

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICA Y SOCIALES



**ANÁLISIS JURÍDICO DEL DERECHO  
DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR  
EN GUATEMALA Y LA FUNCIÓN  
DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN  
Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR  
EN SU APLICACIÓN**

**CARLOS RUBEN BROY ROSELL**

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2009

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICA Y SOCIALES

**ANÁLISIS JURÍDICO DEL DERECHO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR  
EN GUATEMALA Y LA FUNCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN  
Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR EN SU APLICACIÓN**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

**CARLOS RUBÉN BROY ROSELL**

Previo a conferirle el Grado Académico de

**LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

Y los títulos profesionales de

**ABOGADO Y NOTARIO**

Guatemala, noviembre de 2009

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



DECANO: Lic. Bonerge Amilcar Mejia Orellana  
VOCAL I: Lic. Cesar Landelino Franco López  
VOCAL II: Lic. Gustavo Bonilla  
VOCAL III: Lic. Erick Rolando Huitz Enriquez  
VOCAL IV: Br. Marco Vinicio Villatoro López  
VOCAL V: Br. Gabriela Maria Santizo Mazariegos  
SECRETARIO: Lic. Avidán Ortiz Orellana

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ  
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

**Primera Fase:**

PRESIDENTE: Lic. Artemio Rodolfo Tanchez Mérida  
SECRETARIO: Licda. Marisol Morales Chew  
VOCAL: Lic. Julio Roberto Echeverría Vallejo

**Segunda Fase:**

PRESIDENTE: Lic. Homero López Pérez  
SECRETARIO: Lic. Fernando Girón Casiano  
VOCAL: Lic. Crista Ruiz de Juárez

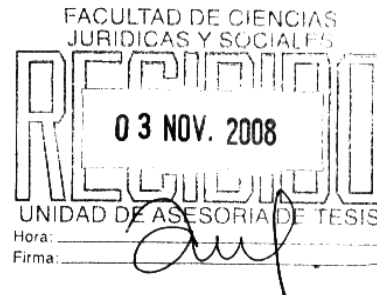
**NOTA:** “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis” (Artículo 43 del normativo para la elaboración de tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y el Examen General Público)

**Licenciado Manuel Mauricio Coronado Girón**  
**Abogado y Notario**



Guatemala, 3 de noviembre de 2008

Licenciado  
**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



Licenciado Castro:

Respetuosamente me dirijo a usted, con el propósito de hacer de su conocimiento que en cumplimiento al nombramiento de asesor, que me fue conferido, en el que se encuentra contenido en la resolución de fecha diecinueve de febrero del año dos mil ocho de la Unidad de Tesis, de la facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Procedí a asesorar el trabajo del Bachiller Carlos Ruben Broy Rosell, que intitulo ANÁLISIS JURÍDICO DEL DERECHO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN GUATEMALA Y LA FUNCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR EN SU APLICACIÓN.

Derivado de la asesoría realizada en el trabajo de tesis, considero oportuno informarle, que el tema propuesto, es una contribución al ordenamiento jurídico de nuestro país, y que se utilizó el método de investigación científico deductivo, y por ende constituyendo un aporte teórico y técnico sobre el tema de Protección al Consumidor en la República de Guatemala, y expone en su trabajo una redacción muy clara y objetiva del tema en relación, por lo que considero es una contribución científica, para el estudio sobre este tema.

Las conclusiones y recomendaciones efectuadas en el trabajo de tesis relacionado, en mi opinión son puntuales y se derivan del análisis realizado, considero son de gran ayuda para poder mejorar la institución del derecho de protección del consumidor, ya que en la República de Guatemala es necesario mejorar la institución que actualmente defiende los derechos del consumidor para garantizar que no sean violadas sus garantías, así como mejorar los mecanismos de defensa jurídica que actualmente están regulados en la legislación jurídica positiva existente en la República de Guatemala.

La bibliografía utilizada en el presente trabajo de tesis, según mi análisis es acorde al tema relacionado, por lo que este trabajo se encuentra bien sustentado, ya que la misma cuenta con una muy selecta bibliografía, por lo que con base en lo anteriormente citado pruebo el trabajo de investigación.

En tal virtud en mi calidad de Asesor de tesis y en cumplimiento a lo preceptuado en el Artículo 32 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias



Jurídicas y Sociales y del Examen General Publico; Por lo que emito Dictamen Favorable para que el trabajo de tesis pueda continuar con el trámite respectivo.

Sin otro particular, me suscribo

Atentamente,

**Lic. Manuel Mauricio Coronado Girón**  
**Abogado y Notario**  
**37 avenida 5-56 zona 4 de Mixco**  
**Bosques de San Nicolás**  
**Teléfono 57296029, 51981168**  
**Colegiado 7,280**

*Manuel Mauricio Coronado Girón*  
**ABOGADO Y NOTARIO**

UNIVERSIDAD DE SAN  
CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS  
JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, Zona 12  
GUATEMALA, C. A.



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

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) RAFAEL TOL MACARIO, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante CARLOS RUBÉN BROY ROSELL, Intitulado: "ANÁLISIS JURÍDICO DEL DERECHO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN GUATEMALA Y LA FUNCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR EN SU APLICACIÓN".

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





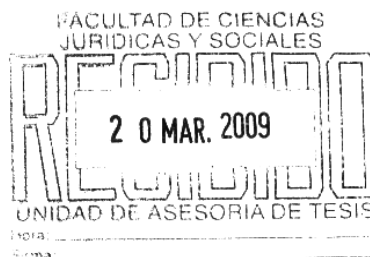
OFICINA JURÍDICA

Licenciado *Rafael Tol Macario*



Guatemala, 20 de marzo de 2009

Licenciado  
**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



Licenciado **Castro:**

Respetuosamente me dirijo a usted, con el propósito de hacer de su conocimiento, que en cumplimiento al nombramiento de revisor, que me fue conferido, el que se encuentra contenido en la resolución de fecha veintiséis de noviembre de dos mil nueve de la Unidad de Tesis, de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, procedí a revisar el trabajo de tesis, elaborado por el Bachiller CARLOS RUBEN BROY ROSELL, que intituló ANÁLISIS JURÍDICO DEL DERECHO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN GUATEMALA Y LA FUNCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR EN SU APLICACIÓN.

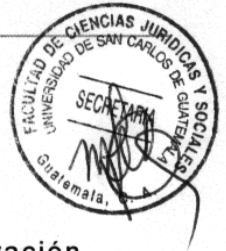
Derivado de la revisión en referencia, considero oportuno informarle, que el tema propuesto está enfocado de tal manera, que permite observar la riqueza en la ilustración tanto en los temas desarrollados, como el aporte oportuno, que el Bachiller BROY ROSELL ha señalado hacia la protección que deben tener los consumidores, a través del análisis de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario; así como de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, de cuyo resultado efectúa recomendaciones, producto de cierta debilidad que el ponente detectó al finalizar su trabajo de investigación.

De las recomendaciones en referencia, se observó que el bachiller con suma certeza, hace vislumbrar, dentro de otras, el hecho que se promueva la creación de la Procuraduría de los derechos del consumidor, dotada de autonomía funcional y operativa y, al estar establecida, que la Diaco pase a formar parte de dicha institución, siendo esta la contribución fundamental que a criterio del suscrito constituye el aporte científico, el que definitivamente ha acertado derivado de la metodología utilizada a lo largo de su investigación, la





OFICINA JURÍDICA



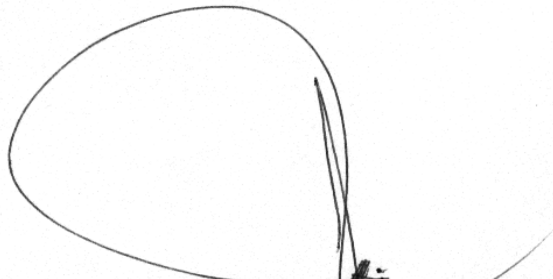
Licenciado *Rafael Tol Macario*

que fue eminentemente descriptiva, por medio de la observación documental, análisis de contenido, análisis de fuentes de datos, de interpretación y método de investigación científico deductivo, entre otros.

De igual forma es menester señalar que el Bachiller CARLOS RUBEN BROY ROSELL, atendió las recomendaciones que efectué sobre el trabajo de tesis planteado, circunstancia que me hace concluir, que a mi consideración, el mismo reúne los requisitos legales que exige nuestra Universidad, principalmente lo preceptuado en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público; por lo que emito dictamen favorable para que el trabajo de tesis pueda continuar con el trámite y ser discutido en su examen público de tesis.

Sin más sobre el particular me suscribo de usted,

Deferentemente,



Licenciado  
*Rafael Tol Macario*  
Abogado y Notario

Colegiado 7192



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, siete de octubre del año dos mil nueve.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante CARLOS RUBEN BROY ROSELL. Titulado ANÁLISIS JURÍDICO DEL DERECHO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN GUATEMALA Y LA FUNCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR EN SU APLICACIÓN. 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/sllh







## DEDICATORIA:

- A MI PADRE JEHOVA:** Por darme la vida, el valor, la sabiduría, el amor, la ilusión y la esperanza de una vida mejor.
- A LA IGLESIA ADVENTISTA:** Por forjarme en mi creencia espiritual.
- A MI MADRE:** Adela Rosell Cerón, por ser el ángel que Dios encomendó para que guiara mis pasos con amor, paciencia y sabiduría en este mundo terrenal.
- A MI PADRE:** Carlos Rudy Broy Aguilar, por su amor y apoyo incondicional que siempre me brinda.
- A ALVARO MARTINEZ:** Por su amistad y cariño.
- A MI ESPOSA:** María Lily Pineda Barrera de Broy, por ser el amor de mi vida y compañera ideal que Dios puso en mi camino.
- A MIS HERMANAS:** Rosibel, Ilsen, Brenda y Karla por su ejemplo, deseo de superación y por sobre todo el amor que me han brindado.
- A MIS CUÑADOS:** César Yes, Miguel Tzoc, Walter Dardón, Christian Pineda, Alan Pineda, Nancy Méndez, Angie Sanchez, Nery Castillo con especial cariño.
- A MIS SOBRINOS:** Evelyn, Christian, Daniela, Emily, Alex, Steven, Christy, Katherine, Daniel, Gabriela, por ser la luz de inocencia que me hace ser mejor cada día.
- A MI SUEGRA:** Lily de Pineda, por su cariño.
- A MIS ABUELOS:** Carlos Broy, Federico Santos, Rosa Cordón, Evangelina Cerón, Guillermina Aguilar, por haber sido ejemplos de lucha, amor y bondad.
- A MIS TIOS:** Nidia Broy, Maritza Carranza, Flor Mckoy, Marta Julia Diaz, Carlos Martinez y Noemí Martinez, por estar siempre dispuestos a ayudarme en lo que he necesitado.
- A MIS PRIMOS:** Wendy Vega, Renato Carranza, Ally Mckoy, Samantha Mckoy, Abby Mckoy, con cariño.



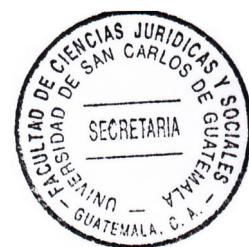
**A MIS AMIGOS:**

Orlando Enrique Menéndez, Byron Recinos, Mauricio Coronado, Mario Pinzón, Francisco Estrada, José Ramirez, Jaime Flores, Juan Gabriel Flores, Rafael Tol, Emerson De León, Juan de Dios, Cristian Tan, Gabino Cúa, porque en el camino de la vida siempre nos hemos apoyado y con la ayuda de Dios continuar ayudándonos.

**A:** Universidad de San Carlos de Guatemala, por darme la oportunidad de ser un profesional.

**A:** Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser la forjadora de mi futuro.

**A:** Centro de Desarrollo Integral de la Familia, por darme la oportunidad de conocer la realidad social de mi nación.



## ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	i

### CAPÍTULO I

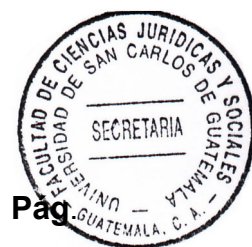
1. El consumidor.....	1
1.1 Concepto de consumidor.....	1
1.2 El acto de consumo.....	4
1.3 El consumidor jurídico y el consumidor material.....	6
1.4 Elementos de la relación del consumo.....	8
1.5 Concepto derechos del consumidor.....	12
1.6 Naturaleza jurídica.....	12
1.7 Derecho a la libre competencia.....	14
1.8 Relación del derecho civil y el derecho del consumidor.....	14
1.9 La responsabilidad civil del productor de bienes y servicios.....	15
1.10 El estado y los derechos del consumidor.....	17

### CAPÍTULO II

2. Antecedentes de los derechos del consumidor y órganos internacionales que los protegen.....	23
2.1 La carta europea de protección a los consumidores.....	27
2.2 El programa preliminar y las directivas de la comunidad económica Europea.....	29
2.3 Órganos internacionales para la defensa del consumidor.....	32

### CAPÍTULO III

3. Los derechos del consumidor en el derecho comparado.....	35
3.1 Derechos de los consumidores en el derecho francés.....	36



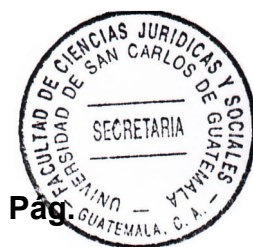
	Pág
3.2 Código de defensa de los consumidores brasileño.....	37
3.3 El derecho español.....	38
3.4 Derechos de los consumidores en Alemania.....	39
3.5 Derechos del consumidor en Italia.....	40
3.6 Sistema económico cubano.....	41
3.7 Derechos del consumidor en Costa Rica.....	42

#### **CAPÍTULO IV**

4. La protección a los derechos del consumidor en Guatemala.....	45
4.1 Leyes de protección al consumidor.....	48
4.2 Dirección de atención y asistencia al consumidor.....	50
4.3 Política pública de protección al consumidor y usuario.....	51
4.4 Objetivos de la dirección de atención y asistencia al consumidor.....	52
4.5 Departamentos que conforman la diaco.....	53

#### **CAPÍTULO V**

5. Derechos y obligaciones de consumidores y usuarios.....	59
5.1 Derechos de consumidores y usuarios.....	59
5.2 Obligaciones de los consumidores y usuarios.....	63
5.3 Derechos, obligaciones y prohibiciones de los proveedores.....	64
5.4 Derecho de retracto.....	68
5.5 Situación actual de la diaco.....	69
5.6 Procedimientos administrativos para la solución de conflictos ante la Dirección de atención y asistencia al consumidor.....	70
5.7 Infracciones y sanciones contenidas en la ley de protección al Consumidor y usuario.....	73
5.8 Defensoría del consumidor.....	77



Pág.

## CAPÍTULO VI

6.	Análisis jurídico del derecho de protección al consumidor en Guatemala.....	83
6.1	La constitución política de la república de Guatemala.....	83
6.2	Código de Comercio de Guatemala.....	84
6.3	Ley de Propiedad Industrial.....	84
6.4	Código Civil.....	85
6.5	Código de Salud.....	87
6.6	Ley de creación de la comisión guatemalteca de normas.....	88
6.7	Código Penal.....	89
6.8	Ley de protección al consumidor y usuario.....	90
	CONCLUSIONES.....	93
	RECOMENDACIONES.....	95
	BIBLIOGRAFÍA.....	97







## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se justifica en la constante violación al derecho de los Consumidores en los distintos actos jurídicos que se realizan entre proveedores y consumidores y usuarios dentro del territorio nacional.

Derivado de la constante violación a estos derechos, en Guatemala se crea la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), institución encargada de velar por el cumplimiento de la ley de Protección al Consumidor y Usuario, cuyo objeto principal es 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.

Por lo anterior, en el presente trabajo se determinará si es eficaz la función que de conformidad con la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, ejerce la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), en los actos jurídicos que se realizan entre consumidores y usuarios en la sociedad guatemalteca.

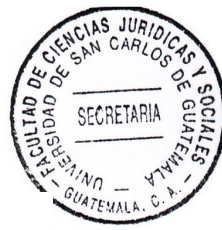
La presente investigación busca establecer el grado de conocimiento público sobre la existencia de la DIACO, su función y naturaleza jurídica, y el marco jurídico que le permite actuar, con la finalidad de establecer la eficacia de su función en protección a los derechos de todos los consumidores.

Adicionalmente, se detallará el procedimiento y mecanismos que la DIACO utiliza para hacer del conocimiento público, su existencia y objetivos. Por lo anterior, se ha estructurado la presente tesis dividiéndola en siete capítulos; en el primero de ellos se



analiza al consumidor, elementos de la relación de consumo, derechos del consumidor, en el segundo capítulo se desarrolla el tema de antecedentes de los derechos de los consumidores y organizaciones internacionales que los protegen; el en tercer capítulo se trata el tema de los derechos del consumidor en el derecho comparado; el capítulo cuatro analiza los antecedentes de la protección de los derechos del consumidor en Guatemala, describe la organización administrativa de la dirección de atención y asistencia al consumidor y usuario, su visión, misión, política de protección al consumidor y sus objetivos; de esa cuenta, en el capítulo quinto, se hace un análisis de los derechos y obligaciones de los consumidores y usuarios establecidos en la ley de protección al consumidor y usuario; para finalizar el capítulo siete hace un análisis jurídico del derecho del consumidor en el ordenamiento jurídico vigente en Guatemala.

La metodología utilizada en el presente trabajo de tesis fue la investigación descriptiva por medio de la observación documental: análisis de contenido, análisis secundario de fuentes de datos, análisis e interpretación; la investigación histórica: investigación de fuentes primarias y secundarias y el método de investigación científica deductivo.



## CAPÍTULO I

### 1. El consumidor

Para entender al consumidor es necesario que se estudie su concepto, derechos, obligaciones y su participación en el consumo.

#### 1. 1 Concepto de consumidor

La persona física protegida por su condición, es aquella que necesita equilibrar la relación comercial que se establece entre quien vende y el que adquiere.

Tal afirmación supera el concepto de comprador o adquirente imbuidos por el principio de igualdad de las partes y centra la propuesta en el objeto que entre las partes conciertan. Esto es con fundamento en la relación de consumo, que posiciona al consumidor en una situación de inferioridad (por necesidad, desconocimiento de los sistemas de producción y comercialización, de estructura de costos, etc.). Dicha situación lo lleva a confiar ciegamente en que lo que el fabricante o proveedor etc. le ofrece, es equivalente a lo que le vende en cuanto a calidad, confiabilidad.

El término consumidor procede de la ciencia económica, aunque hoy en día forma parte también del lenguaje jurídico. Para los economistas consumidores es un sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destinarlos a su propio uso o satisfacer sus propias necesidades, personales o familiares. Lo que pretende el consumidor es hacerse con el valor de uso de lo adquirido, no emplearlo en su trabajo para obtener otros bienes o servicios; en este sentido, el consumidor participa en la última fase del proceso económico. En cambio, el empresario, a diferencia de aquél, adquiere el bien por su valor de cambio, esto es, para incorporarlo transformado, a su proceso de producción o distribución, a fin de recuperar lo invertido más tarde y multiplicarlo; es decir, para obtener nuevos valores de cambio.



Hasta épocas recientes los intereses de los consumidores se confundían con el interés general de los ciudadanos. Las profundas transformaciones económicas y sociales que han tenido lugar en las últimas décadas han justificado numerosos intentos de preservar la posición del consumidor en el mercado, lo cual no significa que a lo largo de la historia el consumidor haya estado desprovisto de toda protección al tenerse en cuenta la condición débil de ciertas personas. Sin embargo, el derecho clásico se ha mostrado insuficiente para abordar la problemática que ha originado la llamada sociedad de consumo en donde el consumidor aparece como la parte débil de la contratación. Precisamente, el fenómeno novedoso de las últimas décadas ha sido la consolidación de la política de protección a los consumidores. El objeto de esta política consiste en ayudar a los consumidores a encontrar el papel que la teoría económica tradicional, les ha prestado sin duda, pero el medio socioeconómico real de la sociedad moderna les ha hecho perder. Dicha política buscará restablecer cierto equilibrio entre recursos y los poderes respectivos de los actores participantes del sistema; corrigiendo las lagunas o insuficiencias que afectan el buen funcionamiento del mercado. La tutela del consumidor actual tiene precisamente la misión de erradicar algunas disfunciones de la economía del mercado.

Según los tratadistas españoles Botana García y Ruiz Muñoz;<sup>1</sup> “el ámbito al que se puede extender la protección bien puede distinguirse en dos vertientes: La protección indirecta y la directa. La primera alcanza todo el quehacer de los poderes públicos y en especial a la ordenación del mercado interno, la libertad de competencia, regulación de los monopolios, la política de precios, el control de las importaciones y otros. Mientras que la protección directa se realiza mediante la atribución de derechos concretos a favor de la persona que consume o sea, el consumidor.”

---

<sup>1</sup> Botana García, Gema y Miguel Ruiz Muñoz, **Curso sobre protección jurídica del consumidor**, Ediciones Jurídicas, Madrid 1999.



No existe una única noción científico- Jurídica sobre consumidor, lo cual no significa que no exista relación entre las conceptualizaciones legales ya existentes, pues en todas de una manera u otra, subyace el mismo tipo de consumidor al que los ordenamientos jurídicos tratan de proteger. Sin embargo, el hecho de establecer un concepto legal tiene la ventaja de que, salvo que la ley disponga lo contrario; todas las personas incluidas en la noción legal podrán ejercitar los derechos que la ley les otorga, sin que resulte necesario examinar caso por caso, si la persona que pretende hacer valer esos derechos está en la situación típica de consumidor que tuvo presente el legislador.

El término consumidor es más amplio que el de comprador puesto que alguien puede adquirir un bien o servicio para satisfacer sus necesidades por otros medios diversos al del contrato de compra. Jurídicamente por consumidor se entiende a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de un servicio. Algunos tratadistas de la doctrina española lo definen como la persona natural o jurídica que adquiere los bienes o servicios para su uso individual o doméstico.

Básicamente existen dos nociones concretas de consumidor, una noción amplia que se refiere al consumidor como cliente y otra restrictiva que considera al llamado consumidor final. Por tal razón, el consumidor se ha convertido en un elemento de la economía más que una parte contratante de una operación jurídica clásica. Distinguiéndose dos tipos de consumidores, el intermediario y el final. Evidentemente la concepción de consumidor intermediario es más amplia por lo que en materia de defensa de los consumidores se adopta la restrictiva, conforme a la cual el consumo se aplica directamente a la satisfacción de las necesidades personales. Se entiende por consumidor final toda persona que utiliza los bienes adquiridos para satisfacer sus necesidades y aquellas de las personas bajo su cargo y no para revenderlas o transformarlas en el cuadro de su propia profesión. Pero el particular en su calidad de consumidor es también un cliente que utiliza servicios. En este caso el consumidor es usuario aunque no deja de ser consumidor.



Dentro de la noción de consumidor como cliente se incluye a cualquier persona que interviene en relaciones jurídicas situado en la posición de demanda en un vínculo convencional con el titular de la oferta. Es decir, que en esta noción de consumidor se comprendería a los clientes de una empresa, sin que sea relevante la finalidad perseguida por éstos al tomar parte en esa relación contractual. En este sentido, por tanto, será considerado consumidor cualquier comprador, arrendador, espectador, usuario, etc.

En este tipo de concepto quedarían englobados todos aquellos que contratan con un empresario para adquirir bienes o servicios, no interesando el destino que le otorguen a éstos. Protegiéndose en especial medida aquellos que se encuentran en una posición de mayor debilidad frente a la entidad y que, en la gran mayoría de las ocasiones, coincidirán con las del consumidor en sentido estricto.

Habiendo llegado hasta un concepto amplio de consumidor como sujeto del tráfico económico frente a la empresa organizada, empieza a perfilarse la idea de consumidor final de bienes y servicios para su uso privado, tanto como adquirente de bienes de consumo como usuario de servicios públicos y privados. La definición de consumidor final debe comprender todo usuario de un producto o de un servicio sin tener que considerar la naturaleza de la relación jurídica operada por el transferente del bien o de la prestación, ni de la existencia de la transacción. El criterio de uso privativo limita la cualidad de consumidor de forma general al no profesional que persigue la satisfacción de necesidades de carácter particular (personales, familiares, etcétera). Quedaría excluido el empresario, pero solo cuando actúe como tal.

## **1.2 El acto del consumo.**

Algunos autores sugieren como criterio de determinación del campo de análisis tendente a promover los intereses de los consumidores la noción de acto de consumo





más que la de consumidor. El acto de consumo podría definirse como el acto jurídico; generalmente un contrato, que permite obtener un bien o servicio con vistas a satisfacer una necesidad personal o familiar. A diferencia del comerciante que exige la habitualidad, un acto de consumo aislado sería suficiente para calificar de consumidor al que lo realiza.

Este acto jurídico permite al consumidor entrar en posesión de un bien o disfrutar de un servicio. Se caracteriza también por ser una acto material consistente en utilizar esos bienes o servicios, objeto del contrato. El criterio tenido en cuenta no es el de un contrato de consumo; porque sería demasiado restringido, reservando la cualidad de consumidor solamente a la persona que compra o más generalmente, la que contrata. Con esta forma de concepción, todo problema de interpretación ligado a la naturaleza profesional o no de la persona que realiza el acto de consumo, se evita.

Se exige que se consuma pero para satisfacer una necesidad personal o familiar. Pudiera entenderse que el solo hecho de consumir es suficiente para aplicar el conjunto normativo destinado al consumidor, incluyendo de esta manera en el campo de la protección de los consumidores a los profesionales, industriales, comerciantes o prestatarios de servicios que adquieren para las necesidades de su empresa bienes de equipo. Aunque estimo que las necesidades de empresa no pueden identificarse con las necesidades personales o familiares del propio empresario o profesional, siendo éstas las que realmente deben entrar en el ámbito de protección de los consumidores.

En la definición de acto de consumo se procede a una simplificación conceptual, ya que Consumidor es todo aquel que realiza un acto de consumo, aunque este último también resulta difícil de precisar. En esta concepción de consumidor, el acto de consumo tampoco esclarece conceptos, como el que los bienes o servicios sean destinados a la satisfacción de necesidades personales o familiares. Se traslada entonces, la misma



problemática que analizamos en la concepción de consumidor a la definición de acto de consumo.

### **1.3 El consumidor jurídico y el consumidor material**

El derecho civil abarca las instituciones jurídicas fundamentales de la vida económica. Entre ellas, el contrato, principal mecanismo de intercambios. Es la razón por la cual este derecho protege al consumidor, en tanto es parte contractual, por medio de distintos mecanismos jurídicos como el de la protección del consentimiento. La vida contractual comienza con la oferta. Para dar a conocer los términos de un contrato, se tiene que recurrir a ella definida como el acto por el cual una persona propone a otra la conclusión de un contrato, normalmente ésta se dirige a una persona determinada y conocida, pero también puede ser dirigida a cualquier destinatario.

El consentimiento bajo la forma de aceptación es protegido por los medios tradicionales del derecho privado. Esta protección tiene un doble aspecto: asegurar la integridad del consentimiento e igualmente garantizar contra las ofertas abusivas, con relación a estas últimas el derecho clásico es insuficiente.

En virtud de ello, la protección al consumidor puede revestir un carácter preventivo o un carácter reparador. En el primer caso, el derecho del consumidor pertenece al dominio público, como es el derecho administrativo; el segundo pertenece al campo de aplicación del derecho privado, especialmente el derecho civil y particularmente por medio del mecanismo de los vicios ocultos utilizado por sus consecuencias prácticas. Esta afirmación por supuesto, debe ser matizada pues una misma rama del derecho privado o público tiene los dos aspectos mencionados. Pero habitualmente el papel dominante del derecho administrativo es preventivo; por el contrario, el derecho privado tiene un papel reparador más acentuado. Lo que no impide que en el campo del derecho del consumo, la afirmación hecha sea válida. Verdaderamente, los



mecanismos de los vicios ocultos son de una importancia capital para la obtención de una reparación con respecto a los consumidores. Garantizar los vicios ocultos es proteger al adquirente contra un defecto material; es decir, protegiendo su patrimonio, su salud, se protege al mismo tiempo su consentimiento.

En consecuencia se denomina consumidor jurídico; aquellos que adquieren un bien o servicio mediante una relación jurídica, frente al consumidor material que sin haber contratado la cosa o el servicio puede utilizarlos; al usar, disfrutar o consumir los mismos sin tener parte necesariamente en la mencionada relación, aunque pueden tener algún título que legitime su actuación. Tal diferenciación es parte de la división que doctrinalmente se hace del consumo, señalando la existencia de un consumo físico y otro económico y de un consumo de bienes de consumo propiamente dichos y de otros bienes relativamente consumibles o de uso.

El concepto de consumidor material puede coincidir o no con el jurídico. El consumidor del producto o del servicio puede ser quien lo haya adquirido o una persona distinta. En ambos casos se es consumidor si bien, la protección y el ejercicio de los derechos y garantías variarán según se trate de un consumidor material o jurídico. A decir de ello, Botana García señala; “que precisamente éste último es quién podrá ejercitar los derechos, garantías y acciones derivadas de la adquisición”.<sup>2</sup>

No obstante esta profundización doctrinal, hay que tener presente que siempre que exista una indicación que aluda a la defensa de los consumidores, la misma estará dirigida únicamente a los consumidores materiales, en tanto la Ley sólo protege en atención a la condición de consumidor a las personas que adquieren bienes o servicios para satisfacer necesidades personales y no las profesionales, sin transferírselas a terceros.

---

<sup>2</sup> Ibid



La referencia legal al destinatario final se debe relacionar con el mercado; es decir, que el consumidor será destinatario final de los bienes y servicios cuando haga uso de ellos con carácter personal o familiar, aunque vuelva a desprenderse de ellos, como ocurre con los regalos que se realizan a personas ajenas a nuestro círculo familiar. De la exigencia de la actuación del consumidor en el mercado se desprende también que no hay consumo frente a la Administración cuando ésta actúa sometida al Derecho Administrativo.

## **1.4 Elementos de la relación de consumo**

### **A. Sujetos personales**

Los sujetos personales de la relación de consumo son los siguientes:

#### **a. Consumidor**

El consumidor es una persona física o moral que adquiere, posee o utiliza un bien o un servicio emplazado en el seno del sistema económico por un profesional, sin proseguir ella misma con la fabricación, la transformación, la distribución o la prestación.

Por otro lado, los consumidores son “todas aquellas personas que adquieren bienes y servicios para la satisfacción de sus necesidades”<sup>3</sup>

La definición de consumidor, puede enmarcarse como sinónimo de destinatario final, “la persona individual o jurídica ubicada al agotarse el circuito económico y que, a través del consumo o del uso pone fin a la vida económica del bien o servicio”<sup>4</sup>, como consecuencia las personas que adquieran, almacenen o circulen bienes o servicios

---

<sup>3</sup> Cáliz de, Isabel, **Derechos y Obligaciones de Consumidores, Usuarios y Proveedores**, Revista Momento ASIES, año 10, No. 10, Guatemala, 1995, página 3.

<sup>4</sup> Stiglitz, Gabriel, **Defensa de los Consumidores de productos y servicios**, Ediciones La Roca, Buenos Aires, Argentina, página 39.



para integrarlos a procesos de producción, comercialización o prestación a terceros no tienen el carácter de consumidor.

#### **b. Proveedor:**

El proveedor puede ser una persona física o jurídica que de manera habitual o periódica, materializa la prestación de productos y servicios.

Por consiguiente, el proveedor es aquella persona natural o jurídica que realiza de forma habitual, actividades de producción, fabricación, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, cobrando un precio por ellos, por lo tanto la obligación del proveedor es dar información completa y exacta sobre los productos y servicios que presta, garantizando el suministro de éstos.

El diccionario de la lengua española, define al proveedor como aquella persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etc.<sup>5</sup>

#### **c. Estado:**

La definición de estado es la siguiente: “Sociedad jurídicamente organizada para hacer posible en convivencia pacífica, la realización de la totalidad de los fines humanos o bien la unidad de un sistema jurídico que tiene en sí mismo el propio centro autónomo y que está en consecuencia provisto de la suprema calidad de persona en sentido jurídico”.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Real Academia Española, **Diccionario de la Lengua Española**, Vigésima Primera Edición, Tomo I, Editorial Espasa Calpe, S.A. 1998, página 1683.

<sup>6</sup> Del Vecchio, Rafael de Pina, **Diccionario de Derecho**, Editorial Porrúa, S.A. México 1988, página 260.



La importancia del estado dentro de una relación de consumo, radica en el hecho de sí el mismo debe ser considerado como estado controlador-proveedor o como estado regulador. La tendencia actual ha demostrado que el estado debe intervenir en el proceso económico, asegurando a los agentes económicos proveedor y consumidor, que su relación y actividad se desarrollará con la certeza de que existe un estado que vela por la protección del equilibrio entre partes, de la igualdad en el mercado y el respeto de las normas jurídicas que protejan y regulen la relación de consumo. El estado debe establecer que las reglas dentro del mercado, sean las más apropiadas y aptas para el desarrollo y debe impulsar y definir las políticas públicas al respecto, con la colaboración de los grupos involucrados, la formulación y la retroalimentación de los nuevos tumbos a tomar, por lo tanto la presencia del estado en la regulación de las relaciones de consumo debe ser obligatoria y esencial.

## **B. Objetos materiales:**

Los objetos materiales de la relación de consumo son:

### **a. Servicios**

Un servicio constituye el “Conjunto de elementos personales y materiales que debidamente organizados, contribuyen a satisfacer una necesidad o conveniencia general y pública.”<sup>7</sup>

Con relación a la defensa del consumidor, se pueden mencionar dos tipos de servicios que pueden adquirirse:

i. **Servicios en general.** Se refieren a las prestaciones que adquieren las personas para satisfacer una necesidad no esencial, en calidad de destinatario final. Todos los servicios con excepción de los servicios esenciales, los servicios que se prestan en

---

<sup>7</sup> Osorio, Manuel, **Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales**, Editorial Heliasta S.R.L. 198, página 703.



virtud de una relación o contrato de trabajo y los servicios profesionales o técnicos para cuyo ejercicio se requiere tener título facultativo.

Servicio es una actividad productiva remunerada no tangible e inmaterial que se ofrece en el mercado, con el propósito de satisfacer necesidades cuyo resultado puede ser tangible o intangible.

ii. **Servicios públicos.** Los Servicios de carácter técnicos, prestados al público de manera regular y continua, para satisfacer una necesidad pública y por una organización pública.

Servicio público es una actividad que tiende a satisfacer un interés general o una necesidad que por su naturaleza deberá ser siempre, prestado de manera continua, regular, uniforme, general y de forma obligatoria.

#### **b. Bienes.**

El Artículo 442 del código civil, Decreto Ley 106, señala que son bienes, las cosas que son o pueden ser objeto de apropiación y se clasifican principalmente en inmuebles y muebles.

En el sentido económico, bien es todo aquello que pueda ser útil al hombre. El consumidor mantiene una relación directa con el proveedor a través de la adquisición de bienes o productos de consumo, los cuales son “todos los destinados a satisfacer necesidades o deseos humanos y que se consumen con su empleo o uso, lo que puede suceder de modo inmediato o a lo largo de mucho tiempo.”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Ibid, página 84.





## 1.5 Concepto derecho del consumidor

El derecho del consumidor es: “La disciplina jurídica de la vida cotidiana del habitante de la sociedad de consumo.”<sup>9</sup> Es la disciplina que contiene todos aquellos preceptos legales que al crear derechos específicos, defienden y protegen directamente al Consumidor, incluyendo dentro de estos preceptos legales, todas aquellas normas que aseguran la aplicación, la representación y la legítima defensa de los derechos del consumidor.

El derecho del consumidor es una rama del derecho económico y puede ser definido de manera objetiva, tomando como base la relación jurídica de consumo, de una manera subjetiva, tomando como base al sujeto, es decir al consumidor como un ser vulnerable y de manera mixta en la que se toma en cuenta el objeto y el sujeto, definiendo al derecho del consumidor como un conjunto de principios y normas que protegen al consumidor en la relación jurídica de consumo.

## 1.6 Naturaleza jurídica

La naturaleza difusa de los intereses de los consumidores es uno de los factores que obstaculiza su regulación jurídica. Junto a la perspectiva individual que evidentemente ofrece la protección de los consumidores; y así mismo inscribible dentro del marco de los intereses colectivos y difusos. Ello determina que las situaciones a las que se debe dar protección, no sean sólo las de carácter individual, sino también de naturaleza colectiva, que afecta a categorías y grupos de consumidores.

Por lo anterior, se puede deducir que el derecho de protección de los consumidores, tiene su naturaleza jurídica en el derecho público, porque regula tanto las situaciones individuales como colectivas y esta reconocido por el estado, sin embargo se le ha

---

<sup>9</sup> Stiglitz, Gabriel, **Defensa de los Consumidores de Productos y Servicios**, Ediciones La Rocca, Buenos Aires, Argentina, página 87.



considerado como un derecho autónomo y rama del derecho económico, como veremos a continuación.

### **A. Derecho autónomo:**

Una rama autónoma del derecho es: “Grupos o Conjuntos de normas que, por referirse a sectores individualizados de la vida social y por apoyarse en unos principios comunes que les dan trabazón y una coherencia interna y los diferencian de otros grupos de normas, se consideran ramas autónomas del Derecho.”<sup>10</sup>

El derecho del consumidor es una disciplina jurídica autónoma, sin embargo la falta de legislación, hace necesario que con urgencia los derechos de los consumidores sean protegidos a través de normas jurídicas específicas.

### **B. Rama del derecho económico**

El derecho económico es la rama del derecho que comprende todas las normas del derecho público que reflejan la intervención del Estado en la Economía. El derecho económico aborda los grandes problemas de la sociedad contemporánea incluyendo la reglamentación jurídica de la macroeconomía.

El derecho económico es el derecho de la economía organizada y se ocupa a diferencia del Derecho Privado, de empresarios de fuerzas de trabajo, unidades de consumo. El acento decisivo es no sobre derechos subjetivos, sino sobre la función social y económica concreta.

---

<sup>10</sup> Barbosa Noguera, Ruy, **Curso de Derecho Tributario**, Saraiva, Sau Pablo, 1980, página 32.



## **1.7 Derecho de la libre competencia**

La mejor defensa del consumidor, es una política sana de libre competencia, en la cual se prevengan los monopolios y se evite una competencia desleal, garantizando los derechos del consumidor. Una competencia eficaz es un instrumento apto para alcanzar un adecuado rendimiento económico, tomando a la competencia, como el proceso que determina el comportamiento del mercado.

La libre competencia, es la actividad en la cual existen las condiciones para que cualquier sujeto económico, tenga completa libertad de entrar o salir del mercado, sin que persona alguna que esté dentro de él, pueda en forma individual o en grupo, imponer alguna condición en las relaciones de intercambio.

El tema de competencia se encuentra íntimamente ligado a la defensa del consumidor, ambos regulan situaciones y enfoques diferentes con respecto al objeto de protección y los sujetos que intervienen en las relaciones de mercado.

## **1.8 Relación del derecho civil y el derecho del consumidor.**

El derecho de los consumidores suple las insuficiencias del derecho civil tradicional, muy ligado a las lagunas jurídicas que impiden la adecuada y completa protección de las nuevas relaciones socioeconómicas nacientes. Se puede afirmar que por esta razón la jurisdicción civil tradicional ya no resulta funcional para el conocimiento y solución de los conflictos surgidos de la relación productor-consumidor; pues algunos supuestos de hechos quedan desprotegidos por estas normas.

Los conflictos jurídicos de la relación productor-consumidor, generalmente tienen como causa las injusticias cometidas contra los consumidores en materia de precios, calidad, forma y lugar de entrega y demás condiciones de contratación incumplidas que



generen daño para los consumidores. Las reclamaciones más frecuentes se basan en la deficiente ejecución de los servicios, en la ausencia de garantías, en la forma de entregar y en la falta de calidad en general.

### **1.9 La responsabilidad civil del productor de bienes y servicios**

La responsabilidad civil es toda obligación de satisfacer por quien lo deba o por otra persona, cualquier daño o pérdida que se hubiese causado a un tercero, porque así lo exige la naturaleza de la convención originaria que se encuentra determinada por Ley, prevista en las estipulaciones del contrato o se deduzca de los hechos acaecidos, aunque en la realización de los mismos no haya intervenido culpa ni negligencia del obligado a reparar.

Esta institución implica el sometimiento de la reacción jurídica frente al daño y la finalidad de esa reacción, que equivale a la reparación del daño y que se logra transfiriendo el peso de este a un sujeto distinto del perjudicado, quedándose obligado el mismo a soportarla, independientemente de la voluntad y la situación en que se encuentre que representa precisamente la responsabilidad.

Existen dos clases de responsabilidad civil, responsabilidad extracontractual y responsabilidad contractual, la primera es el resultado del daño producido a otra persona con la que no existía una relación jurídica previamente convenida entre el autor del daño y el perjudicado y la segunda se desprende del quebrantamiento de una obligación nacida de un contrato entre partes. En este caso, el deber de indemnizar se deriva del deber de cumplir que se ha infringido. La responsabilidad extracontractual se traduce en la vulneración de una norma general que obliga a todos sin necesidad de que los particulares hayan convenido; en ella, la obligación de indemnizar surge por la existencia de un evento dañoso.



El principio general de no causar daño a otro es; el denominador común para la exigencia de responsabilidad civil, sea de cualquier clase; pues el autor del daño responde de la obligación de indemnizar o reparar los perjuicios causados a la víctima.

A indemnización o reparación de los daños o perjuicios sufridos como derecho instrumental de los consumidores y usuarios.

Usualmente se distingue los derechos fundamentales del consumidor entre los que se encuentran la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos y sociales. Metodológicamente estos derechos se clasifican en esenciales y materiales o derechos básicos, por constituir la base o el objeto de la protección del consumidor; tienen su razón de ser en sí mismos y de otra parte, se reconocen los derechos instrumentales, necesarios para garantizar la protección de los anteriores; que no tienen sentido en sí mismos sino en función de otros y que, serían la información, la educación, la participación por medio de organizaciones propias y la indemnización por daños y perjuicios. Esta tradicional distinción no tiene en realidad, ninguna consecuencia en su eficacia. Es decir, la protección que da el ordenamiento jurídico tanto a los que hemos llamado Derechos básicos, como a los instrumentales es la misma. Las dos clases de derechos son principios rectores de la política social y económica en cualquier sistema jurídico y necesitan de una norma de desarrollo para objetar una protección e invocación efectiva ya que, a diferencia de los derechos fundamentales no tienen aplicación directa e inmediata.

El derecho a la reparación de los daños, parte de la regla general de la responsabilidad por culpa. Con su reconocimiento se les concede a los consumidores un medio paliativo ante las lesiones de índole económica que puedan sufrir; jugando un importante papel en ello, el carácter patrimonial que tiene el derecho de los consumidores, lo que permite el avalúo de la lesión que pueda producirse.

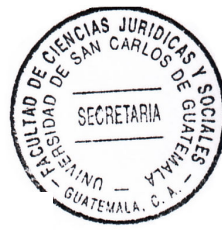


La responsabilidad civil en este caso, puede conjugarse con la exigencia de responsabilidad administrativa e incluso penal si el hecho que originó el daño es constitutivo de delito. El ejercicio de la acción en virtud de la cual los consumidores reclaman la reparación de los daños o la indemnización de los perjuicios a los responsables, no excluye la posibilidad de que sean ejercitadas otras acciones paralelamente, porque el consumidor y el usuario tienen el derecho a ser indemnizados por los daños y perjuicios demostrados que el consumo de bienes o la utilización de productos o servicios les irroguen, excepto que estos daños y perjuicios estén causados por su culpa exclusiva o por la de personas de las que deba responder civilmente.

Su esencia debe consistir en dispensar al consumidor de la prueba de la imputación de la responsabilidad a título de culpa, porque con acreditarse la acción u omisión y el daño derivado de las mismas sería suficiente para que surja la obligación de indemnizar. Que en tal caso, dará lugar a la responsabilidad de quienes producen, importan, suministran o facilitan el producto, servicio o actividad, a menos que se acredite que han cumplido debidamente las exigencias reglamentadas, cuidados y diligencias que exige la propia naturaleza de los mismos. Este es un beneficio más que dispensa al consumidor evitando pruebas muy difíciles o costosas que le obliguen a invertir grandes cantidades de dinero, tiempo y esfuerzos para hacer valer sus derechos. Otras veces el ejercicio de esta acción indemnizatoria puede presentarse junto a la exigencia de la reparación gratuita del bien en un plazo razonable o junto a la reposición del mismo o devolución del precio pagado.

### **1.10 EL estado y los derechos del consumidor**

El estado tiene la indelegable obligación de procurar la vigencia de los derechos de usuarios y consumidores, para ello debe asegurar:



## **A. Educación para el consumo:**

Es necesaria y urgente una gran obra educativa y cultural, que comprenda la educación de los consumidores para un uso responsable de su capacidad de elección, la formación de un profundo sentido de la responsabilidad en los productores y sobre todo en los profesionales de los medios de comunicación social, además de la necesaria intervención de las autoridades públicas.

La formación del consumidor debe tender a:

- a. Hacerle conocer, comprender y adquirir habilidades para ayudarlo a evaluar las alternativas y emplear sus recursos en forma eficiente.
- b. Facilitar la comprensión y utilización de información sobre temas inherentes al consumidor;
- c. Orientarlo a prevenir los riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de servicios;
- d. Impulsarlo para que desempeñe un papel activo que regule, oriente y transforme el mercado a través de sus decisiones.

## **B. Defensa de la competencia**

La defensa de la competencia debe ser contra toda forma de distorsión de los mercados y control de los monopolios naturales y legales. En este sentido algunas formas de distorsión de los mercados se resumen en:

- a. Acuerdo de precios: Consiste en la imposición por parte de un grupo de empresas de precios semejantes a los de monopolio o monopsonio e implica por lo tanto una concertación destinada a aprovechar el poder de mercado conjunto de las empresas.
- b. Discriminación de precios: Consiste en cobrar precios diferentes por transacciones aparentemente iguales, sin justificación de costos. Puede ser tanto una práctica abusiva, si su objeto es aprovechar más efectivamente el poder de mercado en





distintos segmentos del mismo, como una práctica exclusoria, si su objetivo es desplazar competidores propios o competidores de un cliente al que se quiere favorecer.

- c. Fijación de precios: Consiste en imponer los precios que deben cobrar otras empresas. Puede ser horizontal como en el caso de cámaras o asociaciones empresarias o caso de proveedores que fijan los precios de reventa que deben cobrar sus clientes.
- d. Imposición de exclusividad: Consiste en sujetar una operación a la condición de no utilizar o comercializar bienes o servicios provistos por competidores. Puede aparecer en un contexto vertical en cuyo caso es una especie de integración parcial entre proveedores y clientes o en un contexto horizontal, por ejemplo, cuando es practicada por una cámara o asociación empresaria o profesional.
- e. Obstaculización del acceso al mercado: Implica la realización de acciones tendientes a impedir el ingreso al mercado de otra empresa o de dificultar el acceso a algún recurso, mercado o fuente de aprovisionamiento a empresas que ya hayan ingresado. Es una práctica típicamente horizontal, aunque también puede aparecer en casos verticales por ejemplo, un proveedor que obstaculiza el acceso al mercado de sus clientes.
- f. Precios predatorios: Son precios que se fijan por debajo de los que regirían en una situación competitiva, con el objeto de forzar a que los competidores actuales se retiren del mercado o disuadir la entrada de nuevos competidores.
- g. Reparto de mercado: Consiste en transformar un mercado más grande e inicialmente competitivo en un conjunto de monopolios o monopsonios menores, en los que las empresas que operan pueden ejercer su poder de mercado. Es una práctica típicamente horizontal y concertada.
- h. Acciones que no encuadran en la ley: Son conductas denunciadas como violatorias de la ley de defensa de la competencia, pero que no implican ningún tipo de restricción a la competencia ni abuso de posición dominante. Comprenden casos

tales como denuncias de propaganda desleal, precios bajos en las licitaciones y abusos por parte de autoridades reguladoras en ejercicio de sus funciones.

- i. Calidad y eficiencia de los servicios públicos: El estado se obliga a controlar el cumplimiento de las funciones de los concesionarios conforme los contratos respectivos con el objetivo final de mejorar las condiciones de vida de la comunidad toda.

### **C. Constitución de asociaciones de consumidores y usuarios.**

Los objetivos de dichas asociaciones deben ser primordialmente los siguientes:

- a. Velar por el fiel cumplimiento de las leyes, decretos y resoluciones de carácter nacional, provincial o municipal, que hayan sido dictadas para proteger al consumidor.
- b. Proponer a los organismos competentes el dictado de normas jurídicas o medidas de carácter administrativo o legal, destinadas a proteger o a educar a los consumidores;
- c. Colaborar con los organismos oficiales o privados, técnicos o consultivos para el perfeccionamiento de la legislación del consumidor o materia inherente a ellos;
- d. Recibir reclamaciones de consumidores y promover soluciones amigables entre ellos y los responsables del reclamo;
- e. Defender y representar los intereses de los consumidores, ante la justicia, autoridad de aplicación y/u otros organismos oficiales o privados;
- f. Asesorar a los consumidores sobre el consumo de bienes y/o uso de servicios, precios, condiciones de compra, calidad y otras materias de interés;
- g. Organizar, realizar y divulgar estudios de mercado, de control de calidad, estadísticas



de precios y suministrar toda otra información de interés para los consumidores.

- h. Promover la educación del consumidor;
- i. Realizar cualquier otra actividad tendiente a la defensa o protección de los intereses del consumidor.

#### **D. Requisitos de las organizaciones de consumidores**

- a. No podrán participar en actividades políticas partidarias.
- b. Deberán ser independientes de toda forma de actividad profesional, comercial y productiva;
- c. No podrán recibir donaciones, aportes o contribuciones de empresas comerciales, industriales o proveedoras de servicios, privadas o estatales, nacionales o extranjeras;
- d. Sus publicaciones no podrán contener avisos publicitarios.

#### **E. Facultades de las organizaciones de consumidores.**

Entre sus facultades podrán sustanciar los reclamos de los consumidores de bienes y servicios ante los fabricantes, productores, comerciantes, intermediarios o prestadores de servicios que correspondan, que se deriven del incumplimiento de la presente ley.

Para promover el reclamo, el consumidor deberá suscribir la petición ante la asociación correspondiente, adjuntando la documentación e información que obre en su poder, a fin de que la entidad promueva todas las acciones necesarias para acercar a las partes.

Formalizado el reclamo, la entidad invitará a las partes a las reuniones que considere oportunas, con el objetivo de intentar una solución al conflicto planteado a través de un acuerdo satisfactorio.



En esta instancia, la función de las asociaciones de consumidores es estrictamente conciliatoria y extrajudicial, su función se limita a facilitar el acercamiento entre las partes.



## CAPÍTULO II

### 2. Antecedentes de los derechos del consumidor y órganos internacionales que los protegen.

Los derechos del consumidor, “como conjunto de derechos que se confieren específicamente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios, han sido reconocidos sólo a partir de la segunda mitad del siglo XX.”<sup>11</sup>

El movimiento de consumidores nace en los Estados Unidos en el año 1928 con la Fundación de una organización denominada unión de consumidores. Posteriormente en el año 1942 se creó el consejo danés del consumidor en Dinamarca, extendiéndose a partir del año 1960 por distintos países del continente europeo, conformándose en Francia el instituto nacional del consumo. En América, ya lo sabemos todos, estas agencias y oficinas están recién en proceso de asentamiento y sus posibilidades, en general, son bastante limitadas.

El tratamiento de las relaciones de consumo como un objeto específico de estudio y regulación normativa especial, empezó a desarrollarse en el mundo jurídico en la década de los años sesenta. Hasta aquel momento imperaban ciertas doctrinas que obstaculizaban su emergencia. En este sentido, el individualismo y el principio de no-intervención regían el rol del Estado en las relaciones de consumo, en las que por hipótesis consumidor y empresario se encontraban en igualdad de condiciones.

Estos principios rectores en materia de contratos privados eran coherentes con un contexto en el que en el tráfico comercial, el contrato, resultaba previamente negociado, discutido y acordado en forma detallada. Es por ello que el derecho sólo

---

<sup>11</sup> Ovalle Fabela, José, **Derechos del Consumido**, Talleres Alejandro Crua Ulloa, México, 2000.



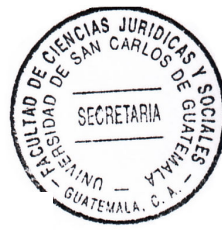
debía intervenir para asegurar que la voluntad manifestada fuera libre y rodear de garantías a los contratos celebrados entre particulares.

Como consecuencia de la masividad en la producción y en el consumo, se empezaron a evidenciar situaciones en las que el consumidor era víctima de abusos a raíz de su posición de inferioridad en un mercado que se tornaba complejo y altamente diversificado. Garantías tradicionales como la de los vicios ocultos o el abuso del derecho resultaban insuficientes a fin de brindarle protección.

Por otra parte, la circulación masiva de bienes y servicios trajeron aparejadas modificaciones en las modalidades de formulación de la oferta y contratación de los mismos. La mayor rapidez en las transacciones promovieron que la oferta fuera lanzada a un número indeterminado de posibles contratantes. A su vez las formas tradicionales de contratación fueron siendo sustituidas, en materia de contratos de consumo, por formas contractuales por adhesión en las que las conversaciones previas entre las partes contratantes y las cláusulas negociadas dieron lugar a cláusulas predisuestas por el empresario o proveedor que resultaba la parte más fuerte en la contratación.

La idea de identificar al consumidor como un grupo social definido al que debía brindarse una protección especial ocurrió a nivel mundial en la década de los años 60 y tuvo como corolario la primera ley de defensa del consumidor propiciada por el presidente John F. Kennedy quien decisivamente reconoció a los consumidores como un grupo económico determinado, al enunciar los siguientes principios básicos:

- a. el derecho a la protección y seguridad
- b. el derecho a ser informado
- c. el derecho a la libre elección



d. el derecho de ser escuchado

A mediados de la década de los años 70 la mayoría de los países desarrollados ya habían sancionado leyes y adoptado medidas destinadas a dar tutela a los derechos de este grupo social. En 1972 la asamblea consultiva del consejo de europea formuló la carta europea de protección al consumidor luego plasmada en acciones concretas en el programa preliminar para una política de protección e información de los consumidores.

En 1977 el consejo económico y social de la ONU encomendó la realización de un relevamiento y estudio de las leyes vigentes en la materia en los distintos países ya que su diversidad y dispersión ocasionaban una gran heterogeneidad en la protección y tratamiento de los consumidores en los países desarrollados. Finalmente, la asamblea general de la ONU sancionó el 9 de abril de 1985 las directrices para la protección del consumidor que constituyen un conjunto de objetivos básicos internacionalmente reconocidos como base para la estructuración y fortalecimiento de leyes de protección del consumidor.

El día internacional del consumidor se celebra cada 15 de marzo, con varias actividades que se desarrollan en la mayoría de países del mundo. La cultura del consumidor se remonta desde 1963, con un discurso del ex presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy, en el que declaró los derechos de los consumidores.

Luego, este discurso se transformó en una realidad con la buena disposición de las Naciones Unidas, el 15 de marzo de 1985. De esta fecha en adelante, todos los países de la tierra celebran este día tan especial en conmemoración a los diez derechos de los consumidores.



Es a partir de ésta declaración que se observa un reconocimiento verdadero por los derechos y obligaciones de los consumidores, los cuales posteriormente fueron reconocidos y respaldados por las directrices para la protección del consumidor emitidas por la asamblea general de la Organización de las Naciones Unidas el 9 de abril de 1985, las que proporcionan a todos los países, en especial a los países en vías de desarrollo, guías para el fortalecimiento de la legislación para la protección del consumidor.

Históricamente, las directrices del consumidor nacieron a finales de los años 70, cuando el consejo económico y social de la ONU admitió y reconoció que la protección del consumidor ejercía influencia sobre el desarrollo social y económico de un país. En los años 1977, 1979 y 1981, el Consejo pidió al Secretario General que elaborará un estudio sobre las instituciones y legislación vigente que regulara la protección del consumidor, incluyendo en su segundo y tercer estudio, propuestas de medidas sobre la protección del consumidor y orientaciones generales que tomaran en cuenta especialmente las necesidades de los países en vías de desarrollo. En 1983, el secretario general celebró reuniones con los representantes de gobiernos y entidades internacionales, presentando finalmente en dicho año ante el consejo económico y social de la organización de las naciones unidas, el primer proyecto de directrices para la protección del consumidor. El 9 de abril de 1985 las Naciones Unidas mediante resolución número 39/248, aprobó por consenso las directrices para la protección al consumidor.

Algunas de las necesidades cubiertas con las directrices emitidas son:

- a. Protección de la salud y seguridad de los consumidores;
- b. Satisfacción de las necesidades básicas de los consumidores a través de protección y promoción de los intereses económicos de los mismos;



- c. Acceso fácil y viable de los consumidores, a una información adecuada de los productos y servicios que pretenden tomar.

Posteriormente, surgió una tendencia a incluir la cuestión del consumo sostenible en la temática de la protección del consumidor lo que motivó en 1998 que el consejo económico y social formulara una propuesta para ampliar las directrices en la dirección de contemplar el desarrollo sustentable. La preocupación se centra en la racionalización de los hábitos de consumo. En esta nueva etapa se introducen deberes a cargo de los consumidores, ya que el objetivo no es sólo protegerlo de abusos sino preservar el medioambiente a los efectos de asegurar las posibilidades de acceso al consumo para las futuras generaciones de consumidores.

En cuanto al estado actual en la evolución de los derechos del consumidor en el mundo, merece destacarse que esta disciplina jurídica que surgió con un carácter eminentemente represivo, paulatinamente, fue acentuando su función esencialmente preventiva. En consecuencia, comenzó a observarse un cambio de paradigma en la actividad estatal que pasó de estar centrada en la tarea de sancionar, ya sea en forma administrativa o judicial las conductas que vulneraran los derechos del consumidor, a la formulación de políticas públicas tendientes a prevenir las violaciones e incumplimientos, haciendo especial hincapié en la educación al consumidor.

## **2.1 La carta europea de protección de los consumidores.**

En 1973, la asamblea consultiva del consejo de Europa emitió la resolución 543 diagonal 73, con la que aprobó el texto definitivo de la carta Europea de protección de los consumidores. Esta carta reconoció los siguientes cuatro derechos:

- a. El derecho a la protección y a la asistencia de los consumidores, que se debe manifestar, según las directivas del consejo de Europa, en un fácil acceso a la justicia y en una racional administración de la misma. Además, los consumidores



deben ser protegidos de todo daño, económico o material, provocado por bienes de consumo.

- b. El derecho a la reparación del daño que soporte el consumidor por la circulación de productos defectuosos o por la difusión de mensajes engañosos o erróneos. En este sentido, la carta señala que los ordenamientos de los países miembros del consejo de Europa deberán establecer reglas generales que provean a la seguridad de los bienes y servicios; que instituyan controles sobre los productos del mercado y sobre su composición y etiquetado y que protejan los intereses económicos de los consumidores con controles sobre las condiciones generales de contratación. En la carta se invita a cada país miembro a una revisión periódica de la legislación en materia de prácticas comerciales desleales y en general, de todas las prácticas que resulten abusivas, incorrectas o poco deseables desde la perspectiva de la protección del consumidor.
  
- c. El derecho de los consumidores a organizarse en asociaciones y a ser representados en diversos organismos, para expresar opiniones sobre decisiones políticas y económicas inherente a la disciplina del consumo. Al lado de estas organizaciones de consumidores, cada país deberá instituir una autoridad fuerte, independiente y eficaz, que represente a los consumidores y a las categorías comerciales, con facultades tanto para expresar pareceres a los organismos legislativos y gubernativos sobre todos los problemas de tutela de los consumidores, cuanto para aplicar la ley y los reglamentos destinados a regular las operaciones de mercado desde la perspectiva de dicha tutela.

La carta Europea fue el primer documento que reconoció los derechos de los consumidores; fue el modelo que sirvió de guía a los ordenamientos de los países

miembros de la comunidad económica europea, actualmente unión europea, aunque también lo haría con otros ordenamientos.

## **2.2 El programa preliminar y las directivas de la comunidad económica europea.**

El 14 de abril de 1975, el consejo de las comunidades europeas aprobó el programa preliminar de la comunidad económica europea para una política de protección e información a los consumidores, que reordenó en forma sistemáticas todas las iniciativas para la tutela del consumidor. En el programa se reconocieron los siguientes cinco derechos fundamentales del consumidor:

- a. El derecho a la protección de la salud y la seguridad de los consumidores. Los bienes y servicios puestos en el mercado a disposición del consumidor deben ser tales que, utilizados en condiciones normales o previsibles, no presente peligros para su salud o seguridad; cuando sí presenten tales peligros, deben poder ser retirados del mercado con procedimientos rápidos y sencillos. De manera general, los riesgos que pueden provenir de un uso previsible de los bienes y servicios, tomando en cuenta su naturaleza y las personas a las cuales son destinadas, deben ser puestos en conocimiento previo de los consumidores por medios apropiados. El consumidor debe ser protegido contra las consecuencias de daños corporales causados por mercancías y productos defectuosos provistos por productos de bienes y prestadores de servicios.
  
- b. El derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores. Los compradores de bienes o servicios deben ser protegidos contra los abusos de poder del proveedor; en particular, contra los contratos tipo o de adhesión, establecidos unilateralmente, la exclusión abusiva en los contratos de derechos básicos, las condiciones abusivas de crédito, el requerimiento de pago de mercancías no ordenadas y los métodos de venta agresivos. El consumidor debe ser protegido



contra los daños provocados a sus intereses económicos por un producto defectuoso o un servicio deficiente. La presentación y promoción de bienes y servicios, incluyendo los servicios financieros, no deben ser concebidos de forma que engañen, directa ni indirectamente, a la persona a la que se le ofrecen o a través de la que se solicitan. Ninguna forma de publicidad visual o auditiva debe inducir a error al cliente potencial del producto o del servicio. El autor de cualquier tipo de publicidad debe poder justificar la veracidad de lo que afirma por medios apropiados. Todas las informaciones proporcionadas en la etiqueta, tanto en el lugar de venta como en la publicidad, deben ser exactas. El comprador de bienes de consumo duradero debe poder beneficiarse de un servicio posventa satisfactorio, el cual debe comprender la obtención de las piezas de recambio o refacciones que sean necesarias para efectuar las reparaciones. La gama de las mercancías puesta a disposición del consumidor debe ser tal que permita a éste hacer una elección adecuada.

- c. El derecho a la reparación de los daños. El consumidor debe recibir asesoramiento y asistencia en materia de quejas y en caso de perjuicios sufridos debido a la compra o utilización de productos defectuosos o de servicios insuficientes. Tiene derecho, además, a una justa reparación de tales perjuicios por medio de procedimientos rápidos, eficaces y poco costosos.
- d. El derecho a la información y a la educación del consumidor. Por una parte, el comprador de bienes o servicios debe disponer de una información suficiente que le permita conocer las características esenciales de los bienes y servicios que se le ofrecen, tales como su naturaleza, calidad, cantidad y precio; hacer una elección racional entre los bienes y servicios que compiten en el mercado; utilizar con plena seguridad y de modo satisfactorio dichos bienes y servicios; así como reclamar la reparación de los perjuicios eventuales que resulten de los productos o servicios



recibidos. Por otra parte, se deben poner oportunos medios educativos a disposición tanto de los niños como de los jóvenes y adultos, para que puedan actuar como consumidores informados, conscientes de sus derechos y responsabilidades, capaces de elegir con claridad entre los bienes y servicios.

- e. El derecho a la representación o derecho a ser escuchado. Los consumidores deben ser consultados y oídos cuando se preparen las decisiones que les conciernen, en particular, a través de las asociaciones interesadas en la protección e información de los consumidores.

Estos cinco derechos fundamentales fueron confirmados por un segundo programa de una política de protección e información de los consumidores, adoptado por el consejo de las comunidades europeas el 19 de mayo de 1981.

Los fundamentos jurídicos de la política de protección a los consumidores se han incorporado al tratado constitutivo de la comunidad europea, en virtud de lo estipulado en el punto 17 del Artículo g del tratado sobre la unión europea, firmado en Maastricht, Holanda el 7 de febrero de 1992. La reforma incorporó al tratado constituido de la comunidad europea, el título XI, con el epígrafe protección de los consumidores, el cual comprende al Artículo 129 que paso a ser el Artículo 153, en virtud de la reordenación estipulada en el Tratado de Ámsterdam, que entró en vigor el primero de mayo de 1999.

### **2.3 Órganos internacionales para la defensa del consumidor.**

El papel principal de las organizaciones de consumidores, es el de disponer de medios para intervenir en las situaciones en las cuales puedan estar perjudicados los derechos de los consumidores y actuar de una manera representativa contra todo aquello que



atente contra los mismos. Las organizaciones de los consumidores han sido creadas para la mejor defensa de los intereses de los consumidores, orientando a la ciudadanía hacia un cambio de presencia real y adopción de una conducta crítica, reflexiva y participativa en busca de una mejor calidad de vida. El consumidor debe ser visto y reconocido como una persona individual o jurídica con derechos y sobre todo con la libertad de escoger los productos o servicios que se prestan.

### **A. Consumers International (Ci)**

La Organización Mundial Consumers Internacional, anteriormente denominada como organización internacional de asociaciones de consumidores, es una organización creada desde 1960 que ha facilitado la protección al consumidor, a través de la creación de leyes modelo emitidas por la oficina regional de América Latina y el Caribe. Dichas leyes modelo pretenden ser una herramienta o un marco base a utilizar por los gobiernos de los países latinoamericanos, en la creación de normas jurídicas que protejan efectivamente al consumidor.

Las leyes modelo se originaron con las directrices emitidas por la Organización de las Naciones Unidas en 1985, ofreciendo una cobertura conceptual adaptada a cada situación regional así como la determinación de una base de requisitos mínimos obligados a respetar para la protección del Consumidor.

Las leyes modelo fueron introducidas en los años ochenta y el objetivo de las mismas es lograr determinar la necesidad de estándares mínimos para la protección del consumidor y han sido usadas para la elaboración de legislación nacional en varios países Latinoamericanos.

El objetivo primordial de Consumers Internacional, ha sido desde el inicio, “El promover



la construcción de una sociedad justa mediante la defensa de los derechos de los consumidores en todo el mundo, particularmente de los grupos vulnerables. Enfatiza la responsabilidad que tienen los consumidores de usar su poder en el mercado para eliminar los abusos y promover prácticas comerciales sanas, además de apoyar el consumo y la producción sostenibles.”<sup>12</sup>

## **B. Oficina regional para América latina y el caribe (rolac) de consumers international (ci)**

Fue fundada en 1986 por Consumers Internacional con dos objetivos:

- a. Desarrollar, fortalecer y asistir los movimientos individuales de Consumidores en dicha región, siendo la mayoría de ellos grupos recientes que promueven sus derechos a nivel regional;
- b. Representar a las organizaciones de consumidores para influir en las instancias que toman decisiones que las afecten.

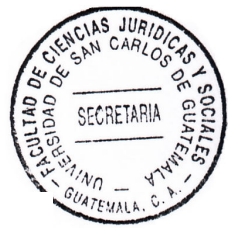
Rolac funciona como el coordinador y el centro de edición de las publicaciones mundiales de Consumer Internacional, emitidas en diferentes idiomas.

Dentro de las actividades de dicha oficina se encuentran:

- a. Organizar conferencias y seminarios para la capacitación nacional y regional de entidades públicas y/o privadas y organizaciones de consumidores.
- b. Representar a las Organizaciones de Consumidores ante gobiernos y diferentes entidades.
- c. Trabajar para influir en procesos de integración regional.

---

<sup>12</sup> <http://consumersint-americalatinaycaribe.cl/objetivos>







## CAPÍTULO III

### 3. Los derechos del consumidor en el derecho comparado

Los países más industrializados, coincidentes con los países más civilizados, son los primeros en el desarrollo legislativo en materia de protección a los derechos de los consumidores. Si en un principio había falta de sensibilidad hacia este tema, hoy, por el contrario, existe una concientización y control en la materia del consumo que llega a ser transnacional; es por lo que la protección a los consumidores ha llegado a alcanzar en los últimos tiempos una notoria importancia y esta trascendencia aparece íntimamente unida a la necesidad de proteger al consumidor.

Por ello, la defensa de los consumidores se ha convertido en uno de los temas clave de la sociedad moderna; las profundas transformaciones económicas y sociales que han tenido lugar en los últimos años han justificado numerosas iniciativas tendentes a preservar la posición de los consumidores en el mercado y la adaptación del derecho a estas nuevas situaciones a fin de asegurar a los consumidores su protección y la posición que ellos han venido reclamando. Surge así, pues el derecho de consumo o derecho del consumidor; que dado los sujetos objeto de su protección tiene un marcado carácter multidisciplinario, por cuanto se superpone al criterio tradicional de clasificación de las disciplinas jurídicas en función de la naturaleza de las reglas estudiadas derecho civil, mercantil, administrativo, penal, etc.

El análisis de la legislación y jurisprudencia en torno a la materialización del derecho a la protección de los legítimos intereses económicos y sociales del consumidor expresado a través de la extracontractualidad de la responsabilidad del productor y la objetivación progresiva de la responsabilidad y tutela del consumidor en legislaciones que se encargan de regular los derechos básicos en algunos ordenamientos jurídicos permite sopesar ventajas e inconvenientes.



### **3.1 derechos de los consumidores en el derecho francés.**

En materia de responsabilidad por daños, el Derecho Francés ocupa una posición especial, ya que es uno de los países que sin tener regulación específica sobre la materia; es la doctrina jurisprudencial la que se ha preocupado del amparo de los consumidores y usuarios a través de la Directiva de la Comunidad Económica Europea de fecha 25 de Julio de 1985 sobre la responsabilidad por daños derivados de productos defectuosos. Sin embargo, algunos autores como Prada Alonso, plantean que las soluciones ofrecidas, algunas veces han sido calificadas como artificiales y no muy coherentes, quizás como consecuencia de la distinción entre responsabilidad contractual y extracontractual.

En el área contractual se intenta dar una visión más progresista al contrato de compraventa; así, al que vende se le une la condición de ser productor o fabricante del producto y en consecuencia, obligado a la reparación de todos los daños y perjuicios ocasionados al adquirente, según los Artículos 1446 y 1645 del Código Civil Francés. Esto permite al comprador dirigir directamente contra cualquiera de los vendedores sucesivos acción en garantía, incluso del productor o fabricante como primer vendedor; de este modo se admite como una acción directa para hacer efectiva la protección del consumidor o usuario. El empleo de esta acción permite ampliar el círculo de personas protegidas más allá de los límites de la compraventa inmediata. Pero, esta acción directa tiene una protección limitada hacia los consumidores y usuarios, ya que al ser una acción de carácter contractual, no puede tutelar a quien no haya sido adquirente aunque usado o consumido el producto; solamente a los compradores finales, por eso cuando el dañado sea un tercero ajeno a la cadena de distribución del producto, el productor quedará sujeto a la responsabilidad extracontractual que expone el Artículo 1.382 del Código Civil Francés. En todo caso se da la necesidad, de que el consumidor, debe probar la culpa del productor o vendedor, ya sea en el proceso de fabricación o en la puesta en circulación del bien, por no haber dispuesto de modo conveniente el producto previsto y sus posibilidades de empleo.

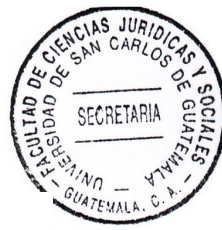
Evidentemente, en el sistema francés la responsabilidad del fabricante-productor frente a cualquier consumidor se garantiza con una reconducción de ésta hacia soluciones extracontractuales.

### **3.2 El código de defensa de los consumidores brasileño.**

Regula en su capítulo IV, todo lo referente a la calidad de los productos y servicios y la prevención y reparación de los daños, se regulan las prácticas comerciales; la oferta, publicidad, prácticas abusivas, cobranzas de deudas y banco de datos y todo lo relativo a la protección contractual, las infracciones penales y la defensa del consumidor en juicio. Igualmente se estipulan las acciones colectivas para la defensa de los intereses individuales homogéneos y las acciones de responsabilidad del productor de productos y servicios.

En lo que respecta a la reparación de daños y perjuicios como derecho básico de los consumidores, en Brasil no existe ley especial en materia de responsabilidad civil por daños al consumidor por productos defectuosos. Las reparaciones o indemnizaciones de daños y perjuicios en relaciones contractuales simples siguen siendo reguladas por la legislación civil tradicional pero en materia de relaciones entre el productor del bien o prestador del servicio frente al destinatario final de los mismos se rigen por lo establecido en dicho código. En su Artículo 12 se estipula que el fabricante, productor, constructor, nacional o extranjero y el importador responden independientemente de la existencia de la culpa por la reparación de los daños causados a los consumidores por defectos provenientes de la fabricación, construcción, montaje, fórmulas, manipulación, presentación y acondicionamiento de sus productos, así como también por informaciones deficientes o inadecuadas sobre la utilización de los mismos. El producto es defectuoso cuando no ofrece la seguridad, que legítimamente se espera de él, llevando en consideración las circunstancias relevantes siguientes:

- a. Su presentación,



- b. El uso o servicio que razonablemente se espera de él,
- c. La fecha en que fue colocado en circulación.

El productor, fabricante o importador no será responsable de los defectos cuando pruebe:

- a. Que no colocó el producto en el mercado
- b. Que aunque haya colocado el producto en el mercado, el defecto es inexistente.
- c. La culpa sea exclusiva del consumidor o de un tercero.

Por otro lado, el que brinda el servicio, responde independientemente de la existencia de la culpa, por la reparación de los daños causados a los consumidores, por defectos relativos a la prestación de los mismos o bien por informaciones deficientes e inadecuadas sobre sus riesgos. También se establecen reglas sobre la responsabilidad por vicios de los productos o servicios. Así responden solidariamente el productor por los vicios que recaigan sobre la calidad o cantidad de productos o servicios, de manera que lo transformen en impropios o inadecuados, perjudicando el consumo a que se destinan o disminuyendo su valor. Igualmente, mediante normas de orden público se le atribuyen facultades a los jueces, por las cuales podrán desconsiderar la personalidad jurídica de las asociaciones, cuando en detrimento del consumidor, existiera abuso de derecho, exceso de poder, infracción de la ley, acto ilícito o violación de los estatutos o contrato social. En cuanto a las prácticas comerciales se establecen reglas que tienen mucho que ver con el Derecho Civil y Mercantil, específicamente para equiparar a los consumidores y a toda persona expuesta a esta práctica.

### **3.3 El derecho español**

Por su parte, el derecho estatal español sobre protección de los consumidores se caracteriza por la existencia de una ley general para la defensa de los consumidores y



usuarios, y varias leyes específicas que protegen al consumidor en determinados aspectos, leyes que normalmente son dictadas con el fin de incorporar al derecho interno una directiva comunitaria. Dentro de estas normas de protección material se encuentra la ley 22 de 6 de julio de 1994.

La responsabilidad civil por los daños causados a consumidores en la prestación de todo tipo de bienes y servicios, como se ha señalado, se regula en los Artículos 25 al 30 de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios. Respecto a los sujetos responsables señalan al fabricante, importador, vendedor o suministrador, pero no indican la forma del reparto de la responsabilidad ni si pueden ser demandados conjuntamente o, incluso, si hay solidaridad entre ellos. Respecto al criterio de imputación de la responsabilidad.

La saturación normativa que existe en España en el sector de protección de los consumidores, tiene por inconveniente la convivencia de diversos regímenes en materia de responsabilidad civil por daños causados en el consumo de bienes.

### **3.4 Derechos de los consumidores en Alemania**

La normativa jurídica sobre consumo se contiene en distintas leyes: la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación (la AGB de 9 de diciembre de 1976) modificada por la Ley de 19 de julio de 1996 para incorporar la Directiva 93/13/CEE. La AGB cuenta con el mérito de haber conseguido una regulación global para todo lo relativo a las condiciones generales de contratación, debiendo destacarse que las modificaciones más trascendentales que operaron en dicho país en estos años pueden encontrarse en las regulaciones individuales. Además de la AGB, se han promulgado otras leyes en relación con la materia de protección al consumidor, están; la Ley sobre derecho de revocación en los contratos celebrados fuera de establecimientos y similares, de 16 de enero de 1986; la ley de responsabilidad por productos



defectuosos, de 15 de diciembre de 1989; la ley de crédito al consumo de 17 de diciembre de 1990; la ley de viajes combinados de 24 de junio de 1994; la ley sobre derechos de utilización de un inmueble a tiempo compartido, de 20 de diciembre de 1996 y la ley sobre la seguridad de los productos de 22 de abril de 1997.

En el derecho alemán el deber de organización del productor constituirá el verdadero criterio de imputación de la responsabilidad, deber que irá ligado a una noción objetiva de diligencia que, junto con un nivel objetivo de seguridad que han de ofrecer los productos, hacen que en Alemania se haya llegado a aplicar un modelo esencialmente objetivo de responsabilidad del productor.

En el derecho alemán, al igual que en los países anteriormente analizados, se ha establecido la inversión de la carga de la prueba de la culpa del productor de un producto defectuoso, como principio jurídico del propio sistema de protección. Con la implantación de la actual ley sobre la responsabilidad por daños se ha hecho un rechazo por parte de la jurisprudencia del enfoque contractual que había planteado inicialmente un sector doctrinal.

### **3.5 Derechos del consumidor en Italia**

En Italia el tema de la adaptación a la directiva de la comunidad económica europea para el reconocimiento del derecho a la reparación de daños y perjuicios como derecho básico de los consumidores, se hizo mediante el decreto de la presidencia de la república de 24 de mayo de 1988, que sigue preferentemente el orden de materias prefijadas en la directiva, circunstancia ésta debida a su peculiar situación de vacío normativo en esta área. El tema de la responsabilidad del productor frente a terceros ha recibido últimamente atención por parte de la doctrina italiana la cual ha estado influenciada por otros ordenamientos jurídicos. Un sector doctrinal, que parte del Artículo 1,492 y siguientes del Código Civil de 1942, consideraron que la norma sobre

compraventa y en concreto las que disciplinan la responsabilidad del vendedor por productos defectuosos, pueden exigirse frente al vendedor en el plano de la responsabilidad contractual.

En Italia, la responsabilidad del productor por daños no ha alcanzado la solución adecuada a la protección de los intereses de las víctimas dañadas pese a estas técnicas de presunción de culpa utilizadas. La doctrina italiana sigue estudiando los modelos de responsabilidad más progresistas, fundamentalmente los establecidos por la jurisprudencia norteamericana, debido al vacío legislativo en este sector.

### **3.6 Sistema socioeconómico cubano**

La normativa jurídica en materia de consumo se recoge en distintas leyes específicas que adoptan medidas preventivas y servicios necesarios para su desarrollo.

En la actualidad en Cuba están vigentes más de 350 disposiciones normativas relacionadas directa o indirectamente con la protección y conservación del medio ambiente, entre los que se incluyen leyes, decretos-leyes, decretos y resoluciones, distribuidas por períodos; desde la colonia (1492-1898) a la revolución (1959 a la actualidad).

La información que reciben los consumidores de todos estos derechos y normas legales que lo protegen corre a cargo de las oficinas de información al consumidor, cuyos objetivos son la ayuda, información, indicación, registro y acuse de quejas y en general, la atención, educación, defensa y protección de sus derechos; esta función les fue atribuida por el ministerio de comercio interior mediante el acuerdo 3529 de 1999 del comité ejecutivo del consejo de ministros, con el que se amplían las facultades a este ministerio encargándose de dirigir, controlar y ejecutar la política del estado y el



gobierno en cuanto a comercio interior mayorista y minorista de alimentos y otros bienes y de los servicios de consumo personal y comercial y además de la protección a los consumidores, estableciendo las reglamentaciones que deben cumplirse por los proveedores de bienes y servicios y preparando a los consumidores para un consumo responsable y racional.

La política de Cuba en relación con la protección a los derechos del consumidor ha sido encaminada a garantizar la investigación científica sobre las necesidades y demandas de los productos y servicios y su satisfacción popular, la elevación de la calidad de éstos y la orientación y educación al consumidor, lo que ha permitido modificar y crear hábitos de consumo fundamentalmente nutricionales. Pero aún no ha alcanzado una adecuada protección de los intereses de los consumidores, respondiendo más bien a los intereses de la empresa estatal; aunque la responsabilidad de los suministradores de productos por la calidad de éstos produzca el mismo efecto que la responsabilidad objetiva.

### **3.7 Derechos del Consumidor en Costa Rica**

La Constitución Política de la República de Costa Rica señala que los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a un trato equitativo. De manera que de conformidad con la legislación costarricense, todo consumidor que haya sido lesionado en sus derechos puede acudir a la vía administrativa, ante la Comisión Nacional del Consumidor o a la vía judicial mediante un Procedimiento Civil Sumario en defensa de sus derechos.

La Ley 7472 de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, establece los derechos de los consumidores y las obligaciones de los comerciantes, de





manera que las reglas del comercio se establezcan de manera clara en virtud del respeto de los derechos de la población consumidora nacional. En 1996, se reforma el Artículo 46 de la Constitución Política de Costa Rica para incluir los derechos de los consumidores, de manera tal que el país pueda contar con la tutela de los mismos, así como garantizar la existencia de instituciones públicas que permitan el desarrollo de un nuevo modelo de cultura de consumo, más respetuoso y sostenible, de manera que las prácticas del comercio y del mercado puedan ser orientadas hacia satisfacer los derechos de los consumidores, así como evitar el desarrollo de prácticas anti-competencia que perjudican al consumidor.

En el caso de los servicios públicos existe una situación diferente, pues en Costa Rica, no se consideran parte de una misma legislación, sino que son tutelados por la Ley 7593, de Creación de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos. Dentro de este andamiaje, los usuarios, pueden participar en los procesos de fijaciones tarifarias oponiéndose o avalando las solicitudes de los concesionarios de transporte público. Las organizaciones de consumidores son de reciente nacimiento en Costa Rica. Si bien es cierto el nacimiento del movimiento de consumidores data de la década de los 40 del siglo XX, en los Estados Unidos, también lo es el hecho que no es sino hasta la década del 90, cuando en Costa Rica, inicia con mayor organización y fuerza, generando organizaciones de diferentes tipos principalmente para velar por el correcto desarrollo y desempeño de los mercados locales. Pocas han sido las experiencias de organizaciones que se proyectan a la escala nacional, entre ellas Consumidores de Costa Rica, pues anteriormente la profesionalización en temas del consumidor era deficiente o no existía. Sin embargo el ahínco, el deseo de trabajo promovido por el voluntariado, las metas visionarias y la capacidad de organización de estas personas hizo posible el crecimiento del movimiento de consumidores en Costa Rica.



Consumidores de Costa Rica, nace con el afán de profesionalizar el trabajo de las organizaciones de consumidores en el país, de manera que se una a otros esfuerzos realizados en esta materia por precursores institucionales y privados, con el principal eje diferenciador de anteponer un modelo de solidaridad entre consumidores, sector privado y el Estado, de manera que los intereses de todos, encuentren el equilibrio necesario para que el comercio y la prestación de los servicios públicos se de bajo los principios de la información, solidaridad y justicia para los consumidores

Los siguientes corresponden a los derechos contemplados en el Artículo 32 de la Ley 7472 de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor del 19 de enero de 1995. El cual establece que los consumidores tienen derecho a:

- a. La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud, su seguridad y el medio ambiente.
- b. La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- c. El acceso a una información, veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, con especificación correcta de cantidad, calidad y precio.
- d. La educación y la divulgación sobre el consumo adecuado de bienes o servicios, que aseguren la libertad de escogencia y la igualdad en la contratación.
- e. La protección administrativa y judicial contra la publicidad engañosa, las prácticas y las cláusulas abusivas, así como los métodos comerciales desleales o que restrinjan la libre elección.
- f. Mecanismos efectivos de acceso para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a prevenir adecuadamente, sancionar y reparar con prontitud la lesión de estos, según corresponda.



## CAPÍTULO IV

### **4. La protección a los derechos del consumidor en Guatemala**

Luego de establecer un gobierno constitucional en el poder y creyendo necesario reestructurar las instituciones, se dispuso a través del Decreto 93 del Congreso de la República, Ley del Organismo Ejecutivo, de fecha 27 de abril de 1945, crear el Ministerio de Economía y Trabajo que en su Artículo 16 le asignaba las atribuciones a desarrollar en dicho ministerio. Para coadyuvar al desempeño adecuado del Ministerio de Economía se crearon las siguientes instituciones:

#### **A. Oficina de coordinación de precios y abastecimientos**

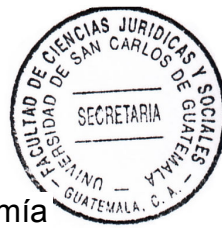
Creada por el Acuerdo Gubernativo de fecha 5 de junio de 1945, para la debida aplicación del decreto no. 90 ley de emergencias económica, con el objeto de impedir las fluctuaciones bruscas de los precios, velando por el mantenimiento de la estabilidad y el equilibrio económico del país, de acuerdo con las diversas leyes, reglamentos y disposiciones de emergencias.

#### **B. Oficina de estabilización económica**

En el Acuerdo Presidencial del 18 de febrero de 1946 se indica que la oficina de coordinación de precios y abastecimientos no llenaba los fines para los cuales había sido creada, por lo que resulta oneroso su sostenimiento al erario nacional; por lo que se suprime y se crea la oficina de estabilización económica, la cual tendrá todas las atribuciones de la anterior; ya que fue sustituida porque su estructura no era viable para los recursos de la nación.

#### **C. Dirección general de la economía nacional**

Creada por Acuerdo Presidencial de fecha 5 de enero de 1948, debido a que en el acuerdo presidencial se dio una nueva organización complementaria distinta a la oficina



anterior, por esta razón se suprimió para crear la dirección general de la economía nacional; dándole las atribuciones que correspondía a la oficina suprimida. Debido a la confrontación que en ese tiempo tenía el ministerio de economía y trabajo, se pensó que esta dirección controlaría y regularía todo lo concerniente a la economía nacional, de esa cuenta se formó entre su estructura el departamento de control de precios y abastecimiento el cual quedó de todo lo relativo a controles de ese tipo.

#### **D. Dirección general de comercio industrial y controles**

En el Acuerdo Presidencial del 29 de julio de 1949, se manifestaba que por acuerdo del presupuesto era necesario suprimir la dirección general de la economía nacional y crear la dirección general de comercio industria y controles, dándole las atribuciones que aparecieran en su reglamento interno, el cual se sancionó en el acuerdo presidencial del 25 de julio de 1950 o sea un año después de su creación.

#### **E. Departamento administrativo de economía y trabajo**

En el Acuerdo Presidencial del 28 de julio de 1953 se indicaba que debido a que en el presupuesto era necesario suprimir la dirección general de comercio industria y controles y en su lugar se creaba el departamento administrativo de economía y trabajo, señalándose que las atribuciones serían las mismas que tenía la oficina que se cancelaba.

Un año después debido a las situaciones políticas imperantes en el país y al cambio en las posiciones, estructurales, en el Decreto 19 de la junta de gobierno de la República de Guatemala de fecha 15 de julio de 1954, se dispuso cancelar el departamento administrativo de economía y trabajo, indicándose que en tanto se hacen las revisiones pertinentes queda a cargo del ministerio de economía y trabajo las aplicaciones de los



acuerdos vigentes sobre los precios y los artículos controlados.

## **F. Dirección de política comercial y financiera**

El 31 de mayo de 1966 se dispuso en el reglamento interno del ministerio de economía, la creación de la dirección de política comercial y financiera, entre las atribuciones que se le daban, se decía que debía recomendar las medidas pertinentes para lograr la estabilización de precios en el mercado interno.

## **G. Dirección de comercio interno y exterior**

En el Acuerdo Gubernativo del 3 de enero de 1968, se dispuso fusionar la dirección de política comercial y financiera y la dirección de comercio exterior, creándose la dirección de comercio interior y exterior, disponiéndose que, en lo que se refiere a precios, deberían proponer medidas adecuadas para la estabilización y control de precios en el mercado interno, como se puede observar esta atribución es similar a la que aparecía antes de la función indicada, con la única variante que se volvió a hablar de control de precios.

## **H. Oficina de control de precios**

Por Acuerdo No. 79 del ministerio de economía de fecha 17 de septiembre de 1979 del ministerio de economía de fecha 17 de septiembre de 1974 se creó la oficina de control de precios adscrita a la dirección de comercio interior y exterior, para lograr los objetivos de las medidas anti inflacionarias que se ha fijado el gobierno.

## **I. Dirección general de comercio**

En el Acuerdo Gubernativo no. 88-85 fecha 11 de febrero de 1985, el jefe de estado, considera crear la dirección general de comercio, como dependencia del ministerio de



economía, en sustitución de la dirección de comercio interior y exterior y la oficina de regulación de precios del citado ministerio, tendrá jurisdicción en toda la república y una duración indefinida. Se canceló el centro nacional de promoción de las exportaciones guatexpro, con el objeto de racionalizar los recursos y evitar la duplicidad de funciones.

#### **4.1 Leyes de protección al consumidor**

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

Esta situación se dio en un ambiente internacional propicio, ya que las naciones unidas, en su resolución número 39/248 del 9 de abril de 1985, definieron el quehacer de los gobiernos en cuanto a la protección de los derechos de los consumidores. Guatemala, como país miembro, adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices emanadas en este sentido por dicha organización; de esa cuenta se promulgaron la ley y el reglamento antes indicados.

La legislación de 1985 era de aplicación para toda persona individual o jurídica que en sus actividades comerciales cometiera actos de especulación, acaparamiento, alza inmoderada de precios, variación de pesos, medidas y calidad de los bienes y servicios, no anunciados, los cuales eran tipificados como delitos económicos.



No es sino hasta el año 1986, cuando se inicia un esfuerzo formal para hacer efectiva la obligación del estado en este campo, con la vigencia a partir del 14 de enero de ese año de la Constitución de la República de Guatemala, la que en su Artículo 119 obligaciones del estado, señala que son fundamentales para el estado, entre otras, la defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación, para garantizar su salud, seguridad y legítimos intereses económicos (literal i).

En Guatemala, actualmente contamos con la dirección de atención y asistencia al consumidor y usuario, que ayuda a la protección de los derechos del consumidor. El Decreto Ley 1-85, fue emitido el 14 de enero de 1985, ley de protección al consumidor. Lo que se buscaba con dicha ley era poder controlar el alza desenfrenada de precios de los productos y servicios esenciales para la población guatemalteca. Se crea su reglamento mediante el Acuerdo Gubernativo número 48-85 y se crea una ley de abastecimiento y control de precios de los productos esenciales, Decreto número 58-87 del Congreso de la República. En el mismo año, se crea la asociación liga del consumidor, que es una entidad de iniciativa privada. En 1995, se establece por Acuerdo Gubernativo número 425-95, la dirección de atención y asistencia al consumidor, como dependencia del ministerio de economía. Luego el 18 de febrero de dos mil tres el Congreso de la República decreta la ley de protección al consumidor y usuario, Decreto número 006-2003, habiendo sido publicado en el Diario de Centro América el día 11 de marzo de 2003, entro en vigencia el 26 de marzo de 2003. El objeto de la ley antes mencionada, como lo señala su Artículo 1, es buscar, promover, divulgar y defender los derechos del consumidor y usuario, establecer las sanciones y procedimientos aplicables a dicho tema.

El 10 de diciembre del 2003 se público el Acuerdo Gubernativo 777-2003 reglamento de la ley de protección al consumidor y usuario entrando en vigencia el 22 de diciembre de 2003. Su objetivo es desarrollar las disposiciones de la ley de protección al



consumidor, a efecto de regular la estructura administrativa y el funcionamiento de la dirección de atención y asistencia al consumidor como la unidad administrativa responsable de la aplicación de la ley.

La Diaco deberá asistir los derechos e intereses de los consumidores y usuarios en sus relaciones comerciales con los proveedores y prestadores de servicios. La Diaco procurará que las relaciones entre proveedores, consumidores y usuarios se llevan a cabo con apego a las leyes en materia de protección al consumidor. Deberá atender al consumidor y usuario, orientándolo en todo lo relacionado a calidad, peso y demás características de los productos y servicios existentes en el mercado.

Para ello la Diaco está compuesta de varios departamentos que tienen a su cargo la aplicación de la Ley.

## **4.2 Dirección de atención y asistencia al consumidor**

### **A. Visión de la Diaco**

Que los consumidores guatemaltecos conozcan y ejerzan los Derechos de consumidores y usuarios.

### **B. Misión de la Diaco**

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





### **4.3 Política pública de protección al consumidor y usuario**

#### **A. Promoción y asesoría al consumidor**

- a. Derechos del Consumidor
- b. Organizaciones Consumidores
- c. Material Educativo
- d. Divulgación e Información
- e. Ferias
- f. Coordinación Institucional

#### **B. Servicios al consumidor y usuario**

- a. Atención y recepción de quejas
- b. Conciliaciones
- c. Mediación
- d. Coordinación institucional

#### **C. Verificación y vigilancia**

- a. Libro de quejas
- b. Instrumentos de medición y pesaje
- c. Etiquetado, exhibición de precios, calidad
- d. Servicios públicos
- e. Publicidad engañosa
- f. Coordinación institucional



#### **D. Asesoría al proveedor**

- a. Información y asesoría
- b. Libro de quejas
- c. Instrumentos de medición y pesaje
- d. Contratos de adhesión
- e. Coordinación institucional

#### **E. Evaluaciones**

- a. Registros y bases de datos
- b. Resolución de quejas
- c. Documentos de resolución
- d. Información, educación y capacitación
- e. Eventos de promoción

#### **4.4 Objetivos de la dirección de atención y asistencia al consumidor.**

- A.** Promover la cultura del consumidor y usuario para fortalecer la calidad de vida, a través de conferencias, creación y divulgación de material educativo. Ferias del Consumidor y Ferias Escolares, mediante el cumplimiento de lo establecido en el Plan Operativo Anual.
- B.** Brindar en forma eficiente, eficaz y personalizada la atención al 100% de las quejas desde su recepción hasta su resolución mediante la aplicación del debido procedimiento administrativo.
- C.** Promover la mejora continua en el servicio mediante capacitaciones al personal una vez al mes y una evaluación trimestral del desempeño a todo el personal de la Institución.



- D.** Vigilar y verificar el respeto e igualdad de los derechos y obligaciones entre los consumidores y proveedores mediante el cumplimiento de lo establecido en el plan operativo anual.

La política de calidad es promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, cumpliendo con la legislación a través de procedimientos eficientes y eficaces, aplicando la mejora continua; fomentando para ello relaciones equitativas entre consumidores y usuarios.

#### **4.5 Departamentos que conforman a la diaco**

##### **A. Departamento de promoción y asesoría al consumidor**

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

Coordina la realización de investigaciones, estudios, análisis y encuestas referentes a las prácticas comerciales, en que intervenga consumidores finales, así como las características y comportamiento regional de las mismas, al igual que promueve la educación del consumidor y la organización de consumidores.

Las líneas de acción del departamento para el cumplimiento de sus fines son las siguientes:

- a. Campaña informativa (anuncios, charlas, conferencias, asesorías)



- b. Producción de material informativo (diseño de material educativo, juegos y afiches).
- c. Divulgación de los derechos de los consumidores (charlas, conferencias).
- d. Propiciar la organización de consumidores (charlas a organizaciones).
- e. Coordinación general de las ferias del consumidor y escolares.
- f. Monitoreo de precios con el apoyo de personal de otros departamentos.

### **B. Departamento de servicios al consumidor**

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

Recibe y diligencia las reclamaciones que se presenten por los consumidores o usuarios por situaciones que afecten a sus derechos e intereses. Propicia la celebración de convenios entre proveedores y consumidores o usuarios, basado en los principios de equidad y justicia mediante conciliación.

### **C. Departamento de verificación y vigilancia**

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



Asimismo, presta el apoyo a otros departamentos de la dirección, cuando le es solicitado y se estime pertinente su participación, como en el caso de verificar quejas presentadas, colaborar en actividades de monitoreo de precios o en operativos conjuntos con el ministerio de salud pública y asistencia social para verificar el contenido de nutrientes en algunos alimentos o con el ministerio de energía y minas, en el marco del plan centinela en el control de la cantidad exacta en los cilindros de gas propano y en el despacho en las gasolineras. La Jefatura forma parte, en representación de la diaco, de la comisión nacional de alimentos fortificados y de la comisión nacional de salud bucal.

Verifica la información recibida al presentarse una reclamación o denuncia, realiza investigaciones de oficio para verificar el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de consumo requeridas por coguanor y por tratados y convenios internacionales ratificados por Guatemala.

En cuando a la calidad educativa, en el marco del convenio de coordinación interinstitucional con el ministerio de educación, el despacho superior del ministerio de educación, la superintendencia de administración tributaria y la dirección de atención y asistencia al consumidor, decidieron la implementación del programa conjunto de verificación de la calidad educativa, para la atención de quejas y la verificación de anomalías en los centros de enseñanza tales como:

- a. Cobro de cuotas no autorizadas.
- b. Cobro de útiles.
- c. Carreras no autorizadas por el ministerio de educación.
- d. No cuentan con el libro de quejas.
- e. Contrato de adhesión no autorizado.



En el marco del convenio de cooperación interinstitucional con el ministerio de energía y minas, con el objetivo de verificar el despacho de gasolinás y el peso de los cilindros de gas propano, existe el denominado plan centinela.

#### **D. Departamento de asesoría al proveedor**

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

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

#### **E. Departamento administrativo**

Su objetivo principal es planificar, organizar, dirigir y controlar la ejecución de políticas, normas y procedimientos administrativos, de almacén, servicios generales de



mantenimiento de instalaciones y vehículos, así como el recurso humano de la dirección.

#### **F. Departamento financiero**

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

#### **G. Departamento de informática**

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

#### **H. Departamento jurídico**

Tiene a su cargo la interpretación y aplicación de la ley y su reglamento a cada caso concreto, con fundamento en las pruebas respectivas y establece el procedimiento jurídico pertinente; revisa los contratos de adhesión presentados ante la diaco mediante análisis jurídico, así como las solicitudes de registro de las organizaciones de consumidores y usuarios, aprueba solicitudes para utilizar medios alternativos del libro de quejas, emitiendo las resoluciones de autorización respectivas, notifica las resoluciones que deban ser del conocimiento de los interesados.



Se encarga también de revisar los textos de los convenios de cooperación interinstitucional, asesora a la dirección y a los departamentos en el ámbito de su competencia, según las atribuciones que establece la ley.

## **I. Asesoría y Dirección**

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

Elabora y presenta los informes sobre los avances físicos de las metas propuestas en el plan operativo anual, así como de los logros alcanzados por la diaco, en forma mensual, trimestral y anual, según sean requeridos por las autoridades, instituciones o personas interesadas. Prepara el plan operativo anual y el plan de trabajo de la institución para el próximo año colabora con la formulación del anteproyecto de presupuesto. Elabora la memoria anual de la institución y el informe presidencial ante el congreso.





## CAPÍTULO V

### **5. Derechos y obligaciones de consumidores y usuarios**

De conformidad con la ley de protección al consumidor y usuario, los derechos y obligaciones de los usuarios son los siguientes:

#### **5.1 Derechos de consumidores y usuarios**

Se entiende por el derecho del consumidor al conjunto orgánico de normas capaces de constituir una rama del derecho que tiene por objeto la tutela de quienes contratan para la adquisición de bienes y servicios destinados, en principio, a las necesidades personales. A esta definición se le debe dar mucha importancia ya que lo que se propicia es que se consagre el derecho de consumo. Este derecho de consumo está estructurado para que las relaciones entre los contratantes, los derechos y deberes, así como las obligaciones que se derivan entre proveedores o prestadores y consumidores sean respetadas, para lograr un equilibrio sano en el mercado.

Los derechos del consumidor son los pilares donde se sostiene la estructura de la ley de protección al consumidor y usuario. Con el paso del tiempo y las modernas relaciones de consumo, los derechos del consumidor deben interpretarse y adecuarse en forma amplia y desarrollada con el objetivo de buscar estabilidad en los mecanismos del mercado. La actividad del consumidor es dinámica, son actos en continuo crecimiento, renovación e innovación y debe concebirse con imaginativas ideas hacia el futuro.

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

#### **A. Derecho a la protección de la salud.**

La protección a su vida, salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios. Las cosas y servicios deben ser suministradas del tal formas, que utilizados



en condiciones normales o previsibles de uso, no presenten peligro alguno para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios. Lo que busca un derecho de esta categoría es que se eviten las situaciones de riesgo en los consumidores. Es decir, la norma de este artículo intenta no solo proteger estrictamente el aspecto comercial, sino también se extiende a otros campos, tales como los de la protección de la salud y la seguridad.

### **B. Derecho de elección.**

Consiste en la libertad individual que tiene el consumidor o usuario de acceder a una amplia variedad de productos o servicios para elegir aquel que más le convenga a sus deseos y necesidades a precios competitivos. Para ello es necesario asegurar la existencia de una libre competencia que permite una oferta a precios competitivos.

### **C. La libertad de contratación.**

Consiste en la libertad que tienen los consumidores de contratar servicios con quien mejor les convenga.

### **D. Derecho de ser informado.**

La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios indicando además si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre sus precios, características cualidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieren presentar. El que se le asegure al consumidor o usuario la obtención de datos, características y demás conocimientos reales antes de adquirir un bien o contratar un servicio, es un aspecto sustancial. La existencia de esa información permite actuar, adoptar o posibilitar con prudencia y responsabilidad una correcta decisión. En la práctica, este derecho de ser informado resulta ser débil o insignificante, lo que refleja la falta de apoyo para la educación al consumidor y la carencia de conocimientos a su alcance.



A este derecho se le debe dar mucha importancia, ya que es un instrumento de tutela de consentimiento que le otorga al consumidor para que tenga la posibilidad de reflexionar adecuadamente en el momento de celebrar el contrato o realizar el consumo. Esta información le pertenece al consumidor por derecho. Se deben conocer no sólo los derechos el consumidor sino aquellas disposiciones que establecen normas obligatorias de información, como la rotulación de determinados productos, la obligación del proveedor de entregar la información básica comercial en idioma español en nuestro caso y que no se utilice publicidad falsa o engañosa. La única posibilidad de poder elevar ese derecho a su faz efectiva y justa es que el consumidor lo conozca cabalmente. Más allá de la obligación por parte del productor de cumplir con este derecho de informar al consumidor o usuario, éste debería asumirse como un principio para mejorar las condiciones de vida de las personas.

#### **E. Derecho a la Seguridad.**

Con este derecho se tiene el fin de proteger y garantizar todo producto o servicio que sea ofrecido en el mercado, ya sea para uso o consumo y que esté exento de riesgos para la seguridad, la salud o la vida del consumidor y además que no signifique un daño al ambiente. La ley de protección al consumidor y usuario obliga a los proveedores, fabricantes, importadores, comerciantes y demás prestatarios de bienes o servicios, so pena de convertirse en infractores al cumplimiento de la obligación de conceder seguridad a sus productos. Todos los bienes o servicios que puedan suponer un riesgo para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios, deben comercializarse observando los mecanismos, instrucciones y normas establecidos o razonables para garantizar la seguridad de los mismos. Este derecho se refleja en normas de carácter administrativo, que establecen controles sobre la fabricación y prestación de productos en el mercado con el fin de disminuir riesgos instrumentándola de una manera preventiva.

## **F. Derecho de retracto.**

Este es un derecho nuevo, conocido en el Derecho Romano, como *Pactum displicentia* pacto de desagrado. Es una especie de compra sujeta a la aprobación del adquiriente, quien no sólo manifestaba su inconformidad con respecto a la cosa vendida sino también recupera el precio pagado por ella. La potestad del consumidor es poder ejercer su derecho de aceptar o cancelar su compra.

## **G. Derecho de acceso al consumo.**

Es el derecho a no ser separado abusivamente por parte de los proveedores de bienes y servicios de la relación de consumo. Se les debe dar a todos los consumidores un trato igualitario en el mercado de manera que ellos no puedan ser menoscabados en sus atributos esenciales como seres humanos. Es decir, que no sean excluidos o ser objeto de tratos inadecuados en razón de edad, credo o religión, sexo, condición económica o social, tipo racial, etc.

## **H. Derecho a la protección de los intereses económicos.**

Se deben proteger los intereses económicos y sociales del consumidor. Ello abarca desde la exigencia de calidad y eficiencia de los productos y servicios, hasta la existencia de organismos administrativos y judiciales que apliquen la verdadera justicia contractual y los mecanismos para resarcir los daños causados.

## **I. Derecho de acceso a la justicia.**

El consumidor tiene derecho a que sea resarcido por los perjuicios económicos y morales que padezca o sufra en caso de infracción a sus derechos, por lo que puede exigir:

- a. 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.

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

#### **J. Derecho a la educación para un consumo responsable.**

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

#### **K. Derecho de queja**

Utilizar el libro de quejas o el medio legalmente autorizado por la dirección de atención y asistencia al consumidor, para dejar registro de su disconformidad con respecto a un bien adquirido o un bien contratado.

### **5.2 Obligaciones de los consumidores y usuarios**

Son obligaciones del consumidor o usuario:

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



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

### **5.3 Derechos, obligaciones y prohibiciones de los proveedores**

#### **A. Derechos del proveedor.**

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

#### **B. Obligaciones del proveedor.**

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

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

el precio de los bienes o servicios que se ofrecen al público, incluyendo el Impuesto del Valor Agregado (IVA).

- 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 comuniquen 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 con las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasione debido al incumplimiento de lo convenido con él, de las disposiciones de la presente ley o de otras vigentes del país que sean aplicables.
- u. Respetar la dignidad de la persona humana no discriminando al consumidor o usuario, negándose injustificada o arbitrariamente a proveer un bien o prestar un servicio.



- 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.

### **C. Prohibiciones de 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 mora y cheques rechazados, recargos evidentemente desproporcionados.
- j. Cualquier acción u omisión que redunde en perjuicio de los derechos de los consumidores y usuarios contenidos en la ley.

#### **5.4 Derecho de retracto**

Es el derecho que tiene el consumidor de dejar sin efecto la aceptación del contrato en un plazo establecido, contado a partir de la fecha en que se entregue la cosa o se celebre el contrato, sin responsabilidad alguna. Este derecho no puede ser dispensado ni renunciado. Es obligación del vendedor informar por escrito al consumidor sobre esta facultad de revocación en todo documento que se le presente al consumidor, se le debe informar al consumidor que la cosa a disposición del vendedor y los gastos de devolución son por cuenta del proveedor.

La Constitución Política de la República de Guatemala, establece en su Artículo cuatro: “Libertad e igualdad. En Guatemala todos los seres humanos son libres e iguales en dignidad y derechos. El hombre y la mujer, cualquier que sea su estado civil, tienen iguales oportunidades y responsabilidades. Ninguna persona puede ser sometida a servidumbre ni a otra condición que menoscabe su dignidad. Los seres humanos deben guardar conducta fraternal entre sí.”

El Artículo 119 del mismo cuerpo legal establece que dentro de las obligaciones fundamentales del estado esta: La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la



preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.

La obligatoriedad de las leyes protectoras al consumidor son imperativas, ya que deben intervenir en forma coercitiva dentro de las relaciones entre el proveedor y el consumidor; se establece en un ámbito de la voluntad de las partes, pero forzosamente se imponen unos límites independientemente de los acuerdos contractuales. La irrenunciabilidad de las normas de la ley de protección al consumidor y usuario, se deben entender aún frente o en contra del consumidor, ya que aunque este renuncie a ellas, esta renuncia deviene nula, independientemente de la disponibilidad del consumidor o usuario en el momento de la renuncia, ya que el fin u objeto de dichas normas es defender al consumidor y usuario.

El derecho de retracto que menciona la ley de protección al consumidor y usuario implica dejar sin efecto la aceptación del contrato en un plazo establecido, contado a partir de la fecha en que se entregue la cosa o se celebre el contrato sin responsabilidad alguna; es dejar sin efecto por únicamente una de las partes, en este caso del consumidor. Con referencia al plazo, la ley establece cinco días al consumidor o usuario para ejercer su derecho, al hacerse valer estos cinco días el consumidor o usuario no tiene ninguna responsabilidad, siempre que no hayan hecho uso de la cosa.

### **5.5 Situación actual de la Diaco**

La actual dirección de protección al consumidor y usuario, funciona como una dependencia del ministerio de economía, según lo establece el Artículo 53 de la ley citada, con independencia funcional y técnica y con competencia en el ámbito nacional. Como se indica al principio, el reglamento de dicha ley, contenido en el Acuerdo Gubernativo número 777-2003, entro en vigencia el 22 de diciembre de 2003 y



desarrolla los procedimientos administrativos para la aplicación de la ley. En su Artículo 53, otorga sesenta (60) días hábiles a partir de su vigencia para que los proveedores de bienes y servicios se ajusten a las disposiciones de la ley de protección al consumidor y usuario; este plazo venció el 18 de marzo de 2004. A su vez, en lo que respecta a los instrumentos de pesaje, el mismo reglamento en su Artículo 11, establece el plazo de 90 días para cumplir con las regulaciones correspondientes, dicho plazo también se ha vencido.

Dentro del actual marco legal, una de las principales funciones tutelares que debe implementar la diaco, es la de educar y orientar al consumidor o usuario en cuanto a saber elegir y escoger los bienes y servicios que desee adquirir o contratar en las mejores condiciones, así como hacer valer los derechos que le asisten como tal y cómo y donde puede ejercer y/o reclamar dichos derecho.

#### **5.6 Procedimientos administrativos para la solución de conflictos ante la dirección de atención y asistencia al consumidor.**

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

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

- a. Arreglo directo conciliatorio entre las partes
- b. Arbitraje de consumo.
- c. Procedimiento administrativo.



### **A. Arreglo directo conciliatorio entre las partes**

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

### **B. Arbitraje de consumo**

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

### **C. Proceso administrativo**

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

### **D. Planteamiento de la queja.**

El consumidor o usuario que se considere agraviado deberá llenar el formulario proporcionado por la dirección en la cual expresará la queja, consignará sus datos personales y lugar para recibir notificaciones, así como los datos del proveedor o prestador de servicios contra quien se plantea la queja y la dirección donde éste puede



ser notificado o bien la sucursal o agencia del proveedor donde adquirió o contrató el bien o servicio.

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

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

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



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

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

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

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

## **5.7 Infracciones y sanciones contenidas en la ley de protección al consumidor y usuarios**

### **A. infracción**

Toda acción o omisión por parte de proveedores y consumidores y/o usuarios u organizaciones de consumidores y usuarios que implique violación de las normas jurídicas sustantivas o el abuso del ejercicio de los derechos y obligaciones que establece la ley de protección al consumidor y usuarios, constituye infracción sancionable por la dirección, en la medida y con los alcances que en ella se establecen. Los funcionarios y empleados de la dirección que en ejercicio de sus



funciones tengan conocimiento de la comisión de un hecho que pueda ser constitutivo de delito, deben denunciarlo inmediatamente a la autoridad competente, bajo pena de incurrir en responsabilidad.

La dirección deberá sancionar con multa de quince a setenta y cinco umas a aquellos proveedores que incurran en las siguientes infracciones:

- a. Incurrir en alguna o algunas de las prohibiciones establecidas en la ley de protección al consumidor y usuarios.
- 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 de protección al consumidor y usuario.
- i. No informar previamente al consumidor o usuario sobre las condiciones sobre las que se le otorga un crédito.
- j. No advertir, ni proporcionar las indicaciones sobre el uso de productos potencialmente dañinos para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios o para la seguridad de sus bienes.



- k. Cuando, en el momento de tener conocimiento de que un producto sea dañino o peligroso para el consumo o uso, no informar al público y no retirarlo del mercado.
- l. No cumplir con la garantía extendida al consumidor o usuario.
- m. No proveer el libro de quejas que establece la ley de protección al consumidor y usuarios o el medio legalmente autorizado por la dirección.
- n. Impedir el acceso de los consumidores o usuarios que desean registrar sus reclamos, al medio legalmente autorizado o al libro de quejas, sea por pérdida o extravío, por deterioro o por estar agotados los folios respectivos. En ningún caso se puede negar al consumidor o usuario el derecho a inscribir sus reclamos.
- o. No mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, medidas, registradoras, básculas y los demás instrumentos de peso, que se utilicen en el negocio.
- p. Cobrar en exceso los intereses que se deban aplicar sobre saldos pendientes de créditos concedidos o por exigir pagos por adelantado, sin la existencia de un pacto de anuencia por parte del consumidor o usuario.
- q. No registrar en la dirección los contratos de adhesión.

## **B. Sanción**

Sin perjuicio del derecho de defensa que tienen los proveedores o prestadores de bienes y servicios, de ejercitar su derecho de defensa a través de los procedimientos administrativos para solución de conflictos, 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 la ley.
- b. Apercibimiento público, el cual se podrá publicar en los medios masivos de comunicación.
- c. Multas, las cuales serán calculadas en las unidades de multas ajustables (umas). El valor de cada una será equivalente al salario mensual mínimo vigente para las



actividades no agrícolas, siempre que no exceda del 100% del valor del bien o servicio.

- d. Publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor en el diario de mayor circulación del país.

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

### **C. Infracciones especiales**

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

- a. **Precio superior:** Quien cobre un precio superior al exhibido, informado o publicado, se le impondrá una multa de quince a veinte umas.
- b. **Fraccionamiento del precio:** Quien fije precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituye una unidad, cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio, se le impondrá una multa de diez a veinticinco umas.
- c. **Condiciones de entrega:** Quien incumpla con las condiciones de entrega, plazos y características que fueron ofrecidas o pactadas con el consumidor, se le impondrá una multa de diez a veinte umas.
- d. **Adulteración de productos:** Quien adultere productos, ya sea en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad, se le impondrá una multa de veinte a ochenta umas.

- e. **Contenido inferior:** La fijación inferior en el envase o empaque, de la cantidad o del contenido neto de un producto, dará lugar a una multa de veinte a ochenta umas.
- f. **Obstrucción o resistencia:** Quien por cualquier acto o acción dolosa que obstaculice o impida la acción de investigación y fiscalización de la Dirección, se le impondrá una multa de quince a cincuenta umas.
- g. **Publicidad:** Por la utilización de publicidad engañosa por parte del proveedor, se le impondrá una multa de cuarenta a ochenta umas.
- h. **Garantía:** No extender garantía de los productos que vende el proveedor, de conformidad con lo establecido en la ley de protección al consumidor y usuario o por no extenderla completa, se le impondrá una multa equivalente a cincuenta umas.
- i. **Abuso de Derecho:** A las organizaciones de consumidores o usuarios que contravengan las limitaciones contenidas en el Artículo 10 de la ley de protección al consumidor y usuarios, se les impondrá una multa equivalente a veinticinco umas.
- j. **Negligencia:** Quien en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, cause menoscabo al consumidor o usuario, debido a fallas o deficiencias en la identidad y procedencia del respectivo bien o servicio y la seguridad en su uso, se le impondrá una multa de veinte a cincuenta umas.

## 5.8 Defensoría del consumidor

Por su parte, la defensoría del consumidor nace en el mes de mayo de dos mil seis, cuando un grupo de guatemaltecos, preocupados por la situación de vulnerabilidad en que se encuentran los consumidores y usuarios en Guatemala, frente a los atropellos y abusos de parte de proveedores de bienes y servicios, deciden constituir la asociación nacional para la protección y defensoría del consumidor y usuario, la cual puede ser conocida también como la defensoría del consumidor. Se trata de una asociación civil, sin finalidad de lucro, con personería, patrimonio y gobierno propio, apolítica y sin distinción de raza, ni credo, constituida por personas de la sociedad guatemalteca en general, organizadas con la finalidad de defender en forma colectiva los derechos de



los consumidores y usuarios, de conformidad con lo que se dispone en la Constitución Política de la República de Guatemala, el Decreto Número ciento seis (106), código civil guatemalteco, el decreto número cero dos guión dos mil tres (02-2003), ley de organizaciones no gubernamentales para el desarrollo, el Decreto Número cero cero seis guión dos mil tres (006-2003), ley de protección al consumidor y usuario, por las resoluciones y reglamentos aprobados por sus asambleas generales ordinarias y extraordinarias, junta directiva y su régimen estatutario.

**A. Objetivos de la asociación:**

- a. Diseñar, elaborar e impulsar planes, medidas, políticas y acciones orientadas al estudio, mejoramiento, promoción, protección y defensa de los intereses y derechos de los consumidores y usuarios en la República de Guatemala.
- b. Coadyuvar mediante el desarrollo de sus objetivos, fines y actividades, en la realización del bien común y la protección de la persona y la familia. Dado que la misma ley de protección al consumidor y usuario establece las finalidades de las asociaciones de consumidores.

**B. Finalidades de la asociación:**

- a. Promover, proteger y defender los intereses de los consumidores y usuarios;
- b. Difundir el contenido de las disposiciones de la ley de protección al consumidor y sus regulaciones complementarias;
- c. Informar, orientar y educar a los consumidores y usuarios por cualquier medio de difusión que considere conveniente, en el adecuado ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de sus obligaciones;
- d. Brindarles asesoría a los consumidores y usuarios, cuando estos la requieran;
- e. Estudiar y proponer medidas técnicas y legales encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y usuarios;

- f. Efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo;
- g. Representar a los 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;
- h. Recopilar, recabar y difundir información que se considere conveniente para los consumidores y usuarios;
- i. Velar por el fiel cumplimiento de las leyes, decretos y resoluciones, que hayan sido dictadas para proteger al consumidor y usuario;
- j. Recibir reclamos de consumidores o usuarios y presentar las denuncias correspondientes;
- k. 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.

**C. La asociación planea implementar las siguientes actividades:**

- a. Diseñar e impulsar nuevas normativas y reformas a las disposiciones legales vigentes, orientadas a mejorar la regulación y protección de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios;
- b. Realizar monitoreos periódicos en establecimientos públicos y privados, así como en los distintos medios de comunicación social, a nivel nacional, para verificar el respeto a los derechos de los consumidores y usuarios;
- c. Diseñar y ejecutar planes de trabajo a corto, mediano y largo plazo, así como políticas y actividades para la expansión y el desarrollo de la asociación, en toda la República de Guatemala;
- d. Promover las acciones administrativas y legales que correspondan, dentro del marco de las leyes nacionales y de conformidad con los objetivos y finalidades de la

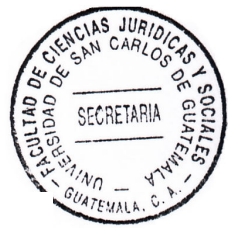


asociación, cuando sean necesarias, para la defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios;

- e. Elaborar y difundir pronunciamientos públicos y acciones legales, ante la promoción o entrada en vigencia de cualquier acción, política, norma o disposición de entidades públicas o privadas, que a nivel local o nacional, puedan afectar los derechos de los consumidores y usuarios;
- f. Promover y participar activamente, en actividades a nivel nacional e internacional, para compartir experiencias, promover colaboración o apoyo financiero, con instituciones que tengan objetivos y finalidades similares a los de la asociación;
- g. Gestionar financiamiento a nivel nacional e internacional, para la realización de planes y proyectos tendientes a la consecución de los objetivos, fines, políticas, acciones, actividades y planes de trabajo de la asociación;
- h. Impulsar la incorporación y participación activa de la asociación, en las instancias nacionales e internacionales que le permita la ley, donde se diseñen, discutan o promuevan, planes, medidas, políticas, normas y acciones orientadas al estudio, mejoramiento, promoción, protección y defensa de los derechos de los consumidores y usuarios;
- i. Promover una sana y permanente política de relaciones públicas con periodistas y medios de comunicación social, a nivel nacional e internacional;
- j. Cumplir a cabalidad con todas las disposiciones legales que rigen el funcionamiento de las Asociaciones civiles, la ley de protección al consumidor y usuario y las demás leyes de la república de Guatemala;
- k. Adquirir y administrar los activos que requiera la asociación, para su pleno desarrollo y eficaz funcionamiento;
- l. Diseñar e implementar todos los reglamentos internos que sean necesarios para su eficaz administración, desarrollo de objetivos, finalidades y la prestación de los servicios;



- m. Crear, administrar o subvencionar instituciones, establecimientos, obras sociales y actividades comerciales que sin animo de lucro contribuyan a mejorar su funcionamiento y sean de utilidad común para sus miembros y/o beneficiarios;
- n. En general, todas aquellas que no estén reñidas con sus objetivos esenciales y finalidades, ni con las leyes de Guatemala.







## CAPÍTULO VI

### **6. Análisis jurídico del derecho de protección al consumidor en Guatemala**

En Guatemala, la protección jurídica del consumidor, se encuentra contenida en diversas normas vigentes que se detallan a continuación:

#### **6.1 La Constitución Política de la República de Guatemala.**

La Constitución de la República que en su Artículo uno establece lo relativo a la protección a la persona, y señala que el estado de Guatemala se organiza para proteger a la persona y a la familia ya que su fin supremo es la realización del bien común, en base en este artículo podemos deducir que un objetivo fundamental del estado es garantizar a todos las personas tanto jurídicas como individuales, la debida protección a sus intereses, incluyendo a los consumidores y usuarios de productos y servicios.

Adicionalmente el Artículo dos, del cuerpo legal citado, establece los deberes del estado, entre los cuales se encuentran el deber que tiene el estado de garantizar la libertad y la justicia, en consecuencia el estado debe adoptar las medidas convenientes para proteger que no se viole la libertad de elección y el derecho de justicia que tienen todos los ciudadanos.

De igual forma el Artículo 26 de nuestra constitución establece el derecho individual o colectivo de hacer peticiones a la autoridad, quien esta obligada a tramitarlas y resolverlas de conformidad con la ley, por lo que este artículo nos garantiza el derecho que tenemos como consumidores de que exista una institución a la que podamos acudir a que se hagan valer nuestras quejas y que vele por el cumplimiento eficaz de la ley.

El Artículo 43 del mismo ordenamiento jurídico, establece lo relativo a la libertad de industria, comercio y trabajo, cuando hablamos de derechos de protección al consumidor es importante ubicar este artículo ya que el comercio, entendido como la



actividad lucrativa que ejerce cualquier persona física o jurídica, sea en forma individual o colectiva, intermediando directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objeto de facilitar y promover las relaciones entre estos sujetos.

El inciso I), del Artículo 119 de la constitución establece que la defensa de los consumidores y usuarios en cuanto la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.

En base a lo anterior, he podido darme cuenta que la constitución Política de la República de Guatemala, si garantiza el derecho de los consumidores, por ende lo podemos definir como un derecho de rango constitucional.

## **6.2 Código de comercio de Guatemala.**

Por su parte el Código de Comercio de Guatemala, regula en su Artículo 361 lo relativo a la prohibición de monopolio, y establece que todas las empresas tienen obligación de contratar con cualquiera que requiera sus servicios o productos observando igualdad de trato entre las diversas categorías de consumidores.

## **6.3 Ley de Propiedad Industrial**

La Ley de Propiedad Industrial también puede clasificarse dentro de las leyes de protección al consumidor, debido a que parte de su objeto es la protección, estímulo y fomento a la creatividad intelectual que tiene la aplicación en la industria y el comercio. En el campo de comercio es necesario que las marcas, signos distintivos y señales de propaganda, estén protegidos contra los comerciantes sin escrúpulos que atribuyen a determinados productos las características que ampara una marca registrada y de la cual no tienen licencia para utilizar, perjudicando con ello al consumidor que adquiere productos que no reúnen las características de los productos originales que ampara la marca registrada.



#### **6.4 Código civil**

El Artículo 1543 de este ordenamiento jurídico, establece que el enajenante está sujeto al saneamiento por evicción o por vicios ocultos en todo contrato oneroso en que se transfiere la propiedad, la posesión, el uso, goce o disfrute de una cosas, el Artículo 1544 determina que los contratantes pueden ampliar o restringir por pacto expreso los efectos del saneamiento y aun convenir en que este no se preste.

Sin embargo el saneamiento, tal y como esta regulado en el código civil no persigue la reparación de los daños y perjuicios, sino únicamente por medio de un acción redhibitoria, propone la rescisión del contrato celebrado y por medio de la acción estimatoria la reducción del precio de lo que la cosa vale menos, por los defectos o vicios ocultos que tenga.

El Artículo 1545, establece que una vez se ha renunciado al saneamiento cuando llega el momento en que el enajenante deba prestarlo, éste únicamente deberá devolver el precio que recibió, cuando el contrato fue traslativo de dominio. Sin embargo cuando el saneamiento hubiere sido renunciando de manera expresa, el enajenante está obligado a declarar los gravámenes y limitaciones que afectan a las cosas, así como los vicios ocultos que conozca.

Esta norma es complementada con el Artículo 30 del Código de Notariado, que establece que en todo acto o contrato el otorgante que se obliga debe hacer constar de manera expresa si sobre los bienes que motivan el acto o contrato existen o no gravámenes o limitaciones que puedan afectar los derechos del otro otorgante, el notario advertirá las responsabilidades en que incurran si así no lo hicieren.

La legislación relacionada, regula el saneamiento por evicción y por vicios ocultos. Tendrá lugar la evicción cuando se prive al adquirente de todo o parte de la cosa adquirida.



El saneamiento por vicios ocultos, deberá realizarlo el enajenante por los vicios o defectos ocultos de la cosa enajenada que la haga impropia o inútil para el uso que se destina.

El Artículo 1554, establece que una vez realizada la evicción el adquirente tendrá derecho a exigir del enajenante además de la restitución del precio, los frutos que haya sido obligado a restituir, el pago de las mejoras necesarias y útiles que hubiere hecho el adquirente y los gastos de conservación de la cosa, los gastos del juicio que haya motivado la evicción y en su caso, los del procedimiento seguido con el obligado al saneamiento y los gastos impuestos del contrato que se haya satisfecho.

Los mecanismos que tiene el consumidor, denominado en el código civil como adquirente, para que se haga efectivo el saneamiento por vicios ocultos, son la acción redhibitoria y la acción estimatoria, las cuales deben de ser entabladas dentro de los seis meses siguientes a la entrega de la cosa, tal y como lo establece el Artículo 1570. Ambas acciones de saneamiento deben tramitarse por el interesado judicialmente en un juicio sumario mercantil.

La acción redhibitoria es la que consiste en rescindir un contrato por los vicios o defectos ocultos, obteniendo el reintegro de lo pagado y gastos efectuados.

La acción estimatoria, es aquella que consiste en solicitar la reducción del precio o la estimación por los vicios o defectos ocultados de la cosa recibida, así como si no existe la cantidad convenida o la extensión indicada.

El Artículo 1573, establece que la acción redhibitoria excluye la estimatoria y viceversa, intentando una de ellas, el adquirente queda privado de la otra.

El Artículo 1562, señala que si se probare que el enajenante conocía de los defectos de la cosa, esta obligado a indemnizar daños y perjuicios, además de la restitución del



precio, si lo ignoraba únicamente debe restituir el precio y el pago de los gastos del contrato si se hubieren causado.

En vista de los artículos citados, deduzco que el saneamiento es una figura que debe existir en las relaciones comerciales que persigan la transmisión de un bien o servicio a título oneroso, y que constituye una alternativa para reclamar en contra de la calidad de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado. Sin embargo la rapidez de los negocios y de las relaciones comerciales que origina el consumo, da como resultado que el saneamiento sea complicado para el consumidor por el tiempo en que actualmente se desarrolla un juicio sumario, en los tribunales de justicia, por lo tanto considero que se debe hacer una reforma a la legislación vigente en el sentido que el saneamiento en las relaciones comerciales sea tramitado en una vía procesal más rápida y que además contemple el resarcimiento por los daños y perjuicios causados al consumidor.

### **6.5 Código de Salud**

El Artículo 130 del Código de Salud, establece que al Ministerio de Salud le corresponde la función de prevenir y controlar las etapas de procesamiento, distribución, transporte y comercialización de alimentos procesados de toda clase, nacionales o importados, otorgando la licencia sanitaria para la apertura de establecimientos, la certificación sanitaria o registro sanitario de referencia de los productos y la evaluación de la conformidad de los mismos, vigilando las buenas prácticas de manufactura.

Previamente a comercializar un producto alimenticio con nombre comercial, se debe contar con la autorización del Ministerio de Salud, con el objeto de que el registro sanitario de referencia garantice la inocuidad y calidad del alimento y construir el patrón base para controlar el producto en el mercado.



En el referido cuerpo legal esta determinado que la prevención y control en las etapas de producción, transformación, almacenamiento, transporte, importación y exportación de alimentos naturales no procesados recaen en el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

Las municipalidades tendrán la prevención y autorización de establecimientos relacionados con el manejo y expendio de alimentos en rastros municipalidades de conformidad con las normas establecidas por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, mercados, ferias y ventas de alimentos en la vía pública.

### **6.6 Ley de creación de la comisión guatemalteca de normas**

Esta ley, crea la Comisión Guatemalteca de Normas, COGUANOR, institución adscrita al Ministerio de Economía, cuya función consiste en dirigir, coordinar y unificar las actividades y políticas del país en materia de fijación de las normas, las cuales constituyen los estándares mínimos de calidad que deben reunir los productos alimenticios o no que se produzcan para el consumo de los habitantes de la república.

En la fijación de normas se abarcan normas de carácter básico tales como el sistema métrico y la coordinación modular y normas universalmente conocidas como: normas de nomenclatura, que establecen los términos, expresiones, abreviaturas, símbolos y diagramas que deben emplearse en el lenguaje técnico, normas de calidad, que determinan el conjunto de características físicas y químicas que debe reunir un material o producto útil para el uso a que se destina; normas de funcionamiento que permiten apreciar las eficiencias separadamente de máquinas, aparatos, instrumentos y dispositivos en las operaciones a que están destinados. Abarca además, normas de clasificación, codificación y prácticas de seguridad y las aceptadas por institutos internacionales de fijación de normas, así como las especificaciones y métodos normales de prueba para la determinación y comprobación de normas de calidad y funcionamiento.

Las normas que elabora COGUANOR, adquieren la categoría de normas guatemalteca y son de dos categorías:

- a. Normas recomendadas, que se refieren a las normas de calidad de producción y venta de bienes, son optativas para la industria y el comercio de que se trate, pero son de carácter obligatorio para el Estado, las entidades oficiales y autónomas descentralizadas, quienes no pueden comprar los productos de que se trate si no se rigen por las normas establecidas.
- b. Normas obligatorias, son aquellas relacionadas con el peso y medida, alimentos, medicinas, edificaciones y todo lo relacionado con seguridad y conservación de los bienes, de la salud y de la vida.

En caso de violación o desobediencia a las normas vigentes de calidad o alteración de masa, volumen, longitud u otra, en detrimento de la salud, seguridad o economía de quienes adquieran los productos, puede presentarse una denuncia por entidades públicas, personas individuales o jurídicas al Ministerio de Economía, acompañando las pruebas que estimen pertinentes.

Se podrá recomendar el retiro del mercado de estos productos y marcas involucradas con el fin de resguardar la salud de la población, sin menoscabo de otras sanciones que las leyes establezcan. En todo lo relativo a denuncias, trámites, resoluciones y recursos, se aplicará supletoriamente el Código de Salud.

## **6.7 Código Penal**

El Código Penal tipifica figuras delictivas que se pueden encuadrar dentro de la materia de protección y defensa del consumidor, el Artículo 340, tipifica el delito de monopolio, y determina que lo comete aquella persona que con propósitos ilícitos realiza actos con evidente perjuicio para la economía nacional, absorbiendo la producción de uno o más ramos industriales de una misma actividad comercial o agropecuaria, o se aprovecha exclusivamente de ellos a través de algún privilegio o utilizando cualquier otro medio o efectúa maniobras o convenios, aunque disimulen con la constitución de varias



empresas para vender géneros a determinados precios, en evidente perjuicio de la economía nacional.

El Artículo 341 del mismo cuerpo legal, establece otros actos de monopolio, como el acaparamiento o sustracción al consumo de artículos de primera necesidad, para provocar el alza de los precios en el mercado interno; todo acto o procedimiento que impida o se proponga impedir la libre concurrencia en la producción o el comercio; los convenios o pactos celebrados sin previa autorización gubernativa, encaminados a limitar la producción o elaboración de algún artículo; la venta de bienes de cualquier naturaleza por debajo del precio del costo, que impida la libre concurrencia en el mercado; la exportación de artículos de primera necesidad sin permiso de autorizada competente, si ello produce escasez o carestía.

El Artículo 342, tipifica que comete delito de especulación, quien esparza falso rumor o falseare las leyes económicas naturales de la oferta y la demanda o quebrantare las condiciones ordinarias del mercado produciendo aumento o baja injustificada en el valor de la moneda de curso legal.

Tipifica además el Código Penal los delitos de estafa propia, casos especiales de estafa y estafa en la entrega de bienes, delitos dentro de los cuales puede encajar la conducta de los comerciantes respecto de los consumidores en su relación mercantil, cuando existe dolo en su actitud.

### **6.8 Ley de protección al consumidor y usuario**

La Ley de Protección al Consumidor, tiene por objeto controlar y evitar el alza inmoderada de los precios de los productos y servicios esenciales para la población, es aplicada a toda persona individual o jurídica que comete actos de especulación, acaparamiento, variación de peso, medida o calidad en los productos y servicios esenciales.





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 quehacer del gobierno para la concreción de una efectiva protección y salvaguarda de los derechos e intereses legítimos de los consumidores.

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

En virtud de lo anterior el Congreso de la República decreto la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto 006-2003, esta ley fue emitida en un ambiente económico de libre mercado, dentro de una economía moderna y en un ámbito de globalización económica internacional. El principal objetivo de la ley es promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, así como establecer las infracciones, sanciones y procedimientos aplicables en dicha materia, cuando no se cumpla la misma.

Dentro de este marco legal, una de las principales funciones tutelares que debe implementar la diaco es la de educar y orientar al consumidor o usuario en cuanto a los derechos que le asisten como tal y cómo y dónde los puede ejercer y reclamar. Asimismo, conlleva la realización de acciones que tiendan a educar al consumidor o usuario sobre sus derechos a elegir y escoger que clase de servicio o producto consumir, donde lo puede adquirir en las mejores condiciones de mercado y de acuerdo a sus gustos y preferencias, donde lo puede obtener de manera satisfactoria a sus intereses.



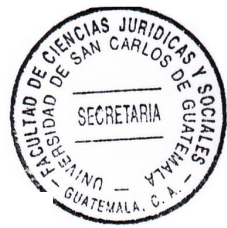
Sin embargo del análisis efectuado a la presente ley, he podido determinar que esta ley es un derecho vigente pero no positivo, ya que la diaco no fue dotada de autonomía para ejercer una función coercitiva y ejecutiva a favor de los consumidores y usuarios. Al mismo tiempo, los procedimientos establecidos en dicha ley no son funcionales ni operativos para los usuarios y consumidores en virtud de que carece de un proceso judicial en el cual se puedan hacer valer los derechos de los consumidores, porque actualmente los procesos establecidos en el Artículo 78, para la resolución de los conflictos y controversias que surjan entre proveedores y consumidores o usuarios son arreglo directo conciliatorio, arbitraje de consumo, procedimiento administrativo, los cuales no son suficientes para las controversias que se dan entre consumidores y proveedores.

Además es necesaria la creación de una institución con carácter de procuraduría que proteja los derechos de los consumidores y usuarios, para evitar abusos y vejaciones.



## CONCLUSIONES

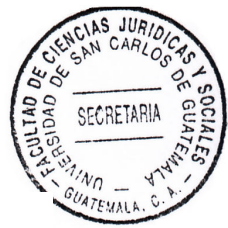
1. Todos los habitantes de un país, son consumidores en algún momento de la vida, y por ende el estado tiene la obligación de resguardar los derechos de los consumidores, y en la república de Guatemala no se cumple a cabalidad con esta finalidad, ya que las instituciones y leyes actuales no son suficientes para velar porque se respeten los derechos de los ciudadanos en esta materia.
2. El decreto numero 006-2003 Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente adolece de infinitas deficiencias de procedimientos, ya que en la citada ley se dejaron fuera características esenciales para su eficaz aplicación, siendo la más obvia la carencia de autonomía, ya que sin ella es imposible enmarcar un derecho autónomo como lo es el derecho del consumidor.
3. Derivado del estudio del funcionamiento actual de la Diaco, se ha determinado que no es eficaz la función que ejerce en la defensa de los derechos del consumidor, debido a que es una institución que no goza de autonomía, los procedimientos para resolución de conflictos son conciliatorios, sin capacidad de coerción y por ende es una institución débil e inoperante.
4. Es necesaria la creación de una procuraduría que proteja los derechos de los consumidores y usuarios, que sea accesible a las quejas de la población, que establezca procedimientos sencillos, rápidos y efectivos, y que esta institución sea dotada de autonomía y poder coercitivo para imponer sanciones a los infractores, ya que la DIACO, no goza de autonomía funcional para cumplir con sus objetivos.
5. El Estado de Guatemala no garantiza el derecho del consumidor, pues no existen políticas estatales en la referida materia, ni se da a conocer a la población en general, cuáles son sus derechos y las instituciones encargadas de velar porque se cumplan los mismos, ni se les informa por medios publicitarios a la población en general de sus obligaciones como proveedores de bienes y servicios.

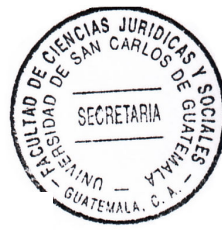




## RECOMENDACIONES

1. El Estado de Guatemala por medio de las instituciones actuales que velan por que se respete el derecho de protección del consumidor siendo estas el Ministerio de Economía, y la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO, promuevan eficientemente políticas gubernamentales para un indispensable ordenamiento jurídico coherente y que se revista de orden publico e interés social.
2. El Congreso de la Republica de Guatemala de realizar las reformas pertinentes para fortalecer la actual Ley de Protección al Consumidor y Usuario, para que esta cuente con los elementos jurídicos suficientes para hacerla una ley práctica y sencilla, que sea una ley que esté de acuerdo a las políticas internacionales en materia de defensa del consumidor.
3. Que se reestructure la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO, por medio del Ministerio de Economía y que aporte mas recursos económicos para fortalecer dicha dirección, en aspectos técnicos y que se capacite a personal de la DIACO, para que la misma tenga mayor participación en conflictos entre proveedores y usuarios, y que vele por los derechos de los consumidores en Guatemala.
4. Se debe crear a través de Organismo Ejecutivo la Procuraduría del Consumidor, con autonomía para poder ejercer la función de velar por los derechos de los consumidores en Guatemala y que la actual Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, pase a formar parte de dicha Procuraduría y así los guatemaltecos tendrán una institución que vele por sus derechos como consumidores y usuarios.
5. La DIACO debe mantener de forma permanente campañas informativas a nivel nacional sobre los derechos de los consumidores, sanciones a proveedores en caso de incumplimiento a la ley y violación de los derechos de los consumidores, indicando qué hacer en caso que un individuo sufra violación a sus derechos en idioma español y Maya.





## BIBLIOGRAFIA

AAKER, David y George S. **Day: "A guide to consumerism"**. Consumerism, Search for the Consumer Interest. 4ta edition Macmillan Publishing, New York 1982.

BARBOSA NOGUERA, Ruy. **Curso de Derecho Tributario**. Sau Pablo, 1980.

BOTANA GARCÍA, Gema y Miguel Ruiz Muñoz: **Curso sobre protección jurídica del consumidor**. Ed. Jurídicas, Madrid 1999.

CALIZ DE, Isabel. **Derechos y Obligaciones de Consumidores, Usuarios y Proveedores**. Revista Momento ASIES, año 10, No. 10. Guatemala, 1995.

CARRASCO PERERA, Dr. Ángel y otros. **Estudio sobre el Derecho de Consumo en España**. Univ. De Castilla La Mancha, 2001.

DEL VECCHIO, Rafael de Pina. **Diccionario de Derecho**. Ed. Porrúa, S.A., México 1988.

**Diccionario de la Lengua Española**. Vigésima Primera Ed. tomo I, Ed. Espasa Calpe, S.A. 1998.

FERNÁNDEZ GIMERO, José Pascual. **Derecho de Consumo**. Valencia 1999.

JIMÉNEZ SERRANO, Dr. Pablo y Heitor Pintó. **El Derecho del Consumidor**. Sao Paulo, Ed. UNIBAN, Brasil 1998.



LARES ROMERO, Víctor Hugo. **El derecho a la protección de los consumidores en México**. Univ. Autónoma Metropolitana de México 1991.

OVALLE FABELA, José. **Derechos del Consumidor**. Talleres Alejandro Crua Ulloa. México 2000.

PRADA ALONZO, Javier. **Protección del Consumidor y Responsabilidad Civil**. Marcial Pons Librero Editor. 1998

SANTESMASES, Miguel. **Marketing. Conceptos y Estrategias**. 2da Ed. Pirámide, Madrid 1993.

STIGLITZ, Gabriel. **Defensa de los Consumidores de productos y servicios**. Ed. La Roca, Buenos Aires, Argentina.

#### **Legislación:**

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

**Código Civil**. Decreto-Ley 106, 1963.

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

**Código de Defensa del Consumidor de Brasil**, 1990.





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

**Ley 7472 de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.**  
Costa Rica