produjeron una visión distinta de la técnicas empresariales.

En el campo jurídico se produce la quiebra de dos grandes dogmas del derecho clásico: por un lado, el de la autonomía de la voluntad, y por el otro, el de la culpa como presupuesto de la responsabilidad.

El contrato ya no es más la consecuencia de la libre voluntad de las partes en el marco de la igualdad jurídica; y aparecen los contratos de adhesión, con las cláusulas predispuestas en las que el empresario impone las condiciones y a las que el consumidor debe someterse si pretende tener acceso al producto.

Dicha desigualdad jurídica, no es sólo consecuencia de la económica, sino que encuentra sustento además en la falta de información acerca de los productos y de los derechos que le asisten a quien se ve constreñido a contratar para conseguir el producto que necesita.



El autor Guillermo Cabanellas indica en relación al consumidor que es: “Cualquiera que consume en las distintas acepciones verbales de consumir, extinguir, acabar, destruir, y aniquilar”.³

1.2. Generalidades

Como en todos los órdenes, la realidad ha preexistido al derecho, que acude a hacerse cargo de las situaciones que se presentan en cada momento de la humanidad. En estas épocas el ordenamiento jurídico tiene, entonces, que hacerse cargo de las nuevas condiciones de contratación que imponen las circunstancias.

Como a fines del siglo dieciocho surgieron los derechos civiles y políticos del constitucionalismo, como lo son el derecho a la vida, a la propiedad y al sufragio, y con el advenimiento del siglo veinte los derechos sociales, económicos y culturales, como lo son el derecho al trabajo, a la huelga y a la educación, existiendo también en la actualidad los derechos del hombre en sociedad o derechos de la tercera generación, como lo son el derecho al desarrollo, a la preservación del medio ambiente y el derecho del consumidor.

En realidad, esos derechos no nacen en esta época; son derechos fundamentales del hombre, sin cuya existencia no puede hablarse de persona pues se avasalla su dignidad misma. Lo que sucede es que ahora, que se ven vulnerados, pasan a ser jurídicamente exigibles porque la ley se ocupa expresamente de tutelarlos.

³ **Diccionario jurídico**, pág. 322.



Si señalar los derechos del consumidor, no se puede soslayar precisamente a un sujeto específicamente. Desde el punto de vista doctrinario, atento el carácter económico del concepto, su conceptualización resulta controvertida.

Se consideran consumidores, las personas físicas o jurídicas. Sin embargo, la tutela jurídica se circunscribe a dichas personas cuando se encuentren ubicadas en el final del circuito económico, es decir aquellos que son destinatarios finales, lo que excluye al industrial o revendedor o quien participe en el circuito económico sin que su finalidad sea la destrucción o inutilización inmediata de la cosa.

Es de señalar que la noción comprende no sólo a quien contrata sino también a quienes utilizan o disfrutan de los servicios o bienes, es decir, al consumidor material. La ley considera consumidores o usuarios a las personas físicas o jurídicas que adquieran cosas o contraten servicios para su consumo final o beneficio propio o para su grupo familiar o social.

Por otro lado, el acto de consumo puede estar referido a un bien que desaparece tras su empleo, como al duradero o a una prestación material o intelectual, por lo que consumidor es quien realiza el acto de consumo.

La ley también exige que se trate de un contrato oneroso, mientras que la protección se aplica al ámbito de las relaciones con los productores de bienes o servicios con la finalidad de satisfacción de necesidades domésticas o familiares, presuponiendo la situación, porque sin la participación del consumidor en el mercado, deviene ilusorio



referirse a los otros derechos. Es al Estado a quien corresponde gestionar que todas las personas puedan estar incluidas en el circuito económico, garantizándoles:

La libertad de elección basada en precios justos y variedad de productos y servicios. Para ello tienen que descalificarse los monopolios que imponen determinados productos a los precios fijados unilateralmente, de manera que el usuario o consumidor no tiene opción.

La no discriminación o arbitrariedad, permitiendo a la población la misma calidad en los productos, sin distinción de condiciones sociales o económicas.

Acceso digno y equitativo, evitando la subordinación e indefensión ante las quejas y reclamos. Comúnmente, ante una queja o un reclamo, el consumidor es tratado como si se le estuviera haciendo un favor, poniendo en el proveedor la decisión acerca de la procedencia del reclamo o reparación, los tiempos en los que se efectuará, cuando en realidad está ejerciendo el derecho que le asiste en la relación contractual en la que ya cumplió su prestación, a diferencia del proveedor que la cumplió con deficiencias o defectos.

1.3. Importancia

El derecho a la educación para el consumo es fundamental debido a que únicamente el efectivo conocimiento de los derechos hace posible la tutela de los demás. Si no se conoce y no se está informado de la posibilidad de reclamar, de conocer las diferentes



aristas de la publicidad, de pedir la información necesaria en cada caso, de controlar la calidad y demás condiciones de los productos y servicios, de nada sirven las normas que protegen al consumidor.

Ello implica la concientización de su lugar como receptor de bienes y servicios y el rol que desempeña en el mercado. Es fundamental el derecho a la educación del consumidor y dispone que tiene que estimularse la formulación de programas generales de educación e información, teniendo en cuenta las tradiciones culturales del pueblo del que se trate y la atención de los sectores de más bajos recursos y de menor capacitación.

Dichos programas tienen que contener aspectos referidos a la salud, nutrición, prevención de enfermedades transmisibles por alimentos, adulteración de los alimentos, peligro de los productos, necesidad de su rotulado, formas de obtener compensación, información sobre pesas y medidas, precios y condiciones para el otorgamiento de créditos. Para hacer efectivos estos programas, se tiene que acudir a medios masivos de comunicación y corresponde en primer lugar a los empresarios, sin perjuicio de la tarea que le cabe al Estado a través de la enseñanza primaria y media.

Las autoridades tienen que buscar la forma de incluir en los planes oficiales la enseñanza de las normas de los consumidores, como así también los recaudos mínimos que los productos tienen que cumplir, que atañen a su calidad y que son fácilmente detectables.



La educación del consumidor tiene que estar orientada a mostrarle que existen alternativas de consumo, con productos sustitutivos de igual calidad, enseñarle a usar la información con que cuenta y requerir la necesaria en la protección del medio ambiente, eligiendo los productos menos nocivos para la fabricación y comercialización de los que ofrecerán a los usuarios.

Muchas veces el producto es lanzado al mercado y puesto en circulación con un insuficiente desarrollo de la técnica o de la ciencia, sin conocer su potencialidad dañosa.

Uno de los derechos más importantes y que menos se conoce y se exige su cumplimiento es el de la información. En la medida en que se capte en toda su dimensión el correlativo deber de informar de los proveedores, tanto en la etapa precontractual como en el desarrollo de la relación jurídica; se evitan múltiples frustraciones en la adquisición de bienes y servicios.

Por ello, tiene que exigirse información especial en torno a productos o servicios peligrosos para la salud e integridad del consumidor. De igual manera, cabe ejercitar este derecho exigiendo los presupuestos pertinentes en la contratación de servicios, es decir el detalle del trabajo a realizar o el servicio da prestar, sus modalidades en cuanto al tiempo, materiales a utilizar, garantía y costos.

La información comprende múltiples aspectos, como lo son la composición del producto, en particular los de consumo, la fecha de fabricación y de vencimiento, el



empleo a dar al producto y en lo que atañe a los créditos dinerarios, la información sobre el total de la deuda, con los intereses, recargos y multas.

El derecho a la información se encuentra estrechamente ligado a la publicidad, aunque sus objetivos sean diferentes ya que la información es un servicio debido al cliente, un deber que es necesario cumplir; la publicidad, en cambio, apunta a la captación del cliente.

La publicidad se encarga de alimentar el espíritu consumista, de manera que los anunciantes se encuentren en condiciones de determinar qué alimentos comer, qué bebidas tomar, qué automóviles conducir.

No obstante, es de importancia distinguir entre publicidad informativa y publicidad persuasiva. Lamentablemente, en la generalidad de los casos, esta última es directamente proporcional a la escasez de información y el consumidor se encuentra en una situación de incertidumbre que le impide seleccionar racionalmente el producto o servicio. Tal es el poder de la publicidad que induce al consumo por el consumo mismo.

En tal sentido, debe alertarse al consumidor acerca de la publicidad engañosa y abusiva, que promete efectos milagrosos o pondera inadecuadamente las cualidades del producto sin que ellas se correspondan con la realidad. De la misma manera, la publicidad debe atender a la capacidad intelectual del consumidor al que está destinada, de forma de no confundir más al usuario o consumidor.



Es común que la publicidad contenga exageraciones, que resultan aceptables en tanto no superen lo que se ha dado en llamar el dolo bueno, es decir aquél que no puede confundir a nadie en tanto es de tal magnitud que nadie podría ser engañado.

De ello se deriva otro derecho de los consumidores, cual es el que se cumpla con lo ofrecido en la publicidad. Esto se advierte principalmente en la publicidad dirigida a los niños, que son quienes se ven compelidos a adquirir cosas respecto de las que se les prometen calidades especiales, que por supuesto no contienen, aprovechándose de la ingenuidad y de la falta de capacidad de selección de aquellos a quienes están destinados.

“El derecho de consumo cuenta con valores de uso y de cambio, que contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantilistas. Los aspectos culturales, simbólicos, estéticos predominan sobre los utilitarios y mercantiles”.⁴

Todos estos derechos pueden ser ejercidos en forma individual pero su tutela resulta más efectiva con la organización, es decir con las asociaciones de consumidores que tienen como objetivo el cumplimiento efectivo de todos los derechos de los consumidores. Estas asociaciones, que surgen del derecho a organizarse y a participar, son entes no gubernamentales, que nacen de la libre asociación de las personas y que participan activamente en la defensa del consumidor, asesorándolo sobre el consumo de bienes y servicios, precios, condiciones de venta y calidad, recibiendo reclamos y

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



proponiendo soluciones, promoviendo la educación del consumidor y llegando a representarlo en muchas oportunidades ante la justicia.

Si bien todos los ciudadanos tienen derecho y pueden acudir a la justicia, los consumidores tienen que contar con medios de solución de conflictos más expeditivos y rápidos, en los que no sea necesario el cumplimiento de recaudos previos ni encontrarse supeditados al pago de tasa de justicia, que dado el carácter de los reclamos impediría la mayoría de las veces el acceso a una solución. Para ello tiene que acudirse a la implementación de los medios que hagan posible una rápida y efectiva conclusión de los conflictos, para lo cual las autoridades gubernamentales arbitran los medios específicos de prevención y solución, procurando el acceso igualitario a todos los consumidores.

1.4. Derechos del consumidor

Son derechos del consumidor:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;



3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

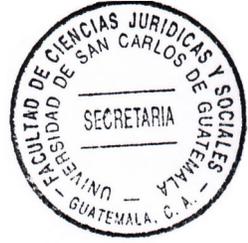


10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamo a disposición del consumidor, en el que se anota el reclamo correspondiente, lo cual es debidamente reglamentado.

1.5. Obligaciones del consumidor

Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que sean peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.





CAPÍTULO II

2. El consumidor

Consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

Son las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, de bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, sea cual sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de aquellos que los producen, facilitan; suministran o expiden.

Así, no se consideran consumidores aquellos que adquieren bienes y servicios para incorporarlos a un proceso productivo o a una actividad comercial. En este sentido, el consumidor es de una u otra forma el usuario final del bien.

En el ámbito de los negocios o la economía, cuando se habla de consumidor, en realidad, se hace referencia a la persona como consumidor. El consumidor es la persona que dirige sus acciones para orientar e incitar a la compra.

Es de importancia identificar los factores de influencia en el comportamiento del consumidor como resolución de problemas, para la satisfacción de necesidades, así



como el conocimiento del proceso de resolución de problemas, las influencias que determinan dichos comportamientos y los niveles de respuestas existentes según el grado de participación en la compra.

Es fundamental la adquisición de herramientas para la clasificación y medición de los distintos niveles de respuesta de consumo, del análisis del comportamiento del comprador, de los principales factores de influencia en la conducta del comprador y de la influencia de la cultura en la conducta del comprador.

El estudio de la cultura es el estudio de todos los aspectos de una sociedad: su lenguaje, conocimientos, leyes y costumbres que otorgan a la sociedad un carácter distintivo y su personalidad.

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

En el contexto del comportamiento del consumidor, se define a la cultura, como la suma de creencias, valores y costumbres adquiridas y transmitidas de generación en generación, que sirven para regular el comportamiento de una determinada sociedad.

El impacto de la cultura en la sociedad es tan natural que su influencia en el comportamiento es notable. La cultura ofrece orden, dirección y guía a los miembros de

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



una sociedad en todas las fases de la resolución de problemas humanos. La cultura es dinámica y gradual, y continuamente se transforma para adecuarse a las necesidades de la sociedad.

La cultura se aprende como parte de la experiencia social. Desde niño se adquiere el entorno de una serie de creencia, valores y costumbres que contribuyen a su cultura. Ellos se adquieren a través del aprendizaje formal, informal y técnico. La publicidad mejora el aprendizaje formal mediante el refuerzo de modelos deseables de comportamiento o de expectativas y mejora el aprendizaje informal proveyendo modelos de comportamiento. Debido a que la mente humana tiene la capacidad de absorber y procesar la comunicación simbólica, la comercialización puede promover exitosamente productos tangibles e intangibles y conceptos de productos a través de medios masivos.

Los elementos de la cultura se transmiten por tres instituciones: la familia, la iglesia, y la escuela. Una cuarta institución juega un rol mayor en la transmisión de la cultura, siendo la misma los medios de comunicación, tanto a través de los contenidos editoriales como de la publicidad.

Algunas manifestaciones de la cultura son las siguientes:

- Carácter nacional;
- Subculturas;



- Lenguaje no verbal: posturas, gestos, preferencia alimentarias;
- Importancia de los símbolos, tabúes, prohibiciones y las actitudes rituales;

Este significado cultural se extrae del mismo mundo de la cultura y se transfiere a un bien de consumo a través de la publicidad y del sistema de modas. Luego se transfiere a esos bienes a la conducta del consumidor mediante ciertos rituales de consumo.

2.1. Aspectos en el comportamiento del consumidor

“El análisis subcultural permite al segmentar el mercado para llegar a las necesidades, motivaciones, percepciones y actitudes que son compartidas por los miembros un grupo subcultural específico”.⁶

“Una subcultura es un grupo cultural distinguible que existe como un sector identificable dentro de una sociedad más grande y compleja. Sus miembros poseen creencias, valores y costumbres que los apartan de otros miembros de la misma sociedad. Las principales categorías subculturales son: la nacionalidad, raza, religión, la localización geográfica, la edad, el sexo y la educación”.⁷

⁶ **ibid**, pág. 250.

⁷ **ibid**, pág. 251.



La subcultura étnica atiende a los orígenes. La descendencia de ancestros comunes tiende a vivir en forma cercana, suelen casarse con personas del mismo grupo, comparten el sentido de pertenencia y de edad similar.

El mercado de los adolescentes no solo gasta mucho dinero propio, sino que hacen gastar a sus familiares también. Los niños influyen mucho en las decisiones de consumo familiares. Las corporaciones aprovechan la tendencia persistente de los niños en la búsqueda de un nuevo producto.

Cuando se diseñan mensajes para el mercado de jóvenes se necesita tener en cuenta las siguientes pautas:

- Nunca menospreciar a los jóvenes;
- Ser total, absolutamente e incondicionalmente sincero;
- Reconocer a los jóvenes el mérito de estar motivados por valores racionales;
- Ser lo más personal posible;

Subcultura de las personas de edad avanzada;

Es necesario reconocer ciertas características desfavorables:



- Son conservadores;
- Poseen menos de la mitad del ingreso de toda la población;
- Sus facultades mentales pueden estar alteradas;
- Tienen mala salud;
- Suelen aislarse de la gente;

Los longevos realizan compras cerca de su casa y muestran atención hacia las sugerencias de producto y marca que indica el vendedor.

Una estrategia de promoción que da buenos resultados es la denominada transgeneración en la que adultos, niños y ancianos aparecen todos juntos. Además tiene que procurarse en el mensaje:

- Que sea sencillo y que contenga elementos familiares;
- Paso por paso;
- Dar preferencia a los medios impresos;
- Aprovechar el contexto apelando a la evocación.



2.2. Clase social

Las clases sociales son multidimensionales puesto que se fundan en numerosos componentes y no son equivalentes al ingreso; o a algún otro criterio aislado ni estén determinadas en consecuencia por alguno de ellos. El ingreso suele ser un indicador engañoso de la posición en la clase social.

La ocupación ofrece generalmente una buena indicación de la clase social, al igual que la vivienda.

La estructura de clases sociales tienen que cubrir un rango que va de dos a nueve clases. Se dividen en cinco grupos: alta, media alta, media, media baja, baja. Los perfiles de cada una de estas clases indican que las diferencias socioeconómicas se reflejan en diferencias de actitudes, en actividades de tiempo libre y en hábitos de consumo.

La investigación ha revelado diferencia entre las clase en cuanto a los hábitos de indumentaria, decoración del hogar, uso del teléfono, uso del tiempo libre, preferencia de los lugares de compra y hábitos de ahorro, gastos y uso de créditos. Todo ello puede utilizarse estratégicamente en comercialización. Los estudios de la insatisfacción del consumidor, revelan una relación entre el tipo de problemas que plantea el consumidor y la clase social.



2.3. Factores sociales en el comportamiento del consumidor

“Los grupos primarios son aquellos en que las relaciones personales son cara a cara con cierta frecuencia y a un nivel íntimo y afectivo. En estos grupos se desarrollan normas y roles. La familia, los grupos de un trabajo, los amigos, son ejemplos de tales grupos. El grupo primario ejerce un control informal sobre sus miembros, un control no institucionalizado pero no por ello menos eficaz”.⁸

“Los grupos secundarios son aquellos en los cuales se incluyen todos aquellos grupos que no son primarios, tales como las agrupaciones políticas, las asociaciones de ayuda y comisiones vecinales”.⁹

En estos grupos el individuo no se interesa por los demás en cuanto a las personas sino como funcionarios que desempeñan un rol. Al contrario de los grupos primarios, el control que se aplica es formal es decir hay reglamentaciones que establecen normas y sanciones.

Los grupos de referencia, son aquellos en los que el mismo sujeto quiere ser parte, pueden definirse como un grupo de personas que influyen en las actividades, valores, conductas y en la compra de un producto o en la elección de la marca.

⁸ **Ibid**, pág. 253

⁹ **Ibid**, pág. 255.



El profesional tiene que identificar un líder de opinión dentro del grupo de referencia para vender un producto o marca.

Se pueden clasificar en grupos aspiracionales positivos y aspiracionales negativos.

Los grupos de referencia más utilizados son las personalidades y los expertos. Las celebridades se utilizan para dar testimonio o apoyos o como voceros de la empresa. Los expertos pueden serlo realmente o ser actores desempeñando tal papel. El enfoque del hombre corriente se diseña para mostrar que individuos como el posible cliente están satisfechos con el producto publicitado.

Las apelaciones a grupos de referencia son estrategias promocionales efectivas porque sirven para incrementar la recordación del producto y para reducir el riesgo percibido entre los clientes potenciales.

2.4. Factores personales de influencia en la conducta del consumidor

A continuación se presentan los diversos factores personales influyentes en la conducta del consumidor, siendo los mismos los siguientes:

Personalidad: la personalidad se define como el patrón de rasgos de un individuo que dependen de las respuestas conductuales. Éstas se han empleado para estudiar el comportamiento del consumidor y explicar la totalidad organizada de su conducta. Se sabe que la personalidad de una persona se refleja a menudo en la ropa que usa, la



marca y el tipo de automóvil que conduce, los restaurantes donde come, pero lo que no se puede cuantificar son los rasgos individuales de cada individuo.

El autoconcepto es la percepción de si mismo por el sujeto. Y a la vez es la imagen que se piensa que los demás tienen sobre la persona. La importancia de estudiar el autoconcepto en viene dada porque la persona a través del consumo se describe a sí misma.

Motivación: para entender por que los consumidores observan determinada conducta, es preciso preguntar primero que es lo que impulsa a una persona a obrar. Toda conducta se inicia con la motivación, el motivo o impulso es una necesidad estimulada que el sujeto trata de satisfacer. Uno o más motivos en el interior de una persona desencadenan a la conducta hacia una meta que supuestamente procurará satisfacción.

Es importante que la necesidad ha de ser estimulada para que se convierta en motivo. Algunas veces el hombre tiene necesidades que están latentes, por lo mismo, no activan la conducta porque no son suficientemente intensas, es decir no han sido despertadas. La fuente puede ser interna o ambiental.

Familia: de los grupos pequeños a los que pertenecemos durante años, hay uno que normalmente ejerce influencia más profunda y duradera en nuestras percepciones y conducta, este grupo es la familia. Esta desempeña directamente la función de consumo final operando como unidad económica, ganando y gastando dinero. Al hacer



esto los miembros de la familia se ven obligados a establecer prioridades individuales y colectivas de consumo, a seleccionar qué productos y marcas comprarán y como se utilizarán para cumplir con las metas de los miembros de la familia.

La percepción: es el proceso por el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta estímulos para construir una pintura significativa y coherente del mundo. El consumidor toma decisiones basadas en lo que percibe más que en la realidad objetiva.

La gente usualmente percibe las cosas que necesita o desea y bloquea la percepción de estímulos desfavorables o ingratos.

La forma en que los productos son percibidos es lo más importante para su éxito que las características reales que posea. Los productos que son percibidos favorablemente, como es obvio, tienen mejores posibilidades de ser comprados.

2.5. Procuraduría de la defensa al consumidor y usuario

En Guatemala está vigente la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, contenida en Decreto 6-2003 del Congreso de la República. Dicha ley cuenta con un Reglamento, contenido en Acuerdo Gubernativo número 777-2003. El objeto de dicha ley, tal como está contenido en el artículo 1º es el siguiente: “Esta Ley tiene por objeto promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia. Las normas



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

Como se puede apreciar, el objeto de esta ley es sumamente importante y, por lo mismo, es de orden público y los derechos y garantías que protege son fundamentales y de interés social.

Para velar por el cumplimiento de las disposiciones de esta ley, en el artículo 53 se creó la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, más conocida como DIACO, como una dependencia del Ministerio de Economía, aunque gozando de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio nacional.

Aún cuando en Guatemala antes de la emisión de esta ley ya existía una ley similar, cuya aplicación correspondía al Ministerio de Economía, realmente no era conocida la materia y aún hoy los consumidores y usuarios desconocen sus derechos y las garantías que la ley les otorga, mucho más ignoran la existencia y actividades de la DIACO.

La DIACO ha cumplido bien sus funciones, pero lamentablemente 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.



Es fundamental que la Universidad de San Carlos de Guatemala, como genuina y competente representación del pueblo, apoye estudios para que la población guatemalteca se encuentre enterada de los derechos del consumidor.

Es conveniente tener presente, que el mejor defensor del consumidor es el mercado. Pero, actualmente se vive en un sistema generalizado imperfecto, lo cual incluye al mercado y a la cultura de consumo, de manera que mientras el ciudadano alcanza una cultura de consumo que le permita defenderse y el mercado mejora en todo sentido, no cabe duda que es preciso una institución que proporcione al consumidor y al usuario la asistencia mínima que ellos necesitan en su vida diaria, porque todos los sujetos son consumidores y usuarios.

Dentro de los aspectos que deben de tenerse en cuenta para una Procuraduría de la Defensa del Consumidor y del Usuario, están los siguientes:

1. Debe de tratarse de una entidad autónoma;
2. Debe de contar con un órgano colegiado, que podría ser una Junta Directiva;
3. No ser unipersonal, pues concentraría mucho poder, sino de ser posible que existan de tres a cinco procuradores, subordinados al órgano colegiado.
4. La comisión de postulación de los miembros del órgano colegiado de la Procuraduría de Defensa del Consumidor y del Usuario debería estar



conformada por los presidentes de los colegios profesionales, no las universidades.

5. El nombramiento de los miembros del órgano colegiado lo deberá hacer el Congreso de la República y no el Presidente de la República.
6. Los Procuradores serían nombrados por el órgano colegiado de la Procuraduría.
7. El presupuesto de la Procuraduría debe provenir de un aporte del Estado, similar al de la Procuraduría de los Derechos Humanos, sin perjuicio que pueda tener ingresos propios.
8. La Procuraduría de Defensa del Consumidor y del Usuario deberá contar con una Fiscalía del Consumidor, por lo que tendrá que haber una coordinación con el Ministerio Público.
9. La Procuraduría de Defensa del Consumidor y del Usuario tiene que contener facultades de acción, a fin de garantizar que su actuación sea pronta y eficaz.
10. Deberá efectuarse una amplia divulgación de lo que es la Procuraduría de Defensa del Consumidor y del Usuario.
11. La divulgación tiene que llevar a la consolidación de la cultura del consumo, la cual orienta al consumidor a consumir solamente lo necesario, sin derroche, y a



defender y reclamar sus derechos. En este punto es preciso recalcar que el guatemalteco está acostumbrado, o sea a la cultura del silencio, la cual tiene que desaparecer y dar lugar a la reclamación de sus derechos y la denuncia de los abusos.

12. La Procuraduría defiende a los derechos de los consumidores y usuarios en todos los ámbitos del consumo, ya sea bienes o servicios, sin excepción.
13. Un aspecto muy importante es el de los servicios financieros: servicios bancarios, de tarjetas de crédito, de seguros; servicios de transporte, ya sea de personas o de cosas, urbano, extraurbano, aéreo o marítimo; servicios de telecomunicaciones; servicios profesionales y de servicios públicos.
14. También tiene que comprender, de manera importante, lo relativo al medio ambiente, pues la protección ambiental debe ser una constante en la protección del consumidor y del usuario.
15. El pueblo tiene derecho a exigir al Estado que cumpla con sus fines, y por lo tanto proteger al ciudadano, al consumidor y usuario, en los casos en los cuales un servicio u obra pública puede afectarlo.

El trámite para crear la procuraduría de defensa del consumidor y el usuario avanzó ayer en el Congreso. La propuesta busca la creación de un ente autónomo que vele por los derechos de quienes adquieren bienes y servicios.



En la actualidad, la defensa de los compradores en el país está a cargo de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), dependencia del Ministerio de Economía

Es necesario garantizar desde una entidad autónoma los derechos de los consumidores, dar certeza y estar pendiente de las obligaciones a que se sujetarán los proveedores.

2.6. Acciones y alcances

La procuraduría se tiene que encargar de imponer multas y sanciones a los proveedores que incumplen la normativa y abusen del consumidor; se estipulan llamadas de atención, cierre de locales, inmovilización de bombas de expendio de combustible, si no respetan el galonaje, o incluso multas, en el caso de faltas gravísimas.

2.7. Lazos de cooperación bilateral

En la actualidad, la República de Guatemala está inmersa en un proceso de modernización y reestructuración de la política pública de protección al consumidor con objeto de adaptarla a la realidad internacional del país.

“Por ende, se está viviendo un importante proceso de transformación institucional. Cabe destacar que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) de



Guatemala ha solicitado la cooperación técnica y científica de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) a fin de llevar a cabo su proceso de transformación institucional”.¹⁰

“En este sentido, Profeco recibió a dos funcionarios pertenecientes a la DIACO, la cual es un órgano desconcentrado del Ministerio de Economía de Guatemala que tiene como misión educar e informar a los consumidores y usuarios sobre sus derechos y obligaciones”.¹¹

Asimismo, en la Dirección General de Comunicación Social conocieron la estrategia de atención a medios.

En la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores conocieron las bases legales, conceptuales y los programas de trabajo de esta área. Adicionalmente, visitaron el Laboratorio Nacional de Profeco; sostuvieron un encuentro con el Procurador Federal del Consumidor y conocieron a detalle las labores que se desarrollan en la Dirección General de Difusión, o sea de radio y televisión.

La pasantía cumplió con los objetivos planteados ya que los funcionarios guatemaltecos no sólo lograron un intercambio de experiencias e información con los responsables al interior de Profeco de las áreas sustantivas arriba mencionadas, sino que fueron

¹⁰ Morales Ruiz, Juan Carlos. **El consumidor**, pág. 21.

¹¹ **Ibid.**



apoyados con material didáctico diverso de acuerdo con lo solicitado por la propia
DIACO de Guatemala.



CAPÍTULO III

3. Importancia de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario

Es fundamental la existencia de una debida defensa de los consumidores y usuarios, en lo relacionado a la preservación de una adecuada calidad de los productos de exportación y de consumo interno para garantizar su seguridad, salud y los legítimos intereses económicos.

Guatemala tiene el compromiso de cumplir y aplicar adecuadamente las directrices relacionadas con la protección del consumidor, en las cuales se establece el quehacer del Gobierno para llevar a cabo una adecuada protección, así como una debida salvaguarde de los intereses y de los derechos legítimos con los cuales cuenta todo consumidor.

“En el país, el régimen tanto económico como social se basa en los principios de la justicia social, y además es obligación del Estado la promoción del desarrollo económico, asegurando a su vez la obligación del Estado guatemalteco de elevar el nivel de vida de todos y todas las ciudadanas, y asegurando el bienestar familiar”.¹²

“La dispersión de normas vigente reguladas en el sistema económico no cuenta con eficacia y en la mayoría de ocasiones es inoperante, y contraria a los intereses que tienen los consumidores, no respondiendo a las características con las cuales tiene que

¹² *Ibid*, pág. 23.



contar una economía abierta, moderna y dinámica, y por ende es fundamental contar con un marco legal encargado de promover y desarrollar de manera eficiente tanto las obligaciones como los derechos de los consumidores en relación a los proveedores”.¹³

3.1. Objeto

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario tiene por objetivo la promoción, divulgación y defensa de los derechos de los usuarios y consumidores. Las normas estipuladas en la misma son tutelares tanto de los consumidores como de los usuarios y además son constitutivas de un mínimo de garantías y de derechos irrenunciables, de orden público y de interés de la sociedad guatemalteca.

3.2. Ámbito de aplicación

Las disposiciones que se encuentran preceptuadas en la norma están sujetas a la obediencia de los consumidores y usuarios, de manera que todos los actos llevados a cabo a través de los mismos dentro del territorio nacional.

Todo lo normado en las normas especiales, así como también los servicios públicos con legislación específica y cuya actuación sea controlada por los órganos que la misma contemple, se regirán por esas normas.

¹³ **Ibid.**



Esta Ley no será aplicable a los servicios personales prestados en virtud de una relación laboral, ni a los servicios profesionales o técnicos para cuyo ejercicio se requiera tener título facultativo.

3.3. Definiciones

El Artículo 3 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario presenta diversas definiciones de importancia:

- “a) Anunciante: Proveedor que, mediante publicidad, se propone ilustrar al público sobre la naturaleza, características, propiedades o atributos de los bienes o servicios cuya producción, intermediación o prestación constituyen el objeto de su actividad.
- b) Bienes: Son las cosas que por sus características pueden ser apropiables y enajenables.
- c) Consumidor: Persona individual o jurídica de carácter público o privado nacional o extranjera, que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza.
- d) Contrato de adhesión: Es aquel cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor o el usuario pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar.



- e) Oferta: Práctica comercial transitoria, consistente en el ofrecimiento al público de bienes o servicios a precios más bajos que los habituales en el respectivo establecimiento.
- f) Promoción: Práctica comercial transitoria, cualquiera que sea la forma utilizada en su difusión, consistente en el ofrecimiento al público de bienes y/o servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquellas que impliquen una oferta.
- g) Proveedor: Persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera que en nombre propio o por cuenta ajena, con o sin ánimo de lucro, realice actividades de producción, fabricación, transformación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores o usuarios en el territorio nacional y por las que cobre precio o tarifa.
- h) Publicidad: Comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar bienes o servicios.
- i) Servicio: Prestación destinada a satisfacer necesidades e intereses del consumidor o usuario y que se pone a disposición por el proveedor.
- j) Servicios públicos: Los servicios de energía eléctrica, telefonía celular, fija pública y domiciliar, transmisiones de televisión en sus distintas formas,



telecomunicaciones en general y agua potable prestados en el domicilio o locales del consumidor o usuario, drenajes, recolección de desechos, transporte público urbano y extraurbano, gas propano, diesel y gasolinas, así como cualesquiera otros servicios públicos que se prestan a usuarios o consumidores, por medio de empresas organizadas públicas o privadas para la prestación generalizada de estos servicios.

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

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

3.4. Los consumidores y usuarios

Los derechos fundamentales tanto de los consumidores como de los usuarios se encuentran regulados en el Artículo 4 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala: “Sin perjuicio de lo establecido en otras leyes, son derechos básicos de los consumidores y usuarios:

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



- b) La libertad de elección del bien o servicio.
- c) La libertad de contratación.
- d) La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios, indicando además si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre sus precios, características, calidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieran 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 o publicite o marque el producto en el establecimiento comercial respectivo.
- h) La devolución al proveedor de aquellos bienes que éste le haya enviado sin su requerimiento previo. En este caso, el consumidor o usuario no está obligado a asumir responsabilidad ni a efectuar pago alguno, salvo si se comprueba que el



consumidor o usuario ha aceptado expresamente el envío o entrega del bien o lo ha utilizado o consumido.

- i) Recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones.
- j) Utilizar el libro de quejas o el medio legalmente autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para dejar registro de su disconformidad con respecto a un bien adquirido o un servicio contratado”.

Los consumidores y usuarios tienen que pagar por los servicios y por los bienes en el modo, forma y tiempo que se establezca en el contrato. Los servicios y los bienes que utilizan tienen que hacerlo de conformidad a su utilización normal y mediante las especificaciones que proporciona el proveedor, cumpliendo de manera debida las condiciones establecidas. También es de importancia prevenir la contaminación del medio ambiente en lo relacionado al consumo racional de los bienes y servicios. establecidas en el convenio o contrato.

3.5. Organizaciones de consumidores y usuarios

Las organizaciones de consumidores y de usuarios consisten en las asociaciones civiles que no tienen finalidades lucrativas, y que se encuentran organizadas con la finalidad auténtica de la defensa colectiva de los derechos tanto de los consumidores como de los usuarios.



Dichas organizaciones tienen que ser inscritas en el Registro Civil, así como también en el Registro que para el efecto llevará la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.

3.6. Personalidad jurídica

Las asociaciones de consumidores y usuarios debidamente constituidas de conformidad con la norma vigente y debidamente inscritas en el Registro Civil cuentan con personalidad jurídica auténtica y distinta de la de sus asociados considerados de forma individual para llevar a cabo sus finalidades y son representadas a través de la persona o del órgano que sea designado en sus reglamentos o estatutos.

Las asociaciones para poder inscribirse en los registros correspondientes, tienen que presentar el primer testimonio de la escritura pública de su constitución en el cual consten sus reglamentos y sus estatutos, así como también de cualquier modificación y ampliación. Para que la inscripción quede firme en el registro correspondiente, o sea en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, se tiene que adjuntar la certificación de la inscripción en el Registro Civil, dentro de los quince días posteriores a la inscripción correspondiente.

3.7. Finalidades

El Artículo 9 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente en Guatemala, regula las finalidades de las organizaciones de consumidores y usuarios:



“Las organizaciones de consumidores y usuarios tendrán por finalidad:

- a) Promover, proteger y defender los intereses de los consumidores y usuarios.
- b) Difundir el contenido de las disposiciones de esta Ley y sus regulaciones complementarias.
- c) Informar, orientar y educar a los consumidores y usuarios por cualquier medio de difusión que consideren conveniente, en el adecuado ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de sus obligaciones y brindarles asesoría cuando la requieran.
- d) Estudiar y proponer medidas técnicas y legales encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y usuarios, y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo.
- e) Representar a sus asociados ante las autoridades administrativas del país, en todos los asuntos de interés general y particular, salvo que los asociados decidieran ejercer personalmente las acciones que les correspondan.
- f) Recopilar, recabar y difundir información pública que se considere conveniente para los consumidores y usuarios.



- g) Velar por el fiel cumplimiento de las leyes, decretos y resoluciones que hayan sido dictadas para proteger al consumidor y usuario.
- h) Recibir reclamos de consumidores o usuarios y presentar las denuncias correspondientes.
- i) Organizar y realizar estudios de mercado, de control de calidad, estadísticas de precios y suministrar toda información de interés para los consumidores y usuarios. En los estudios sobre controles de calidad, se requerirá la certificación de los mismos por los organismos correspondientes”.

3.8. Limitaciones

Las limitaciones de las organizaciones de los consumidores y de los usuarios, se encuentran reguladas en el Artículo 10 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente en Guatemala: “Las organizaciones de consumidores o usuarios en ningún caso podrán:

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



- d) Ejercer finalidades distintas a las establecidas en el artículo anterior”.

3.9. Impedimentos para integrar órganos directivos

El Artículo 11 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, regula los impedimentos para la integración de los órganos directivos: “No pueden ser integrantes de los órganos directivos de las organizaciones de consumidores y usuarios:

- a) Los menores de edad e incapaces
- b) Las personas que no sean ciudadanos guatemaltecos.
- c) Quien haya sido condenado en quiebra culpable o fraudulenta, mientras no se le rehabilite.
- d) Quien tenga antecedentes penales.
- e) Quien habiendo sido condenado en juicio de cuentas no haya solventado su situación.
- f) Quienes representen intereses de proveedores o prestadores de servicios”.

El Artículo 12 de la normativa anotada regula que “El directivo de una organización de consumidores y usuarios, que tenga interés personal directo o indirecto en la



deliberación y resolución de algún asunto en que participe o que le afecte por razones de amistad o parentesco, deberá manifestarlo a los demás directivos y abstenerse de participar.

La contravención a esta norma será sancionada con la pérdida del cargo en la organización de consumidores y usuarios, sin perjuicio de las eventuales responsabilidades legales que puedan deducírsele”.

El Artículo 13 de la norma anotada regula que: “Las asociaciones de consumidores y usuarios podrán substanciar los reclamos de los consumidores de bienes y servicios ante la Dirección, que se deriven del incumplimiento de esta Ley. En estas instancias, la función de las asociaciones de consumidores y usuarios será estrictamente denunciante extrajudicial, su función se limitará a facilitar el acercamiento entre las partes”.

3.10. Derechos del proveedor

El Artículo 14 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario regula los derechos del proveedor: “Son derechos del proveedor, sin perjuicio de los contenidos en la Constitución Política de la República y en las demás leyes del país:

- a) Percibir las ganancias o utilidades que por sus actividades económicas apegadas a la ley, la ética y la moral les correspondan.



- b) Exigir al consumidor o usuario el cumplimiento de los contratos válidamente celebrados.
- c) El libre acceso a los órganos administrativos y judiciales para la solución de conflictos que surgieren entre proveedores y consumidores o usuarios.
- d) Los demás que establecen las leyes del país”.

3.11. Obligaciones de los proveedores

Las obligaciones de los proveedores se encuentran reguladas en el Artículo 15 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario: “Sin perjuicio de las contenidas en otras leyes, son obligaciones de los proveedores:

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



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



- k) Devolver el pago de lo indebido mediante procedimientos sencillos y ágiles cuando alguna persona creyéndose deudora emita pago a su favor.
- l) Entregar al consumidor o usuario los productos según las especificaciones que se le ofrecen por medio de la publicidad.
- m) Probarle al consumidor y/o usuario, antes de su entrega, los productos que por su naturaleza sean susceptibles de ello, tales como los mecánicos, eléctricos, electrónicos u otros.
- n) Mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, medidas, registradoras, básculas y los demás instrumentos de peso, que se utilicen en el negocio.
- ñ) Incorporar en listados, rótulos, letreros, etiquetas o envases, el precio de los bienes o servicios que se ofrecen al público, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado -IVA-.
- o) Respetar las especificaciones de los productos, así como las ofertas, promociones y liquidaciones hechas sobre los mismos, cumpliendo exactamente con los términos contractuales.
- p) 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.

- q) 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.
- r) Responsabilizarse por los productos cuyo uso resulte peligroso para la salud o integridad física de los consumidores, si éste no se comercializa bajo las prevenciones que correspondan tanto en su manejo como en su administración.
- s) Responsabilizarse porque, al introducir un bien en el mercado del cual se tenga conocimiento de existencia de peligro o riesgo, se comunique e informe al público sobre la existencia de dichos peligros o riesgos en el uso o consumo del mismo, especialmente para la salud.
- t) Resarcir al consumidor y/o usuario de acuerdo a las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasione debido al incumplimiento de lo convenido con él, de las disposiciones de la presente Ley o de otras vigentes del país que sean aplicables.



- u) Respetar la dignidad de la persona humana no discriminando al consumidor usuario, negándose injustificada o arbitrariamente a proveer un bien o prestar un servicio.
- v) Atender los reclamos formulados por los consumidores o usuarios, sin condición alguna.
- w) Proporcionar la información que le sea requerida por la autoridad competente.
- x) Las demás contenidas en ésta y otras leyes del país que le sean aplicables”.

3.12. Prohibiciones a los proveedores

Las prohibiciones a los proveedores se encuentran reguladas en el Artículo 16 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente en Guatemala: "Sin perjuicio de las demás contenidas en otras leyes del país, se prohíbe a los proveedores:

- a) El cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicado. En todo caso, el consumidor tiene el derecho a pagar al proveedor el precio, tal y como se muestra en la información.
- b) La fijación de precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituye una unidad, cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio.



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

3.13. Reclamos de los consumidores y usuarios

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

3.14. Importancia

El Artículo 18 de la normativa anotada regula que: “Se considera básica la información relativa a las características de los bienes y productos, así como sus medidas, composición, peso, calidad, precio, instrucciones de uso y riesgos o peligros que



represente su consumo o uso, condiciones de pago y garantía, fecha de fabricación y vencimiento, consignadas en etiquetas, envolturas, envases y empaques, la cual deberá ser veraz, exacta, clara y visible, consignada en idioma español o a través de la simbología internacionalmente aceptada, en moneda nacional y con las unidades de medida que correspondan”.

Los establecimientos comerciales tienen que contar y además poner a disposición del consumidor, la información relacionada con los precios de los servicios y de los bienes que ofrecen.

De conformidad con el tipo de actividad, la información se tiene que colocar de forma que sea visible al público y además se tiene que expresar en la moneda nacional.

La publicidad de carácter engañosa es prohibida, o bien aquella que induzca al consumidor o al usuario a error a través de engaños, para defraudarlo en su patrimonio en perjuicio de un tercero o propio.

Si al público se le ofrecen bienes que cuenten con algún tipo de deficiencia o bien que sean utilizados de manera previa, precisa y notoria, lo cual se tiene que hacer constar en sus mismas envolturas, artículos o empaques, así como también en la factura o bien en el documento que acredita la transferencia de la propiedad del bien, señalando claramente las garantías de las cuales goza el bien o el producto relacionado.



La palabra garantía o bien cualquier leyenda equivalente, solamente se puede consignar en etiquetas, documentos y en propaganda, cuando se señale claramente en qué consiste, en su forma y en el lugar en el cual el consumidor o bien el usuario lo puede llevar a cabo.

En el momento en el cual el consumidor o el usuario adquiere la pertenencia de un bien nuevo, el proveedor tiene la obligación de extenderle un certificado de garantía de uso con los requisitos correspondientes. Tanto los importadores, como los fabricantes y los vendedores tienen que asegurar un servicio técnico apropiado.

En las ofertas, promociones o liquidaciones de temporadas de bienes y servicios, los proveedores tienen que indicar en su publicidad, el plazo o en su caso el número de unidades o el volumen de mercaderías a promocionar así como las condiciones del negocio ofrecido. Si no se indicare el plazo de duración se entenderá que la oferta, promoción y liquidación de temporada, durará hasta por lo menos un mes contado a partir de la difusión del último anuncio.

Cuando se trate de promociones cuyo incentivo consista en la posibilidad de participar en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o montos, la forma del concurso o sorteo, el número de premios indicando en qué consisten y el plazo en que se podrán reclamar. El anunciante está obligado a difundir los resultados de los concursos o sorteos inmediatamente después de efectuados por medios idóneos.



Si el proveedor que hubiere anunciado una oferta, promoción o liquidación no cumple con lo anunciado de conformidad con lo establecido en el artículo anterior, el consumidor o usuario podrá optar por una de las acciones siguientes:

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

Para la normalización, verificación, control, certificación de la calidad, metrología y el establecimiento científico de la prueba en la substanciación de los procedimientos a que hubiere lugar en el cumplimiento de esta Ley, se aplicarán las normas obligatorias emitidas por el Organismo Ejecutivo y con los reglamentos técnicos que hubieren emitido o emitan los ministerios de Estado para asegurar la calidad de los productos nacionales e importados, o para la protección de la salud y la vida de las personas, o para la prevención de prácticas que puedan inducir a error.



3.15. Créditos para el consumo

El Artículo 27 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente regula que: “En todo crédito para la adquisición de un bien o servicio, el proveedor deberá poner previamente a disposición del consumidor o usuario la siguiente información:

- a) El precio al contado de l bien o servicio de que se trate, indicando claramente la diferencia entre efectuar el pago al contado o al crédito; dando a conocer en caso de existir, los descuentos o bonificaciones o cualquier otro motivo por el cual exista diferencia entre el precio de venta al contado y a plazos.
- b) La tasa de interés o el procedimiento para establecerla y la tasa de interés moratoria en caso de incumplimiento o el procedimiento para establecerla, los cuales deberán quedar indicados en forma explícita.

De utilizar una tasa fija, se informará al consumidor o usuario el monto de los intereses a pagar en cada período. De utilizarse una tasa variable, se informará por anticipado sobre la regla de ajuste de la tasa, la cual no podrá depender de decisiones unilaterales del proveedor, sino de las variaciones que registre una tasa de interés representativa del costo del crédito al consumidor o usuario, la cual deberá ser fácilmente verificable por éste.

- c) El monto de cualquier pago adicional que sea procedente cobrar de conformidad con la ley o contrato respectivo.



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

Las operaciones tienen que constar en documentos, de los cuales se tiene que hacer entrega de una copia al consumidor o bien al usuario, la cual tiene que encontrarse debidamente firmada a través del proveedor.

3.16. Prestación de servicios

Los sujetos encargados de la prestación de servicio de cualquier orden, se encuentran bajo la obligación del respeto de los plazos, estipulaciones, condiciones, modalidades,



reservas y garantías, de conformidad a las que se han convenido, publicado y ofrecido los servicios.

Cuando el servicio consista en llevar a cabo reparaciones de bienes, entonces el proveedor tiene que especificar en la orden de trabajo que corresponda, el tiempo estimado para prestar el servicio, así como la descripción del bien a reparar. Antes de su entrega, el bien que se tiene que reparar, tiene que ser probado en presencia del usuario, antes de ser recibido.

El prestador de un servicio esta obligado a indicar por escrito el plazo por el cual garantiza el servicio o la reparación efectuada.

El consumidor o usuario puede reclamar al proveedor del servicio, los desperfectos o daños ocasionados por el servicio o la reparación defectuosa, debiendo acreditar la solicitud con la documentación respectiva, dentro del plazo estipulado en el contrato o, en su defecto, el establecido en la ley.

Se tienen por abandonados a favor del proveedor de los servicios, los bienes entregados para que se reparen, cuando no sean reclamados por el consumidor o usuario en el plazo de un año, salvo acuerdo en contrario o causas de fuerza mayor que imposibiliten al consumidor o usuario presentarse a retirar el bien, después de treinta días de no retirarse el bien, el proveedor podrá requerir el pago de la reparación, almacenaje y custodia del mismo previo a su retiro, pero la cantidad a cobrar por el



almacenaje y custodia, no podrá exceder el ciento por ciento del valor de la reparación, salvo bienes que por su naturaleza ameriten tratamiento especial.

3.17. Instrumentos y unidades de medición

El Artículo 36 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente regula que: “La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor queda facultada para intervenir en la verificación del buen funcionamiento de los instrumentos de medición de energía, combustibles, comunicaciones, agua potable o cualquier otro similar, debiendo establecer un sistema de verificación periódica sobre las lecturas efectuadas por las empresas prestadoras de servicios. Para el efecto, la Dirección deberá coordinar estas actividades con el ente nacional responsable de la metrología del país o del servicio de que se trate.

Las empresas prestatarias garantizarán a los usuarios o consumidores el control individual de los consumos. Las facturas o requerimientos de cobros, deberán ser entregadas al consumidor o usuario con no menos de 20 días calendario de anticipación a la fecha de su vencimiento utilizando los medios idóneos para su distribución y expresarán como mínimo el consumo real del consumidor o usuario, el detalle respectivo y la tarifa aplicada durante el período de facturación. Se prohíbe a las empresas prestadoras de servicios públicos realizar unilateralmente los cobros en base a promedios históricos de consumo”.



3.18. Facturación de consumo excesivo

El Artículo 37 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente en Guatemala regula que: “Cuando una empresa de servicio público, facture en un importe que exceda en un cincuenta por ciento el promedio de consumo efectivo del usuario en los doce meses inmediatos anteriores, se presume error en la facturación.

En tal caso el consumidor o usuario deberá abonar únicamente el valor de dicho consumo promedio, amparado por una resolución judicial cautelar solicitada por la Dirección a juez competente.

Para los efectos de ejercer este derecho el consumidor o usuario deberá presentar, en un plazo no mayor de 10 días después del vencimiento de la factura en cuestión, como mínimo las correspondientes a los cuatro meses inmediatos anteriores a la objetada.

En caso de que el proveedor demuestre fehacientemente que no hubo error en la medición, podrá cargar el saldo pendiente en el próximo cobro dando aviso anticipadamente al consumidor o usuario”.

El Artículo 38 de la citada norma regula lo siguiente:“En el caso que la empresa prestadora reclame el pago de una suma indebida al consumidor, la misma deberá indemnizarlo acreditando a favor de éste una cantidad idéntica a la reclamada



indebidamente, la que deberá hacerse efectiva a partir de la factura inmediata siguiente”.

3.19. La seguridad de los productos y servicios

Los productos cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la vida, la salud o integridad física de los consumidores o usuarios o de los animales, para la seguridad de sus bienes, el proveedor deberá incorporar en los mismos, o en instructivos anexos, las advertencias e indicaciones necesarias para que puedan ser utilizados con la mayor seguridad posible. En lo que se refiere a la prestación de servicios riesgosos, el proveedor deberá adoptar las medidas necesarias para que se realicen en adecuadas condiciones de seguridad, informando previamente al consumidor o usuario y a quienes puedan verse afectados por tales riesgos para que se tomen las medidas preventivas que correspondan.

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



usuarios, el proveedor responsable deberá indemnizar a los mismos en la forma legal que corresponda.

Todo productor, importador o distribuidor de productos alimenticios, bebidas, medicinas o productos que puedan incidir en la salud humana, deberá cumplir estrictamente con las normas contenidas en el Código de Salud, las regulaciones dictadas por las autoridades del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, respectivamente, así como todos aquellos reglamentos técnicos de aplicación obligatoria en todo el territorio nacional. La obligación de cumplir con dichas normas se aplica también a aquellos productos que han sido exportados, rechazados e internados nuevamente al país. Estos se tratarán como importaciones, para efecto de verificar su inocuidad.

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

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

En caso de constatarse que un bien de consumo adolece de un defecto que constituye un peligro o riesgo aun utilizándolo adecuadamente, el proveedor del mismo deberá



retirarlo del mercado o sustituirlo por otro a su costo. En todo caso, el proveedor deberá devolver al consumidor o usuario lo pagado por el producto, contra la presentación de éste en su respectivo envase cuando proceda y el documento que acredite la adquisición del mismo.

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

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

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

3.20. La protección contractual

El Artículo 47 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente regula lo siguiente: “Se entenderá por contrato de adhesión, aquel cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por una de las partes, sin que la otra pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar.



No producirán efecto alguno en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que:

- a) Otorguen a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato, salvo cuando esta facultad se conceda al consumidor o usuario en las modalidades de venta por correo, a domicilio, por muestrario o catalogo, usando medios audiovisuales u otras análogas y sin perjuicio de las excepciones que las leyes establecen.
- b) Establezcan incrementos de precio del bien o servicio por accesorios, financiamiento o recargos no previstos, salvo que dichos incrementos correspondan a prestaciones adicionales susceptibles de ser aceptadas o rechazadas en cada caso y estén consignadas por separado o forma específica.
- c) Hagan responsable al consumidor o usuario por los efectos de las deficiencias, omisiones o errores del bien o servicio cuando no le sean imputables.
- d) Contengan limitaciones de responsabilidad ante el consumidor o usuario, que puedan privar a éste de su derecho o resarcimiento por deficiencias que afecten la utilidad o finalidad esenciales del bien o servicio.
- e) Incluyan espacios en blanco que no hayan sido llenados o inutilizados antes que se suscriba el contrato.



- f) Impliquen renuncia o limitación de los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores y/o usuarios”.

El Artículo 48 de la citada norma preceptúa que: “Además de lo establecido en otras leyes los contratos de adhesión podrán constar en formularios ya impresos o reproducidos y deberán estar escritos en idioma español con tamaño de letra y caracteres legibles a simple vista. Las cláusulas en que no se cumplan dichos requisitos no producirán efecto alguno para el consumidor o usuario.

No deberá hacerse relación a textos o documentos que no se proporcionen al consumidor o usuario simultáneamente a su suscripción. Si el acuerdo de arbitraje ha sido incorporado a contratos mediante formularios, dichos contratos deberán incorporar en caracteres destacados, claros y precisos la siguiente advertencia: este contrato incluye acuerdo de arbitraje”.

Las cláusulas de los contratos de adhesión se interpretarán de acuerdo al contenido literal de las mismas; en caso de duda, deberán interpretarse en el sentido más favorable al consumidor o usuario.

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



El consumidor tendrá derecho a retractarse siempre, dentro de un plazo no mayor de cinco días hábiles contados a partir de la firma del contrato o desde la fecha en que éste se hubiere celebrado fuera del establecimiento comercial, especialmente por teléfono o en el domicilio del consumidor o usuario.

Si ejercita oportunamente este derecho, le serán restituidos los valores pagados por el consumidor o usuario, siempre que no hubiere hecho uso del bien o servicio.

Los proveedores en los contratos de adhesión deberán enviar copia del mismo a la Dirección para su aprobación y registro, cuando cumplan con las leyes del país en su normativa.

Al estar registrado el contrato de adhesión, los proveedores deberán hacer referencia a la resolución de su inscripción en dicha Dirección, en las cláusulas del contrato.

3.21. Atención y asistencia al consumidor

Se crea la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor como una dependencia del Ministerio de Economía, que goza de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio nacional, siendo el órgano responsable de la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, sin perjuicio de las funciones que competen a los tribunales de justicia.



El Artículo 54 de la normativa anotada regula que: “Son atribuciones de la

Dirección:

- a) Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.
- b) Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.
- c) Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor o usuario un mejor conocimiento de las características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.
- d) Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor y usuario.
- e) Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y usuario, así como prestar asesoría a consumidores, usuarios y proveedores.
- f) Promover y realizar investigaciones técnicas en las áreas de consumo de bienes y uso de servicios.



- g) Iniciar las actuaciones administrativas en caso de presunta infracción a las disposiciones de esta Ley, sus normas reglamentarias y resoluciones que en consecuencia se dicten, de oficio o por denuncia de quien invocare un interés particular o actuare en defensa del interés general de los consumidores y usuarios.
- h) Establecer procedimientos ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos de los que tenga conocimiento de conformidad con esta Ley.
- i) Celebrar convenios con proveedores, consumidores y/o usuarios y sus organizaciones para alcanzar los objetivos de esta Ley.
- j) Vigilar porque la oferta de productos y servicios se enmarque en los principios que rigen la economía de mercado.
- k) Velar por la observancia, por parte de los proveedores, en coordinación con los entes administrativos especializados, de las disposiciones legales relacionadas con reglamentos técnicos o normas de calidad, pesas y medidas para la actividad comercial o la salud de la persona humana, así como requerir de la autoridad competente se adopten las medidas correctivas necesarias, en su caso.
- l) Aplicar las sanciones administrativas establecidas en esta Ley, cuando corresponda y publicar los resultados.



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



- s) La dirección deberá llevar una memoria mensual sobre los procedimientos administrativos que se inicien ante ella, la cual deberá publicar mensualmente, con indicación de las partes involucradas.
- t) Registrar de oficio los contratos de adhesión.
- u) Las demás que le asigne esta ley”.

3.22. Jerarquía

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

Para ser director se requiere:

- a) Ser guatemalteco.
- b) Estar en el goce de sus derechos ciudadanos.
- c) Ser persona de reconocida honorabilidad, probidad y experiencia.



- d) Ser abogado y notario o profesional de las Ciencias Económicas, colegiado activo.

El director será nombrado por el Ministro de Economía.

El director podrá ser removido por el Ministro de Economía, fundamentado en las causales siguientes:

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

Son atribuciones del Director:

- a) Planificar, organizar, controlar, dirigir e integrar los recursos físicos, humanos y financieros de la Dirección.



- b) Velar por el cumplimiento de la presente Ley y sus respectivos reglamentos.
- c) Presentar el proyecto de presupuesto anual de la Dirección, al Ministerio de Economía para su discusión y aprobación.
- d) Crear las secciones técnicas que se requieran para el buen funcionamiento de la dirección, señalándoles sus funciones.
- e) Promover la colaboración con otros organismos nacionales o internacionales u otros estados, en relación con las materias contenidas en la presente Ley y sus reglamentos.
- f) Diseñar las políticas de la dirección para la consecución de sus objetivos.
- g) Las demás que sean inherentes a su cargo.

La dirección tiene que contar con un subdirector. Para ser subdirector se requieren las mismas calidades del director y así mismo será nombrado por el Ministro de Economía.

En caso de ausencia o impedimento temporal del director, asumirá el cargo el subdirector.

Los consultores se incluyen en un listado o banco de datos de técnicos y profesionales en diferentes ámbitos jurídicos, sociales y económicos, que pueden ser consultados por



la dirección durante el procedimiento administrativo. Deben ser personas de reconocida honorabilidad, poseer conocimientos sobre las materias que regula la norma y tienen que estar en el goce de sus derechos civiles.

En sus actuaciones se desempeñaran con independencia de criterio, aplicando sus conocimientos y experiencia en lo que fueren requeridos, debiendo sujetarse a lo prescrito por la norma y devengarán para los casos que fueren nombrados conforme a los honorarios pactados.

La dirección tiene que contar con un cuerpo de asesores, jurídicos, técnicos y administrativos, quienes son nombrados por el director y desempeñan las funciones inherente a su cargo. Su función principal es la de asesorar a la dirección en el ámbito de su competencia.

3.23. Régimen económico y financiero

El Artículo 63 de la normativa anotada regula lo siguiente: “El patrimonio de la dirección se integra con:

- a) Los fondos que se le asignen anualmente en el Presupuesto General de Ingresos y Egresos de la Nación.
- b) Los aportes ordinarios y extraordinarios que reciba de entidades nacionales o internacionales.



- c) Los bienes de cualquier naturaleza que le sean transferidos por el Gobierno de la Republica 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 constituirán sus fondos privativos”.

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

La auditoria interna de la dirección se integra con un auditor interno el cual será nombrado por el director y el personal necesario para el adecuado cumplimiento de sus fines. El auditor interno debe poseer el titulo universitario de Contador Público y Auditor, ser colegiado activo y tener experiencia reconocida en la materia de por lo menos cinco años.

El Artículo 66 de la ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente regula: “La Dirección representará los intereses de los consumidores o usuarios, abogando por los



mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, tramites y gestiones que procedan en la protección al consumidor o usuario. Para hacer operativa la función de protección antes indicada, la Dirección deberá implementar los siguientes programas:

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



El Artículo 67 de la normativa anotada regula lo siguiente: “Para generar los conocimientos indispensables para la defensa del consumidor o usuario y para apoyar el programa de educación y orientación, se deberá cubrir con mayor énfasis las áreas siguientes:

- a) Derechos del consumidor o usuario.
- b) Publicidad engañosa.
- c) Operaciones de crédito.
- d) Obligaciones en la prestación de servicios.
- e) Garantías comerciales.
- f) Metodología de información.
- g) Advertencia en el uso o adquisición de bienes y servicios.
- h) Alimentos”.

3.24. Infracciones

Las infracciones consisten en toda acción u omisión por parte de proveedores y consumidores y usuarios u organizaciones de consumidores y usuarios que implique violación de normas jurídicas sustantivas en esta materia o el abuso del ejercicio de los derechos y obligaciones, además constituye infracción sancionable por la dirección, en la medida y con los alcances que en ella se establecen.

Los funcionarios y empleados de la dirección que en ejercicio de sus funciones tengan conocimiento de la comisión de un hecho que pueda ser constitutivo de delito, tienen



que denunciarlo inmediatamente a la autoridad competente, bajo pena de incurrir en responsabilidad.

El Artículo 70 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente regula que: “Sin perjuicio del derecho de defensa que tienen los proveedores o prestadores de bienes y servicios, de ejercitar su derecho de defensa a través de los procedimientos administrativos para la solución de conflictos que se regulan mas adelante, la dirección podrá imponer progresivamente las sanciones siguientes:

- a) Apercibimiento escrito, que formulará el funcionario o empleado debidamente autorizado por la Dirección, según lo establecido en esta Ley.
- b) Apercibimiento público, el cual se podrá publicar en los medios masivos de comunicación.
- c) Multas, las cuales serán calculados en Unidades de Multa Ajustables (UMAS). El valor de cada UMA será equivalente al salario mensual mínimo vigente para las actividades no agrícolas, siempre que no exceda del cien por ciento del valor del bien o servicio.
- d) Publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor en el diario de mayor circulación en el país. Para determinar la sanción de multa a imponer, la Dirección tomará en cuenta el tipo de infracción, el riesgo o daño causado, condición económica del infractor, perjuicio causado, intencionalidad,



reincidencia, su trascendencia a la población y el valor de los bienes y servicios objeto de la infracción.

La Dirección deberá sancionar con multa, a aquellos proveedores que incurran en las siguientes infracciones:

- a) Incurrir en alguna o algunas de las prohibiciones establecidas en la presente Ley.
- b) No cumplir con sus obligaciones.
- c) La omisión de proporcionar la información básica de los productos y servicios que se ofrecen a los consumidores y usuarios.
- d) No exhibir los precios de los bienes o servicios que se ofrecen al público.
- e) La omisión de la información cuando se expendan productos deficientes, usados, reparados u otros en cuya elaboración o fabricación se hayan utilizado partes o piezas usadas, a los consumidores o usuarios.
- f) Omitir la información complementaria que le sea requerida por la Dirección, siempre que no se viole la garantía del secreto profesional y cualquier información confidencial por disposición legal.



- g) Proporcionar información no susceptible de comprobación, o que induzca a error o engaño.
- h) Infringir las normas relativas a promociones de temporada o liquidaciones establecidas en la Ley.
- i) No informar previamente al consumidor o usuario sobre las condiciones en las que se le otorga un crédito.
- j) No advertir, ni proporcionar las indicaciones sobre el uso de productos potencialmente dañinos para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios o para la seguridad de sus bienes.
- k) Cuando, en el momento de tener conocimiento de que un producto sea dañino o peligroso para el consumo o uso, no informar al público y no retirarlo del mercado.
- l) No cumplir con la garantía extendida al consumidor o usuario.
- m) No proveer el libro de quejas que establece la Ley o el medio legalmente autorizado por la dirección.
- n) Impedir el acceso de los consumidores o usuarios que desean registrar sus reclamos, al medio legalmente autorizado o al libro de quejas sea por pérdida o



extravío, por deterioro o por estar agotados los folios respectivos. En ningún caso se puede negar al consumidor o usuario el derecho a inscribir sus reclamos.

- ñ) 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.
- o) Cobrar en exceso los intereses que se deban aplicar sobre saldos pendientes de créditos concedidos, o por exigir pagos por adelantado, sin la existencia de un pacto de anuencia por parte del consumidor o usuario.
- p) No registrar en la dirección los contratos de adhesión”.

3.25. Casos especiales

El Artículo 71 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario regula que: “Constituyen casos especiales de infracciones contra los derechos de los consumidores o usuarios, los siguientes hechos:

- a) Precio Superior: Quien cobre un precio superior al exhibido, informando o publicado, se le impondrá una multa.
- b) Fraccionamiento del precio: Quien fije precios fraccionados para los distintos elementos de un bien y servicio que constituye una unidad, cuando la finalidad es



el incremento del precio normal para dicho bien o servicio, se le impondrá una multa.

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- g) Publicidad: Por la utilización de publicidad engañosa por parte del proveedor, se le impondrá una multa.
- h) Garantía: No extender garantía de productos que vende el proveedor, de conformidad con lo establecido en la presente Ley o por no extenderla completa, se le impondrá una multa.



- 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.

- 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”.





CAPÍTULO IV

4. La Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario y sus repercusiones en los derechos sociales y económicos del consumidor y usuario guatemalteco

“Se encarga de la serie de teorías, principios, doctrinas y leyes con relación al tema relacionado con el derecho de los consumidores y usuarios”.¹⁴

Por mucho tiempo los intereses legítimos de consumidores o usuarios han sido puestos de manifiesto a través de una serie de cuerpos normativos especialmente de naturaleza internacional a través de la Organización de las Naciones Unidas, por un lado, y por el otro, en la Organización Mundial del Comercio por otra.

Es así como se ha logrado una especialización en sectores de los intereses que son propios a consumidores, usuarios, y en el caso también de los proveedores de bienes y de servicios.

4.1. Importancia

Lo importante de resaltar es el hecho de que antes de la vigencia de la ley de protección al consumidor y usuario, los cuerpos normativos que protegían de alguna manera los derechos de los consumidores y usuarios, eran a través de las normas que se encuentran contenidas en el Código Civil y en el Código de Comercio, fue sino hasta

¹⁴ **Ibid.**



en la actualidad, con la vigencia de la ley de protección al consumidor y usuario que la sociedad guatemalteca cuenta con un cuerpo normativo que directamente regula los derechos y obligaciones tanto de consumidores, usuarios, como de proveedores de bienes o servicios.

4.2. Derechos básicos

Esta ley responde fundamentalmente a las normas y mandatos de las directrices aprobados por ONU. En 1985, la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó las directrices de la ONU para la protección al consumidor, ocasión en la que se logró el reconocimiento internacional de los siguientes derechos:

Los siete derechos básicos del consumidor:

- Derecho a la información. La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y, en general, toda la información de los productos y servicios que le ofrezcan debe ser oportuna, completa, clara y verdadera, para que pueda elegir sabiendo qué está comprando.
- Derecho a la educación. Usted puede y debe recibir educación en materia de consumo, conocer sus derechos y saber de qué forma lo protege la ley, así como organizarse con otros consumidores para tomar cursos o talleres que le enseñen a consumir de manera inteligente.



- Derecho a elegir. Usted puede escoger los productos y servicios que más le convengan sin que nadie lo presione, le condicione la venta de lo que quiere a cambio de comprar algo que no desea, o le exija pagos o anticipos antes de haber firmado un contrato.

- Derecho a la seguridad y calidad. Los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado deben cumplir con normas y disposiciones en materia de seguridad y calidad, asimismo, los instructivos deben incluir las advertencias necesarias y explicar claramente el uso recomendado de los productos.

- Derecho a no ser discriminado. Si usted decide adquirir un producto o acceder a un servicio, nadie puede discriminarlo por tener alguna discapacidad, ni tampoco por un sexo, raza, religión, condición económica, nacionalidad o cualquier otro motivo.

- Derecho a la compensación. Cuando los proveedores de bienes y servicios no cumplan con lo prometido, usted tiene derecho a que se le compense, ya sea devolviéndole su dinero, reduciendo el precio del producto, reparándolo sin costo alguno o lo que proceda según el caso.

- Derecho a la protección. Si los proveedores no respetan sus derechos, usted puede ser defendido por las autoridades y exigir la aplicación de la ley. También tiene derecho a organizarse con otros consumidores para defender intereses comunes.



El Artículo 4 de la Ley en referencia, regula los derechos de los consumidores y usuarios y al respecto dice:

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

- a. La protección a su vida, salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios,
- b. La libertad de elección del bien o servicio.
- c. La libertad de contratación.
- d. La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios, indicando además, si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre sus precios, características, calidades, contenido y riesgo que eventualmente pudieran presentar.
- e. La reparación, indemnización, devolución de dinero o cambio del bien por incumplimiento de lo convenido en la transacción y las disposiciones de esta y otras leyes o por vicios ocultos que sean responsabilidad del proveedor.



- f. La responsabilidad 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 de que se haya pagado en exceso, cuando la calidad o cantidad sea inferior a la indicada.
- g. La sostenibilidad de precios con el que se oferte, promocióne, publicite o marque el producto en el establecimiento comercial respectivo.
- h. La devolución al proveedor de aquellos bienes que éste le haya enviado sin su requerimiento previo. En este caso, el consumidor o usuario no está obligado a asumir responsabilidad ni a efectuar pago alguno, salvo si se comprueba que el consumidor o usuario ha aceptado expresamente el envío o entrega del bien o lo ha utilizado o consumido.
- i. Recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones.
- j. Utilizar el libro de quejas o el de medidas legalmente autorizado por la dirección de atención y asistencia al consumidor, para registro de su disconformidad con respecto a un bien adquirido o un servicio contratado.
- b). La protección a consumidores y usuarios

La protección a los consumidores o usuarios, tiene que ser la razón de ser de la creación de la ley en análisis. Es por ello, que normalmente los fundamentos por los



cuales se basó el legislador para crear una norma, se encuentran contenidos en los considerandos de la misma, y es así como que dentro de este análisis, se encuentran los siguientes:

Que el Artículo 119 literal i) de la Constitución Política de la República de Guatemala, establece la defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizar su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.

4.3. Generalidades

Que Guatemala, adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices para la protección del consumidor aprobadas por la asamblea general de la organización de naciones unidas, mediante resolución número 39/248 del nueve de abril de mil novecientos ochenta y cinco, 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. Que el régimen económico y social de la República de Guatemala se funda en principios de justicia social, y que es obligación del Estado promover el desarrollo económico de la nación, velando por la elevación del nivel de vida de todos los habitantes del país y procurando el bienestar de la familia”.

Entonces, la Ley de protección al Consumidor y Usuario, como lo indica su normativa, en el Artículo 1, tiene por objeto promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos



aplicables en dicha materia. Las normas de esta ley son tutelares de los consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público.

c). La función y objetivo de los empresarios y proveedores

La Ley en referencia, regula como proveedor, a la persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera que en nombre propio o por cuenta ajena, con o sin ánimo de lucro, realice actividades de producción, fabricación, transformación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores o usuarios en el territorio nacional y por las que cobre precio o tarifa.

d). La procuraduría de los derechos humanos y su funcionamiento, en cuanto a la legitimidad

Se refiere a un organismo que pertenece al Ejecutivo, y que se designa por vía del legislativo, y a juicio de quien escribe, goza de legitimidad toda vez, que se encuentra constituido para la defensa de los derechos,

Por un lado, cabe señalar que esta institución coadyuva con la DIACO a la conformación de las denuncias y trámite y consecuentemente una sanción de las mismas, en el caso de la Procuraduría de los Derechos Humanos, con una sanción moral y de seguimiento para la verdadera sanción tal como lo regula la ley en análisis.



- e). El ministerio de economía y la conversión de la DIACO a procuraduría de la defensa del consumidor y usuario

Como se ha evidenciado la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y Usuario forma parte del Ministerio de Economía y es el ente administrativo encargado de conformidad con la Ley de Protección al Consumidor y usuario, de las siguientes atribuciones:

- a. Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos y los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.
- b. Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.
- c. Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor o usuario un mejor conocimiento de las características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.
- d. Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor y usuario.
- e. Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y usuario, así como prestar asesoría a consumidores, usuarios y proveedores.
- f. Promover y realizar investigaciones técnicas en las áreas de consumo de bienes y uso de servicios.
- g. Iniciar las actuaciones administrativas en caso de presunta infracción a las disposiciones de esta ley, sus normas reglamentarias y resoluciones que en



consecuencia se dicten, de oficio o por denuncia de quien invocare un interés particular o actuare en defensa del interés general de los consumidores y usuarios.

- h. Establecer procedimientos ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos de los que tenga conocimiento de conformidad con esta ley.
- i. Celebrar convenios con proveedores, consumidores y/o usuarios y sus organizaciones para alcanzar los objetivos de esta ley.
- j. Vigilar porque la oferta de producto y servicios se enmarque en los principios que rigen la economía de mercado.
- k. Velar por la observancia, por parte de los proveedores, en coordinación con los entes administrativos especializados, de las disposiciones legales relacionados con reglamentos técnicos o normas de calidad, pesas y medidas para la actividad comercial o la salud de la persona humana, así como requerir de la autoridad competente se adopten las medidas correctivas necesarias en su caso.
- l. Aplicar las sanciones administrativas establecidas en esta ley, cuando corresponda y publicar los resultados.
- m. Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores o usuarios, proporcionándoles capacitación y asesoramiento.
- 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. Presentar los intereses de los consumidores o usuarios abonando, por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites, gestiones que procedan.
- q. Dictar medidas administrativas en los casos que se presuma errores de consumidor o usuario.
- r. Establecer dependencias para deferentes áreas del país que la Dirección determine, atendiendo a su ubicación geográfica y de acuerdo a sus posibilidades presupuestarias.
- s. Registrar los contratos de adhesión cuando exista requerimiento de los proveedores y se llenen los requisitos legales.
- t. La dirección deberá llevar una memoria mensual sobre los procedimientos administrativos que se inicien ante ella, la cual deberá publicar mensualmente con indicación de las partes involucradas.
- u. Registrar de oficio los contratos de adhesión
- v. Las demás que le asigne esta ley.

4.4. Función de la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario y sus repercusiones sociales y económicas

Como se observa se señalan una serie de atribuciones que debe cumplir la DIACO y todas van encaminadas a brindar una protección jurídica preferente al consumidor o usuario.



f). El objetivo, fines y funcionamiento de la Procuraduría de la Defensa del Consumidor y Usuario

Con fecha noviembre del año dos mil seis, paso a la Comisión respectiva del Congreso de la República, el proyecto de ley para la creación de la procuraduría de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios, y dentro de esta normativa, en el Artículo 86 se regula:

- Un procurador
- Un sub procurador de servicios
- Un sub procurador de verificación y vigilancia
- Un sub procurador de asuntos jurídicos
- Un sub procurador de promoción y educación de los derechos del consumidor
- Sección encargada de la persecución de los delitos cometidos en contra de los consumidores y usuarios.
- Dirección general de:
 - Plantación
 - Educación y divulgación
 - Administración
 - Comunicación social
 - Delegaciones
 - Quejas y conciliación
 - Contratos de adhesión, registros y autofinanciamiento
 - Procedimientos



- Verificación y combustibles
- Estudios sobre consumo
- Difusión
- Organización de consumidores
- Programación, organización y presupuesto
- Recursos materiales y servicios generales



CONCLUSIONES

1. El análisis del contenido de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, determina claramente la forma en que se protege a los consumidores y usuarios en Guatemala, y señala la función de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y Usuario; y su efectividad al brindar una debida atención.
2. La determinación del funcionamiento de la Procuraduría de los Derechos Humanos y el criterio de los funcionarios en lo relacionado a la conversión de la DIACO a Procuraduría del Consumidor y Usuario, garantiza una adecuada atención al público.
3. El estudio de las legislaciones comparadas, en lo relacionado a la Procuraduría de Defensa y Atención al Consumidor y Usuario determina mejoras en los diversos servicios que se prestan en el país, y poder atender adecuadamente al público; ofreciendo demandas y ofertas en beneficio del consumidor guatemalteco.
4. La función de la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario y sus repercusiones en los derechos sociales y económicos del consumidor y usuario es primordial, ya que mediante dichas funciones llevadas a cabo se cuenta con una debida oferta y demanda al público; para que obtenga productos en buen estado y a un bajo costo de producción.



5. El planteamiento de bases determinantes de reformas a la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente en Guatemala, es fundamental para el mejoramiento de la situación de los consumidores y usuarios; en beneficio de un verdadero régimen de protección a la economía del país para la existencia de un bienestar social.



RECOMENDACIONES

1. El Registro Mercantil tiene que analizar el contenido de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, mediante la DIACO, y así proteger a los consumidores y usuarios guatemaltecos, señalando a su vez la función que realiza la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y Usuario; así como su efectividad al proporcionar atención al público para que exista protección en los productos.
2. La Procuraduría de los Derechos Humanos tiene que determinar cómo se brindará protección por parte del Ministerio de Economía a los consumidores y usuarios, así como también los criterios de los funcionarios en lo relativo a la conversión de la DIACO a Procuraduría del Consumidor y Usuario; para la existencia de una debida atención al consumidor mediante su fiscalización.
3. Los agentes de comercio y los consumidores deben establecer, mediante el estudio de las distintas legislaciones comparadas en lo relativo a la Procuraduría de Defensa y Atención al Consumidor y Usuario, mejoras en lo relacionado a los distintos servicios a prestar en Guatemala y así poder atender debidamente al público; ofreciendo demandas y ofertas en beneficio de los consumidores a través de ofertas al público.
4. El Gobierno guatemalteco, con el apoyo de los comerciantes, tiene que establecer la función de la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario, así como también sus repercusiones en los derechos sociales y económicos del



consumidor y usuario, para contar con una oferta y demanda en beneficio de los mismos; para que puedan obtener productos en un adecuado estado y a un bajo costo productivo a través de bajos costos en el mercado.

5. La Cámara de Radiodifusión de Guatemala, debe señalar a través de la radio y la prensa, reformas a la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en el país, ya que son fundamentales para mejorar la situación actual de los consumidores y usuarios; porque es primordial la existencia de diversas ofertas al público.



BIBLIOGRAFÍA

AYAU CORDÓN, Manuel. **El proceso económico**. México, D.F.: Ed. Diana, 1994.

BECHARIES, Bernard. **La elección del consumidor: racionalidad y realidad del comportamiento del consumidor**. España, Madrid: 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.

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

DE LA VEGA GARCÍA, Francisco. **Responsabilidad civil derivada del producto defectuoso**. Barcelona, España: Ed. Veron, 2000.

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

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

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

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

MARX, Calos. **Economía política**. Barcelona, España: (s.e.), 1996.

MORALES RUIZ, Juan Carlos. **El consumidor**. Guatemala: Ed. Mayte, 2004.



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

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

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

Legislación:

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

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

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

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

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

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