

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA

**LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO, DECRETO 6-2003 DEL
CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA COMPARADA CON LA
RESOLUCIÓN 39/248 DE LA ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES
UNIDAS DEL 9 DE ABRIL DE 1985 SOBRE LA PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR**

CLAUDIA LORENA GODOY MENDOZA

Guatemala, Septiembre de 2005

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA**

**LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO, DECRETO
6-2003 DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA
COMPARADA CON LA RESOLUCIÓN 39/248 DE LA ASAMBLEA
GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS DEL 9 DE ABRIL DE 1985
SOBRE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

Tesis

**Presentada al Consejo Directivo
De la Escuela de Ciencia Política de
La Universidad de San Carlos de Guatemala**

Por

CLAUDIA LORENA GODOY MENDOZA

**Al Conferírsele el Grado Académico de
LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES**

**Y el Título Profesional de
INTERNACIONALISTA**

Guatemala, septiembre de 2005.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

RECTOR MAGNÍFICO
Dr. Luis Alfonso Leal Monterroso

SECRETARIO GENERAL
Dr. Carlos Enrique Mazariegos Morales

CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA

DIRECTOR: Lic. Juan Fernando Molina Meza
VOCAL I: Lic. Jorge de Jesús Ponce Reinoso
VOCAL II: Licda. Blanca Eugenia Castellanos Calderón
VOCAL III: Licda. Vilma Yolanda Masaya Asencio
VOCAL IV: Br. Luis Eduardo Anleu Zeissig
VOCAL V: Br. Emmanuel Ranfery Montúfar Fernández
SECRETARIA: Licda. Ingrid Nohemy Gill Leiva

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL DE GRADO

EXAMINADOR: Lic. Alfonso René Ortiz Sobalvarro
EXAMINADOR: Lic. Carlos Enrique Villatoro González (Q.E.P.D)
EXAMINADOR: Lic. Isidro Vinicio González González
EXAMINADOR: Lic. Julio Cesar Serrano Terré
EXAMINADOR: Lic. Arturo Díaz Córdova

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN PÚBLICO DE TESIS

DIRECTOR: Lic. Juan Fernando Molina Meza
SECRETARIA: Licda. Ingrid Nohemy Gill Leiva
ASESOR: Lic. Rubén Corado Cartagena
REVISOR: Lic. Carlos Fredy Ochoa García
EXAMINADOR: Lic. Oscar Rodolfo Gomar López

NOTA: “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas en la tesis”.
(Artículo 74 del Reglamento de Evaluación y Promoción de Estudios de la Escuela de
Ciencia Política).

ACTO QUE DEDICO

A DIOS

Ser supremo que me ha permitido lograr cada uno de mis sueños.

A MIS PADRES

Oscar Godoy y María Elena Mendoza, quienes me enseñaron el valor a la vida e inculcaron en mí, el luchar y no darme por vencida sino hasta obtener mis metas.

A MIS HIJOS

Carlos y Margarita, que son mi más grande satisfacción y que me inspiran a seguir adelante, para ellos todo mi amor.

A MI ESPOSO

Salvador Morán, por acompañarme y apoyarme incondicionalmente.

A MIS HERMANOS

Patricia, Oscar y Luis, por estar a mi lado y por respaldarme en todos los momentos de mi vida.

A MIS SOBRINOS

Richard, Rocio, Marcela, Diego, María Alejandra, Paula, Luis Eduardo, Carlos Daniel, Kyra y Mishel , con cariño.

A MI FAMILIA

En especial a mi tío Francisco Mendoza, por su apoyo en todo momento.

A MIS AMIGOS Y AMIGAS

Aida, Alfonso, Ana Graciela, Anjara, Barbara, Estuardo, Evelyn, Lucia, Luis, María Fernanda, Neida, Nineth, Omar, Rebeca, Wingston con mucho cariño.

A MIS CATEDRÁTICOS

Dr. Cesar Agreda, Lic. Daniel Arriola, Lic. Rubén Corado Cartagena, Lic. Carlos Ochoa, Lic. Roni Palacios, Lic. Carlos Villatoro (Q.E.P.D), con respeto, admiración y agradecimiento por la formación académica inculcada, pero sobre todo por la amistad que tuvieron a bien brindarme.

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y LA A ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA,

Donde recibí mi formación profesional.

A MI AMIGA ANA GRACIELA MEDINA MAYEN

Por su amistad y ser una persona capaz de compartir sus conocimientos y ayudar sin esperar nada a cambio.

AL LIC. RUBÉN CORADO CARTAGENA

Por su apoyo, amistad, y calidad profesional.

A OMAR LISANDRO CASTAÑEDA

Por su alta calidad humana.

A LA LIC. CLAUDIA ZETA LAM

Por su colaboración durante el transcurso de la investigación.

AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA POLITICA

Especialmente a la Licda. Amanda Mendez, Blanqui Sosa, Irene Chacon, Leda Guzmán, Miriam de Melgar, Silvia Barneond, por su apoyo en la realización de los diversos procesos.

INDICE

	Página
Introducción	1
Capítulo I	
1. Defensa al Consumidor	4
1.1 Aspectos Conceptuales	4
1.2 Reseña Histórica de la Defensa al Consumidor	5
Capítulo II	
2. La Organización de las Naciones Unidas y su lucha por la Defensa de los Consumidores	11
2.1 Marco Legal de la Defensa al Consumidor en Guatemala	17
2.2 Organizaciones de Defensa al Consumidor en Guatemala	20
2.2.1 Liga del Consumidor	20
2.2.2 Centro de Defensa al Consumidor y Usuario	21
2.2.3 Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)	22
Capítulo III	
3. Decreto 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala Ley de Defensa al Consumidor y Usuario	29
3.1 Ley de Defensa al Consumidor y Usuario, Decreto 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala y su trabajo en el Ámbito Nacional	34
3.2 Legislaciones de Defensa al Consumidor en México y El Salvador	49
3.2.1 Defensa al Consumidor en México	50

3.2.2 Defensa al Consumidor en El Salvador	52
3.2.3 Cuadro Comparativo sobre el cumplimiento de la Resolución 39/248 de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, con las legislaciones de México, El Salvador y Guatemala	55
Consideraciones y Conclusiones	62
Recomendaciones	66
Bibliografía	68

INTRODUCCIÓN

En el mundo entero los Estados ya sean industrializados o en vías de desarrollo, encuentran una infinidad de obstáculos en su afán por alcanzar la satisfacción de las necesidades de la población, es por ello, que se convierte en el ente protector y regulador del comportamiento de sus habitantes, lo cual logra a través de la elaboración y aprobación de leyes, las cuales no son más que un instrumento con el que trata de mantener y resolver situaciones de interés global e integral, tal y como sucedió, con el tema de la protección al consumidor, que en este caso es nuestro objeto de estudio.

Actualmente existen legislaciones en pro de los consumidores en la mayoría de los Estados del mundo, esto como consecuencia de la lucha por parte de organizaciones que en sus inicios, integradas por algunas personas de la sociedad, que se dieron a la tarea de dar a conocer la importancia del tema, en primer lugar para conseguir instituir reglamentaciones en sus países de origen y luego con la intención de que esto se conociera internacionalmente, lo que trajo como resultado que se unieran las organizaciones de diferentes países y continentes y emprendieran la lucha en pro de los consumidores, a esto no quedó indiferente la Organización de Naciones Unidas (ONU), y cumpliendo con sus principios constitutivos, inició una lucha por alcanzar el trato justo y digno de los consumidores, a través de la elaboración de una serie de directrices, con el fin de que sus miembros las consideraran en la elaboración de sus leyes de protección al consumidor, en caso de que algunos no contaran con ellas, y la reelaboración de estas en el caso las ya existentes.

En Guatemala, a pesar de que ya contaba con el Decreto-Ley 1-85, se hizo necesario derogarla y elaborar una nueva, debido a que en algunos casos la aplicación de la misma afrontaba una serie de dificultades, aprobándose el Decreto 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala, que incorporó en cierta medida las directrices antes mencionadas.

La presente investigación se realizó para establecer si la Ley de Protección al Consumidor y Usuario aprobada en el año 2003 por el Congreso de la República toma en cuenta las directrices que establece la Resolución 39/248 de las Naciones Unidas sobre la Protección al Consumidor; así mismo, se busca determinar el grado de beneficio que la Ley traerá a los ciudadanos guatemaltecos. Otro elemento fundamental de esta investigación, es el de verificar la aplicabilidad y la viabilidad de dicha Ley.

El presente trabajo se divide en tres capítulos, abordando en el primero la protección al consumidor y su devenir histórico, hasta llegar al momento en que el fenómeno cobra carácter internacional.

En el Segundo Capítulo se incluyen las directrices dictadas por la Organización de Naciones Unidas y sus posteriores reformas en el año de 1999, las cuales influyeron en la elaboración de la Ley de Protección del Consumidor Guatemalteca Decreto 6-2003; en este mismo capítulo se abordaran los primeros intentos por lograr la protección de los consumidores en Guatemala.

En el Tercer Capítulo, se aborda la actual Ley de Protección del Consumidor y Usuario, incluyéndose también, aunque no a profundidad las legislaciones Mexicana y la Salvadoreña, por ser éstas consideradas ejemplo para nuestro país en lo que a protección al consumidor se refiere, así mismo, se elaboró un cuadro en donde se

podrá observar la incidencia y cumplimiento de las tres legislaciones frente a las directrices de la ONU.

CAPITULO I

1. DEFENSA AL CONSUMIDOR

1.1 Aspectos Conceptuales

En lo que se refiere al término de consumidor, este ha recibido diferentes definiciones, para algunos es "aquella persona que hace uso o gasta los bienes y servicios que produce la economía del país,"¹ para otros es "la persona que utiliza alimentos, ropa o todo aquello producido o hecho por los productores."² Es decir, que consumidor será cualquier individuo que adquiera productos tanto de uso básico como: alimentos, medicina, vestuario y servicios (energía, agua, teléfono, etc.).

Por otro lado el comportamiento de consumidor presenta tres momentos básicos:

a) Antes de la compra el consumidor identifica el producto-servicio que satisface su problema, el consumidor se vale de la información proporcionada por el productor a través de la publicidad conociendo las cualidades, atributos y beneficios que brinda el producto.

b) Durante la compra el producto seleccionado debe estar disponible, o sea, el productor debe poner a disposición de los consumidores los bienes y servicios a través del canal de distribución para lograr un efectivo intercambio.

c) Luego de haber comprado y utilizado el producto el consumidor o el comprador se forma una nueva actitud basada en el grado de satisfacción o insatisfacción de acuerdo a esto conducirá a un comportamiento de post-compra que llevará a la fidelidad o no de una marca. ³

¹ Zorrilla Arena, Santiago. Silvestre Méndez, José. *Diccionario de Economía*. Ediciones Océano, S.A. México, D.F. Pp. 35. 1987.

² Barnhart, Robert K., *The World Book Dictionary*, World Book Inc. United States of América, Pp.446. 1996.

³ Bechi, Ma José. Benencio, Diego. Bergna, Fabián. Recalde, Luis. *Comportamiento del consumidor*. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/comporconsumidorpractico.htm>. Septiembre 2005.

Con lo anterior podemos decir que los diferentes grupos de consumidores buscan que los productos y servicios que consumen sean de buena calidad, precios bajos y que exista una diversidad de estos.

En virtud de lo cual el consumidor se encuentra en una constante búsqueda, la que se ha dado a través de la historia, en donde se han organizado grupos con el fin de defenderse de las prácticas abusivas e injustas de las que eran víctimas, en su mayoría por parte de los comerciantes y otros por los productores, dando como resultado la aparición de movimientos en pro de los consumidores. Pero para facilitar la comprensión de lo que estamos hablando se dará a continuación una reseña histórica de cómo se ha venido dando la protección al consumidor.

1.2 Reseña Histórica de la Protección al Consumidor

Es difícil encontrar el origen de esta tendencia proteccionista, para ello tendríamos que remontarnos al antiguo Derecho Romano, específicamente en el Digesto de Justiniano, en donde se dice que “cualquier individuo sabiendo, o ignorando, que vendía ganado enfermo o un madero defectuoso, se calló, y engañó al comprador, teniendo que responderle de todos los perjuicios que el comprador hubiere experimentado por aquella compra.”⁴ Así en la Suma Teológica de Tomás de Aquino, se aseveraba que “una venta se hacía ilícita, cuando el producto tenía algún defecto y de que el vendedor se encontraba obligado a manifestar los defectos del producto vendido.” A pesar de que en esta época el tema se encontraba en crecimiento, sufre un descalabro a consecuencia del fraccionamiento del Imperio Romano y la consecuente reducción de la actividad comercial. Volviéndose a encontrar nuevamente indicios de este, en el Siglo XVII aunque de forma aislada con

⁴ Araujo Morales, Cristian Javier. **El Surgimiento De La Protección Al Consumidor.** Revista Jurídica Cajamarca, Año I. Número 1. Perú. Pp 1. Septiembre-Diciembre 2000.

frases como “que el comprador esté alerta”, la cual esta incluida dentro del Derecho Común Inglés.

Ya en el Siglo XVIII, Adam Smith, dijo en *La Riqueza de las Naciones*: que todo hombre debe quedar perfectamente libre para que puedan salir sus producciones a competir, con tal que no viole las leyes de la justicia, que el gobierno debe poner en lo posible a cubierto la injusticia y opresión de un miembro de la república a otro, y que el consumo es el único fin y el objeto de toda producción en que interviene la industria del hombre, y por tanto no existe otro medio de mirar los intereses del productor que atender a los del consumidor.⁵

Para el Siglo XIX durante el auge de la Revolución Industrial, empiezan a presentarse casos de responsabilidad por productos defectuosos con cierta frecuencia”.⁶ Así mismo, a finales de este mismo Siglo (1899), se fundó la Liga Nacional de los Consumidores en Estados Unidos, con el propósito de luchar por los derechos de los consumidores y trabajadores, quienes tenían una pequeña voz o poder en el mercado y las empresas. Esta organización buscaba mejorar las condiciones de trabajo en las diferentes empresas y la calidad de los productos que estas producían, luchaban también contra el trabajo infantil. Uno de los triunfos de esta, fue la limitación de las horas de trabajo, beneficiando directamente a las mujeres trabajadoras.⁷ A raíz de esto, en Estados Unidos empezaron a surgir una serie de movimientos sociales que dieron como resultado la aprobación de la Ley de Alimentos y Medicamentos.⁸

El tema comenzó a generar revolución dentro de la población estadounidense, que algunos escritores como Stuart Chase y Frederick J. Schlink,⁹ no dejaron pasar la oportunidad de pronunciarse, a través de la publicación de un libro llamado *Your*

⁵Alterini, Atilio Aníbal. Disertación pronunciada en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (Sevilla, España), el 9 de noviembre de 1988 y publicada en la Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense de Madrid, No. 91. Pp. 5-6

⁶ Araujo Morales, Cristian Javier. Op Cit. Pp. 1

⁷ National Consumers League. http://search.eb.com./women/articles/national_con_l.html. Mayo 2003

⁸ Martínez, Julia Evelyn. **Mecanismos Públicos Y Privados De Protección Al Consumidor: Diferencias Y Complementariedades.** Imprenta Criterio. San Salvador, El Salvador. Pp. 20 1998.

⁹ Citado en Martínez, Julia Evelyn. Ibidem. Pp. 23

Money Worth, (Su dinero Vale), en el que describían las estafas de las que eran víctimas los consumidores. En dicho libro los autores invitaban a los lectores a enviar un dólar a cambio de una lista de los resultados de los estudios que se habían realizado a una serie de alimentos y productos, esta iniciativa tuvo tal éxito, que dio origen en el año de 1927 al nacimiento de una organización, que años después fue reconocida bajo el nombre de Consumers Research, (Investigación de Consumidores) y denominada por el gobierno como una organización no lucrativa, en el año de 1933 se da una división interna en donde surge una nueva organización, llamada Consumers Union, la que se convirtió en la organización de consumidores más influyente de Estados Unidos.¹⁰

Pero esto no se dio únicamente en este país, debido a que era un fenómeno que afectaba a la mayoría de la población mundial, por lo que organizaciones encargadas de promover el respeto a los consumidores en sus países de origen, decidieron unirse y llevar a cabo la tarea de llevar el mensaje a los países en donde todavía no se promovía el tema, dando como resultado el denominado movimiento internacional de consumidores, surgiendo en el año de 1960, bajo el impulso de seis organizaciones de consumidores de los Estados Unidos, Australia, Bélgica, Holanda e Inglaterra, con el nombre de International Organizations of Consumers Union (Organización Internacional de la Unión de Consumidores), siendo una federación de organizaciones de consumidores, para proteger y promocionar los intereses de los consumidores a nivel mundial.

Este mismo año, el presidente estadounidense John F. Kennedy promovió la lucha a favor de los derechos civiles, lo que significó un momento crucial para el fortalecimiento e internacionalización de la defensa al consumidor, estos derechos fueron tomados en cuenta dentro de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y se instituyeron el 15 de marzo de 1962 como los derechos básicos de los

¹⁰ Op Cit. Martínez, Julia Evelyn. Pp.23-24-25.

consumidores, a lo cual todos los países miembros tienen que atender. Estos derechos son:

- “Derecho a la protección de su vida, salud y seguridad en el consumo
- A la libre elección del bien o servicio
- A la libre contratación
- A contar con información respecto al bien o servicio que adquiere o contrata
- A información veraz, clara y oportuna sobre bienes y servicios ofrecidos en el mercado
- A la reparación, resarcimiento, devolución de dinero, cambio del bien o compensación por quien resulte responsable de los daños y perjuicios
- A asociarse y a constituir entidades no lucrativas de consumidores
- A la educación del consumidor”

Asimismo estos derechos se convirtieron en el pilar fundamental para que el movimiento internacional se consolidara, trasladándose de esta forma a otros continentes, ya que para 1965 aparece la primera organización de consumidores que reunió a los países de Malasia, posteriormente en Asia, África, Europa y América Latina.

En lo que a los países en vías de desarrollo se refiere, la protección se dirigía principalmente a la satisfacción de las necesidades básicas, tales como alimentos y medicina debido a que el nivel económico real de estos era totalmente diferente al de los países desarrollados. La primera organización que aparece en América Latina, surgió en México en 1970 bajo el nombre de Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa al Consumidor, a la que siguieron países como Jamaica, Curazao y Brasil.¹¹

En el Continente Europeo, es el Comité Económico y Social de las Naciones Unidas en conjunto con el Comité Económico y Social del Parlamento Europeo los que trabajaron arduamente para que se diera la protección de los consumidores. De esa

¹¹Op. Cit. Martínez, Julia Evelyn. Pp. 29.

manera en el año de 1974, El Comité Económico y Social Europeo fue consultado para que se comenzara a considerar un programa preliminar comunitario para la información y la protección al consumidor.

Es de esta forma en que nace el Programa Preliminar en el cual se encontraba especificada en que consistiría la protección de los consumidores y el tipo de información que se debería de dar a los mismos, en todos los sectores de la sociedad europea. En la actualidad la producción en masa de bienes y la distribución generalizada de servicios el avance tecnológico, ha dado como resultado la llamada sociedad del consumo, en la cual “las personas están consideradas como la masa de consumidores a quienes se puede influir en sus deseos y crear necesidades a través de la publicidad, dejando por un lado la satisfacción de las necesidades de las mismas y concentrándose únicamente en producir mayor cantidad de bienes y más baratos con la finalidad de vender para tener rentabilidad”¹², dicho fenómeno ha dado lugar a la ruptura del principio de equilibrio entre la oferta y la demanda denominándose GLOBALIZACIÓN.

A lo cual la IOCU¹³, no ha permanecido indiferente y ha luchado por que las organizaciones de consumidores tengan una voz, no solo a nivel regional sino mundial, tratando de encontrar las soluciones más viables a los problemas que enfrentan los consumidores ante dicho proceso económico.

Como lo expuso Cristian Candia R.¹⁴ representante del Programa Económico y Comercio Internacional de Consumers International (CI), de la Oficina para América Latina y el Caribe, “la globalización, tal y como se desarrolla actualmente, con una primacía de los intereses de las grandes transnacionales, está produciendo la

¹² Ministerio de Educación y Ciencia. **La sociedad del consumo.** Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa. Madrid, España. 1992

¹³ La cual cambia de nombre en 1993 y pasa a ser Consumers Internacional. Martínez, Julia Evelyn. Op. Cit. Pp. 29

¹⁴ Ponencia presentada en el Seminario Certificando la Sustentabilidad en el panel Certificaciones Sociales-Educación-Consumo y Comercio Justo, realizada en Santiago de Chile el 29 de Noviembre de 2003.

agravación de las asimetrías y las diferencias sociales. El primer derecho de los consumidores, definido por CI es el derecho de las personas a la satisfacción de las necesidades básicas. Por eso temas como la construcción de mercados justos, la justicia social, los derechos humanos y la erradicación de la pobreza son materias que también están presentes en la agenda de los consumidores junto a la cuestión ambiental y que es esencial para el movimiento de consumidores, pues es cada vez más urgente cambiar patrones de producción y consumo.”

Tal y como se observó, es el sector productivo el que viene a controlar a la demanda, aunque sea de forma indirecta y es por ello, que precisa utilizar métodos cada vez más agresivos en cuanto a control de calidad, pesos y medidas exactas, para poder mantener la producción masificada y subsistir.

Desde sus inicios la protección a los consumidores se dirigía únicamente a conseguir medidas justas para los individuos, pero conforme las prácticas comerciales empezaron a expandirse, las condiciones de los consumidores comenzaron a presentar con mayor frecuencia abusos tales como alza de precios, mala calidad de productos, engaños en cuanto la adquisición de los productos. A consecuencia de esto, surgieron organizaciones en pro de los consumidores, dichas organizaciones eran de tipo no gubernamental. Pero el fenómeno no ocurría únicamente en un país, sino que era generalizado. Es por ello, que surgió la preocupación en la ONU, que a pesar de no ser un ente eminentemente coercitivo, tiene el suficiente peso como para influenciar a los países que la conforman a responder de una forma positiva a las disposiciones que esta presente a la comunidad internacional, tal y como ocurrió en el caso de la protección al consumidor, lo cual se abordará en el capítulo siguiente.

CAPITULO II

2. LA DEFENSA AL CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

“Desde su fundación en 1945, las Naciones Unidas y su sistema de organizaciones trabajan juntas e individualmente para construir un mundo en el que toda persona, cualquiera que sea su condición, pueda desarrollarse y contribuir al desarrollo de su comunidad. Para lograrlo, se llevan a cabo proyectos que abarcan áreas tan diversas como los derechos humanos, la protección a la infancia, el respeto de la propiedad intelectual y el desarrollo económico y social.”¹⁵

De acuerdo con los principios constitutivos, que establecen lo referente a: “alcanzar una cooperación internacional en la solución de problemas económicos, sociales, culturales o humanitarios y el de fomentar el respeto por los derechos humanos y las libertades fundamentales”, la Organización de las Naciones Unidas propuso iniciar un arduo camino en pro de los consumidores. El tema, cobra importancia en el seno del Consejo Económico y Social en 1970, cuando se consideró que el tema incidía en el desarrollo económico y social de los países, por lo que se empezó a investigar de cómo se encontraba la posición del consumidor a nivel mundial pidiendo en el año 1977, al Secretario General, que elaborara un estudio en donde se especificaran las instituciones de defensa al consumidor y normas jurídicas vigentes en la materia en los países miembros, a lo cual los resultados no fueron satisfactorios ya que no todos contaban con legislaciones y en algunos de los casos en los que países que la poseían no cumplían con los principales derechos de los consumidores. Con este informe en la segunda fase del estudio es en el año de 1979, cuando el Consejo pide nuevamente que se preparase otro informe que incluyese propuestas de medidas sobre protección de los consumidores para que fuera revisado por los gobiernos. Las

¹⁵ Organización de Naciones Unidas. <http://www.onu.org/naciones.htm>. Centro de información de las Naciones Unidas para España. Consultado Octubre 2004.

propuestas de la Asamblea General se encaminaron a cumplir con los derechos fundamentales que se encuentran instituidos desde 1962 en la ONU. Para 1981, el Consejo, pide nuevamente al Secretario General continuar con las consultas sobre la protección al consumidor con miras para la elaboración de una serie de orientaciones generales sobre esta materia, tomando en cuenta las necesidades de los países en desarrollo.¹⁶ El 17 de Septiembre de 1982 el Secretario General pidió verbalmente a los países que no habían respondido a su petición que lo hicieran a la mayor brevedad posible.¹⁷ Para 1985, la Asamblea General aprueba las directrices que fueron presentadas por los países y dicha organización, mediante la **Resolución 39/248 de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas**,¹⁸ en la cual se establecieron los lineamientos que tenían que seguir todos los Estados miembros, principalmente los países en vías de desarrollo. Los objetivos de estas son:

- “a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;***
- b) Facilitar las modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;***
- c) Instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta;***
- d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores;***
- e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;***
- f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor;***
- g) Promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos.”¹⁹***

Estos objetivos son la base por medio de los cuales, se elaboraron las directrices fundamentales que los Estados miembros deben de seguir en el momento de elaborar

¹⁶ General Assembly. **Resolución 38/174 Consumers Protection.** United Nations. Meeting No. 102. 19 December 1993

¹⁷ Idem.

¹⁸ Asamblea General. **Resolución 39/248 sobre Protección al Consumidor.** Organización de las Naciones Unidas 16 de Abril de 1985.

¹⁹ Organización de las Naciones Unidas. **Resoluciones aprobadas sobre la base de los Informes de la Segunda Comisión.** 106ª. Sesión Plenaria. 9 de Abril de 1985. Pp. 193

o re-elaborar sus legislaciones de defensa al consumidor. En virtud de lo cual se instaba a los gobiernos a que formularan leyes que protegieran al consumidor. Dichas directrices no eran más que una serie de recomendaciones específicas que se encuentran divididas en 7 áreas, dentro de las que se pueden encontrar:

1) Seguridad física, que incluye la formulación de normas jurídicas, reglamentaciones de seguridad nacional e internacionales, registros de seguridad que garanticen que los productos sean inocuos; que los distribuidores de los productos velen por el manejo adecuado de los mismos para que estos no pierdan su inocuidad; informar sobre los riesgos que conlleva el uso de los productos mediante símbolos comprensibles conocidos internacionalmente; adopción de medidas para que en el caso de descubrir que determinado producto presente algún riesgo no previsto anteriormente sea comunicado inmediatamente; la adopción de medidas por parte del gobierno para garantizar que los distribuidores, fabricantes retiren, reemplacen, notifiquen o sustituyan o den una compensación económica en caso de descubrir un defecto grave o que este constituya un peligro considerable aún cuando se utilice de forma adecuada;

2) Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores, Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores en esta área se contempla que los gobiernos deben de tratar en la manera de posible que los consumidores obtengan el mayor beneficio de sus recursos económicos mediante; procedimientos adecuados de distribución; prácticas comerciales leales comercialización informativa; la posibilidad de elegir en el mercado; que se cumplan las legislaciones de protección al consumidor por parte de cualquier participante en la provisión de productos y servicios; apoyar el funcionamiento de las organizaciones de defensa al consumidor para que vigilen prácticas perjudiciales para el consumidor; control por parte de los gobiernos de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo abusivo; adopción de políticas en donde se especifiquen las responsabilidades de los fabricantes a fin de asegurar que los productos satisfagan los requisitos de durabilidad, utilidad y viabilidad; los gobiernos deben alentar la competencia leal; disponibilidad de productos de los cuales están en el mercado y de piezas de repuesto; protección contra los abusos contractuales; prácticas promocionales justas en donde se proporcione la información necesaria del producto; que se dé una libre circulación de la información de los productos; impulsar acuerdos voluntarios entre las organizaciones de consumidores y los productores y/o distribuidores para mejorar la protección de los consumidores recibiendo estos una adecuada publicidad; examinar periódicamente las normas jurídicas relacionadas con pesas y medidas y determinar su eficacia;

3) normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo, las cuales deberán tener una publicidad apropiada ya que esta existe de carácter nacional e internacional;

4) sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales, los gobiernos deberán elaborar políticas para velar por la distribución eficiente de bienes y servicios a los consumidores especialmente en las áreas rurales, propiciando la creación de instalaciones apropiadas de almacenamiento y venta al por menor; fomentar la creación de cooperativas de consumidores especialmente en las áreas rurales;

5) medidas que permiten a los consumidores obtener compensación, los gobiernos deben establecer medidas jurídicas o administrativas en donde los consumidores puedan obtener compensación mediante procedimientos oficiales o extraoficiales, que sean rápidos, justos, poco costosos y accesibles considerando a los consumidores de escasos recursos; alentar a las empresas a solucionar las controversias y crear medidas, mecanismos voluntarios como procedimientos para presentar reclamaciones y prestar asistencia a los consumidores; facilitar a los consumidores información sobre los procedimientos vigentes;

6) Programas de educación e información, formulación de Programas Generales de Educación e información del consumidor considerando las tradiciones culturales del pueblo de que se trate; con el fin de capacitar a los consumidores para que puedan elegir entre los bienes y servicios que se encuentren en el mercado concientes de sus derechos y obligaciones; se deben considerar en la formulación de los programas a los consumidores de bajos ingresos y aquellos que sean casi o totalmente analfabetos;

7) medidas relativas a esferas concretas, se dice que al promover los intereses de consumidor particularmente en los países en desarrollo los gobiernos deberán cuando proceda, dar prioridad a las esferas de interés esencial para la salud, alimentos, el agua y los productos farmacéuticos; deberán adoptarse o mantenerse políticas para lograr el control de calidad de los productos, medios de distribución adecuados y seguros, y por último, es tomada en consideración la cooperación internacional en donde se dieron una serie de recomendaciones para que la información no varíe de país a país, que se de un intercambio de información relativa a las políticas y medidas nacionales en la esfera de protección al consumidor y que en el momento de que formularan sus legislaciones las medidas que adoptaran no se convirtieran en una barrera para el comercio internacional y que fueran compatibles con las obligaciones de ese comercio.²⁰

Las anteriores directrices no fueron más que la concreción de los esfuerzos de la Comunidad Internacional que por años había buscado proteger a los consumidores, estas fueron tomadas en cuenta por muchos de los países miembros en la

²⁰Op. Cit. Organización de las Naciones Unidas. Pp.194,195

elaboración y re-elaboración de sus leyes en esta materia, casos concretos podemos citar a El Salvador, México y Guatemala. Es de suma importancia mencionar que en las directrices se ponía énfasis en darle mayor atención a proteger a las áreas rurales ya que, el acceso a los productos y/o servicios en estas áreas es escaso, lo cual da lugar a que los proveedores sin escrúpulos se aprovechen de las personas, sin olvidar que las áreas rurales tienen la mayor concentración de población de escasos recursos y analfabetismo.

En algunos países ha sido más lento el desarrollo del tema debido a la situación política, económica o social en que se encuentran. A pesar de ello las directrices fueron tomadas en consideración por estos países y varios países a nivel mundial, teniendo estos en cuenta que no existe un ente internacional coercitivo que los obligue a cumplir con las disposiciones que la Organización de las Naciones Unidas tome, mostrando así su voluntad política.

Las directrices fueron ampliadas en el año 1999, por la importancia que tomó el Desarrollo Sostenible²¹, incluyéndose las siguientes directrices:

- a) Que al momento de establecer sus propias prioridades para la elaboración de las leyes para la protección al consumidor debe considerar la situación ecológica del país.**
- b) Se le sumará a la educación del consumidor el tema de la repercusión ambiental que tienen las elecciones del consumidor.**
- c) La promoción de modalidades sostenibles de consumo.**
- d) Producción y consumo sostenible, principalmente en los países industrializados ya que estos son la causa de que siga degradándose el medio ambiente mundial.**
- e) Las políticas de fomento del consumo sostenible deben tener en cuenta los objetivos de la erradicación de la pobreza, la satisfacción de las necesidades básicas y la reducción de la desigualdad tanto en el plano nacional como en el de las relaciones de los países.**
- f) Debe procurarse que los consumidores tengan acceso a información inequívoca sobre los efectos de los productos y los servicios en el medio ambiente, recurriendo a medios**

²¹ El Desarrollo Sostenible, es un proceso de cambio progresivo de la calidad de vida del ser humano, que lo coloca como centro y sujeto primordial del desarrollo por medio del crecimiento económico con equidad social y transformación de los métodos de producción y de los patrones de consumo que se sustenta en el equilibrio ecológico y el soporte vital de la región.

Mosquera Aguilar, Antonio. *El Desarrollo con Enfoque de Sustentabilidad*. Editorial Tiempos Modernos. Guatemala, Centroamérica. Pp. 15-16. 2002.

como la elaboración de perfiles ambientales de los productos, la presentación de informes sobre el medio ambiente.

- g) Los gobiernos con estrecha relación con los fabricantes, los distribuidores y las organizaciones de consumidores, deben adoptar medidas contra las afirmaciones o la información capciosa en relación con el medio ambiente.**
- h) Añadir a los programas de educación, la protección al medio ambiente, utilización eficiente de materiales, energía y agua.**
- i) Se agregó un área en donde se exponen paso a paso, la importancia y manera de lograr un consumo sostenible, protección ambiental, el reciclaje.**
- j) Los gobiernos deben promover políticas y prácticas agrícolas sostenibles, la conservación de la diversidad biológica y la protección del suelo y el agua, teniendo en cuenta los conocimientos tradicionales.**
- k) Los gobiernos deben atribuir un alto grado de prioridad a la formulación y aplicación de las políticas y programas relacionados con los usos múltiples del agua.**
- l) A fin de promover el desarrollo sostenible, los gobiernos, los organismos internacionales y las empresas deben colaborar en el desarrollo, la transferencia y la difusión de una tecnología ecológicamente racional.**

La ONU ha sido un gran propulsor de la defensa de los consumidores y su papel ha sido fundamental en este sentido. Sin embargo existen otras instituciones y organismos especializados tales como la Organización Mundial del Comercio creada en el año 1995 que ha tocado esta temática, seguramente no lo ha hecho de forma detallada por que los consumidores no son su eje de acción, pero a pesar de esto, reconoce el derecho de defensa y de promoción de los intereses de los consumidores y su capacidad de participar en la formulación de políticas económicas que influyan en ellos, y que les permita plantear opiniones y ser escuchados. A la vez ha trabajado sobre temas diversos tales como la satisfacción de las necesidades básica, acceso a bienes y servicios esenciales para la sobre vivencia, alimentación, agua, energía, vestuario, servicio de salud, educación y sanidad, los cuales considera como bienes y servicios centrales por lo que los ha incorporado en varios de sus acuerdos, tales como: el Acuerdo sobre la Agricultura (AsA), el Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido

(AsTV), el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) y el Acuerdo relativo a los Aspectos de Derechos de Propiedad Intelectual relacionados.²²

Como se puede observar, lo relacionado a la protección al consumidor, no abarca únicamente la relación comercial que se da entre consumidor, proveedor, productor, sino que es aún más complejo, y es por ello que para conocer mejor la situación imperante a este respecto y para determinar el impacto que las directrices han tenido dentro del ámbito legal guatemalteco, estudiaremos la situación imperante en éste país y la manera como se ha manejado el tema de defensa al consumidor.

2.1 Marco Legal de la Defensa al Consumidor en Guatemala

La defensa al consumidor en Guatemala es un tema que lleva años de estar en las agendas de los diferentes gobiernos del país, pero como es de conocimiento de todos el instrumento legal supremo de cada Estado es la Constitución, es por ello que antes de entrar de lleno en el tema de la Protección al Consumidor, se darán a conocer los Artículos que regulan la protección al consumidor en la Carta Magna de la República de Guatemala.

Artículo 96	<i>“Se asigna al Estado el control de calidad de productos alimenticios, farmacéuticos, químicos y todos aquellos que puedan afectar la salud y bienestar de los habitantes”.</i>
Artículo 99	<i>“El Estado velará porque la alimentación y nutrición de la población reúna los requisitos mínimos de salud”.</i>
Artículo 119	<i>“Literal i) Obliga al Estado a la defensa de los consumidores y usuarios en cuanto a preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos”.</i>

²² Consumers International. ***Carta sobre el Comercio para el Consumidor.*** http://www.consumidoresint.cl/documentos/economia/documento_politico_ci-cancun.doc. Pp. 4-5. Agosto 2003.

- Artículo 120** *“Se confiere al Estado la potestad para intervenir empresas que prestan servicios esenciales para la comunidad cuando se obstaculizare su funcionamiento”.*
- Artículo 130** *“El Estado protegerá la economía de mercado e impedirá las asociaciones que tiendan a restringir la libertad de mercado o a perjudicar a los consumidores”.*

Pero no es únicamente la Constitución de la República en la que se encuentra reglamentada la defensa al consumidor, existen además una serie de Decretos Presidenciales, Decretos del Congreso de la República, Decretos Ley, Acuerdos Gubernativos, Acuerdos Ministeriales, Acuerdos de la Corporación Municipal de la Ciudad de Guatemala, Reglamentos y Normas, todos ellos buscan una regulación en aspectos de calidad, precios e impuestos, medidas, pesos exactos, los cuales posteriormente se ampliaron tratando de abarcar áreas de salud, alimentos básicos, medicina, así como de servicios (radiocomunicaciones, educación, etc.).

El 15 de enero de 1985, a través del Decreto-Ley No. 1-85 nació la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, con el objeto de controlar y evitar el alza inmoderada de los precios de productos y servicios esenciales para la población. En esta se encontraban incluidas las multas con las que sancionaban los delitos económicos, siendo algunos de estos: “Alza de precios; Incremento inmoderado de precios a los productos esenciales; Incremento no autorizado a las tarifas; Cuotas o precios de servicios públicos; El acaparamiento; Desabastecimiento o negativa de vender productos esenciales; Alterar el peso, medida o calidad del producto; Engañar a los consumidores respecto al precio, calidad, peso o medida de un producto o servicio; Impedir la libre competencia en la producción y comercialización, los cuales tienen sus respectivas sanciones, con el fin que se respetara al consumidor como tal.

Es importante recalcar dentro de este contexto lo relacionado a la canasta básica que es uno de los principales problemas que sufren las familias guatemaltecas,

destacándose la información que ha este respecto proporcionó la Lic. Claudia Zeta Lam,²³ afirmando que dicha ley únicamente fue de tipo regulatorio tal y como se explicó arriba, pero que existía un gran obstáculo para la aplicación de la misma ya que toda la parte sancionatoria fue declarada inconstitucional. Además para conocer todos los ámbitos jurídicos de la ley y tomando en cuenta que ésta abarca lo relacionado a los servicios, se consideró pertinente determinar hasta que punto ésta ha tocado los mismos, por lo que se le cuestionó a la Lic. Zeta Lam sobre los precios de los boletos aéreos, a lo que respondió que la ley no tenía mucho que hacer, debido a que la regulación de los precios de los mismos no corresponde a ninguna entidad gubernamental, sino que son fijados por acuerdos de tipo internacional.

El Reglamento de dicha ley surge con el Acuerdo Gubernativo 48-85 de fecha 25 de enero de 1985 el cual se refería la regulación de los precios, en donde se incluía la fijación de los precios máximos de venta, fijación de precios, exposición de listado de precios, etiquetas y a quien competería la fijación de los mismos.

Ese mismo año en el ámbito internacional la ONU dictó las Directrices para la Defensa al Consumidor, con el objeto de que se elaboraran o re-elaboraran las leyes de los países miembros en dicha materia, tomando en consideración que Guatemala forma parte de esta Organización Internacional, y que se encuentra obligada a respetar y cumplir con las disposiciones que este ente dicta, trabajó para perfeccionar, ampliar y procurar de no dejar fuera aspectos esenciales en la elaboración de una nueva ley de defensa del consumidor en nuestro país. Para el buen desarrollo de esta se unieron esfuerzos gubernamentales y privados surgiendo movimientos que al igual que en otros países luchaban por el bienestar del consumidor.

Para 1988, se abrió una Oficina de la International Organization of Consumers Union (IOCU) en Guatemala, esta oficina prestaba asesoría en lo relativo a la Defensa al

²³ Entrevista sostenida con la Licenciada Claudia Zeta Lam, Asesora de Dirección de la DIACO, el 1 de Septiembre de 2005.

Consumidor, su misión era la de impulsar la creación de organizaciones sin fines de lucro, esta organización durante su estadía en el país trabajó conjuntamente con el Congreso de la República.

2.2 Organizaciones de Defensa al Consumidor en Guatemala

En Guatemala existen instituciones públicas y privadas encargadas de velar por los derechos de los consumidores, siendo la más antigua la creada por el Ministerio de Economía que tuvo sus primeros intentos en la década de los años 40 y que se encargaba de velar por el control de precios y abastecimientos, esta evolucionó hasta llegar a ser lo que hoy en día se conoce como Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) la cual se encuentra adscrita a Ministerio de Economía. Por su parte las instituciones privadas iniciaron su gestión en los años 80 dentro de éstas se encuentran, la Liga del Consumidor y el Centro de Defensa al Consumidor. Es importante tener claro que estas instancias no tienen canales de comunicación abiertos y trabajan de forma independiente a pesar de que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario (Decreto 6-2003 del Congreso de la República), establece que las ONG's que trabajen esta temática deben hacer participe a la DIACO de su funcionamiento.

2.2.1 Liga del Consumidor

Se creó con el objetivo de controlar los precios de los productos del consumo básico en el área nacional. Trabajó arduamente por que los productos que se encuentran en el mercado cumplieran con las normas de calidad y peso exacto. Esta organización adquirió el nombre legal de Liga del Consumidor (LIDECON), obteniendo su personalidad jurídica por Acuerdo Gubernativo No. 367-87, siendo miembro de la Organización Internacional de Consumidores (IOCU). Los objetivos de esta son:

- Defender los intereses del consumidor

- Informar permanentemente sobre las alzas de los precios y los precios tope establecidos por el gobierno
- Mantener informado al público acerca de las razones invocadas en el aumento inmoderado de los precios de los productos de consumo básico
- Dar información y solicitarla a donde corresponda, sobre la calidad y volumen de los productos que sean vendidos al público
- Prestar asesoría técnica, económica y legal a los asociados
- Exponer los puntos de vista de los consumidores a la par de los productores, comerciantes o cualquier gremio o asociación
- Hacer gestiones oportunas ante las autoridades competentes, para detener la espiral inflacionaria y exigir el control de precios, calidad y cantidad de los productos
- Hacer gestiones ante organismos del Estado para la emisión de leyes, decretos, acuerdos o reglamentos que beneficien al consumidor.²⁴

2.2.2 Centro de Defensa al Consumidor y Usuario

En el año de 1991, surge una Organización No Gubernamental, bajo el nombre de Centro de Defensa al Consumidor y Usuario. Su misión es la de informar a la población sobre cuales son sus derechos en cuanto a la adquisición de los productos y servicios. Dentro de los trabajos que esta lleva a cabo se encuentran las de las campañas de concientización e información. Enfatiza en que el tema de la Defensa al Consumidor abarca, los temas de agua, energía eléctrica y el medio ambiente.

De acuerdo a uno de sus personeros el Lic. Fernando Muñiz²⁵, entre los logros que se le acreditan a esta Organización no Gubernamental, están que los cigarrillos no sean

²⁴ Hoegen, Miguel Von. ***Organización Social: Notas sobre el pasado y lineamientos del futuro***. Asies. Guatemala. Pp. 77. 1991.

²⁵ Entrevista sostenida con el Lic. Fernando Muñiz, Director del Centro de Defensa al Consumidor en Mayo de 2004.

vendidos a menores de edad, la elaboración de rótulos en los automotores de las empresas informando el teléfono de dicha empresa, para que este sea reportado, como maneja, lo cual llevaron a cabo con una fuerte campaña publicitaria y trabajo conjunto con las empresas las cuales aceptaron la iniciativa de esta entidad. Desafortunadamente según el Señor Muñiz, esta institución se encuentra en una etapa de reestructuración por lo que en la actualidad su participación con la ciudadanía se ha visto afectada.

2.2.3 Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)

Los primeros intentos por crear una organización gubernamental encargada de proteger a los consumidores, se remonta a 1945, cuando es creada por el Acuerdo Gubernativo de fecha 5 de Junio, la Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos, 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. Luego aparece la Oficina de Estabilización Económica, por Acuerdo Presidencial del 18 de Febrero en 1946, donde se indica que la Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos, no llenaba los fines para los cuales había sido creada, por lo que resultaba oneroso su sostenimiento al erario nacional: así que se suprimió y creó la Oficina de Estabilización Económica, la cual tenía todas las atribuciones de la anterior. Con el Acuerdo Presidencial de fecha 5 de Enero de 1948, se crea la Dirección General de la Economía Nacional, suprimiendo a la Oficina anterior, y cediendo las funciones de la misma a la Dirección, pero en ese entonces se tenía una confrontación entre el Ministerio de Economía y el Ministerio de Trabajo, por lo que se pensó que dicha 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, que se encargaría de controlar los precios y el abastecimiento de los productos. Pero, por Acuerdo Presidencial del 29 de Julio de 1949, era necesario

suprimirla por cuestiones presupuestarias, creando a su vez la Dirección de Comercio Industrial y Controles, retomando las funciones de la anterior, pero nuevamente corrió la suerte de las anteriores, ya que por Acuerdo Presidencial del 28 de Julio de 1953 se indicaba que por el Presupuesto era necesario suprimirla y crear el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, señalándose en el mismo que las atribuciones serían las mismas que la Dirección anterior.

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, indicándose que en tanto se hacían las revisiones pertinentes quedaba a cargo del Ministerio de Economía y Trabajo las aplicaciones de los acuerdos vigentes sobre los precios y los artículos controlados.

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 dieron se decía que debía recomendar las medidas pertinentes para lograr la estabilización de precios en el mercado interno.

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. El 17 de Septiembre de 1974, por Acuerdo No. 79 del Ministerio de Economía se creó la Oficina de Control de Precios adscrita a la Dirección de Comercio Interior y Exterior, luego por Acuerdo Gubernativo No. 88-85 del 11 de febrero de 1985, el Jefe de Estado, consideró 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 de dicho Ministerio,

la cual tendría jurisdicción en toda la República de Guatemala y una duración indefinida. Luego se canceló el Centro Nacional de Promoción de las Exportaciones GUATEXPRO, con el objeto de racionalizar los recursos y evitar duplicidad en las funciones, transfiriendo todas las actividades a la Dirección General de Comercio.

En Septiembre de 1995, por Acuerdo No. 425-95 fue creada la Dirección de Asistencia al Consumidor, esta como dependencia del Ministerio de Economía.

Su objetivo general:

- Deberá asistir los derechos e intereses de los consumidores y usuarios en sus relaciones comerciales con los proveedores y prestadores de servicios.

Como toda organización se encuentra estructurada interiormente por departamentos que tienen a su cargo diferentes áreas con la finalidad de la aplicación de la ley:

a) Departamento de Promoción y Asesoría al Consumidor que se encarga de realizar investigaciones, estudios, análisis y encuestas referente a las prácticas comerciales, en que intervengan los consumidores finales, así como las características y comportamiento regional de las mismas. Promueve la educación del consumidor, propicia la organización de consumidores.

b) Departamento de Servicios al Consumidor 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) El Departamento de Verificación y Vigilancia se encarga de verificar 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 COGUANOR²⁶ y los tratados y convenios internacionales ratificados por Guatemala.

Además del objetivo general existen los específicos que consisten en:

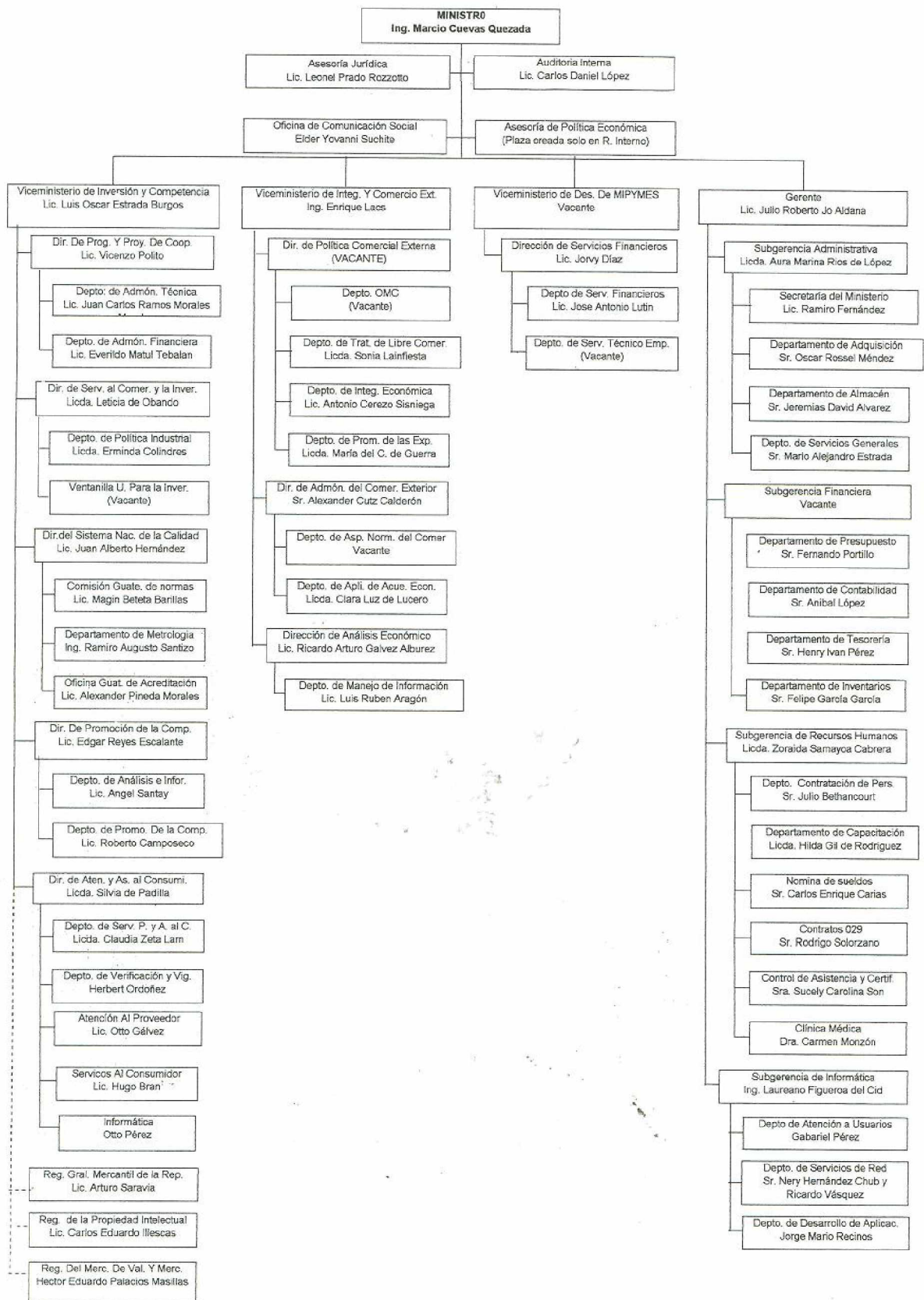
“Procurar que las relaciones entre proveedores, consumidores y usuarios se lleven a cabo con apego a las leyes en materia de Protección al Consumidor; Atender al consumidor y usuario, orientándolo en todo lo relacionado a calidad, peso y demás características de los productos y servicios existentes en el mercado”.

Por ser una entidad dependiente del Ministerio de Economía, se consideró necesario presentar el organigrama de dicho ente gubernamental, con la finalidad de demostrar la posición que ocupa la DIACO, dentro del mismo. Seguido de este encontraremos el de la DIACO, en el cual podremos observar su estructura interna y de cómo sus departamentos u oficinas, se encuentran organizadas.

²⁶ Comisión Guatemalteca de Normas, que nace en 1962, por Decreto No. 15-23 del Congreso de la República, con la finalidad de dirigir, coordinar y unificar actividades y política en materia de normalización (de acuerdo con la normalización internacional).

MINISTERIO DE ECONOMIA

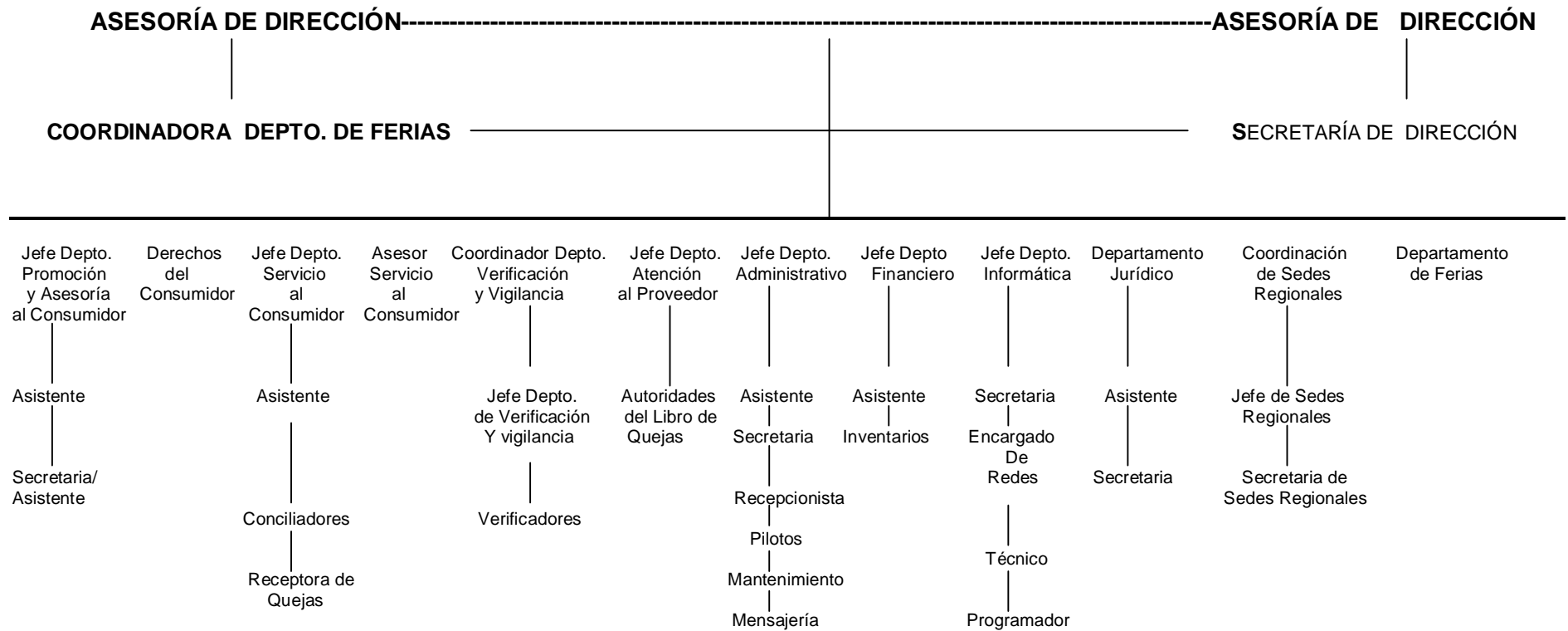
Organigrama Funcional



ORGANIGRAMA GENERAL DE DIACO

DIRECCIÓN GENERAL

SUB-DIRECCIÓN



Fuente: Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO). 2004

De acuerdo a lo que se presenta en el Organigrama del Ministerio de Economía, podemos observar la posición que la DIACO ocupa dentro de la misma, ésta se encuentra supeditada al Viceministerio de Inversión y Competencia.

Dentro de la estructura de la DIACO, encontramos la Dirección quien es la que mayor rango tiene dentro de la misma, seguido de la Subdirección, debajo de estas se encuentran dos oficinas de Asesoría de Dirección, de las cuales una tiene a su cargo la oficina Coordinadora de Ferias y la otra la Secretaría de Dirección. Por debajo de las mismas están 12 departamentos, los que son los encargados de ejecutar lo establecido por la Ley.

Tal y como se pudo observar no se puede encontrar en ninguna de las estructuras internas de dichas instituciones la existencia de alguna vinculación con las organizaciones privadas dedicadas a la protección del consumidor.

Capítulo III

3. Decreto 6-2003, del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Defensa al Consumidor y Usuario

En el año de 1995 se empieza un largo camino por parte del Organismo Ejecutivo y por el Organismo Legislativo, cuando empiezan a presentar iniciativas de ley en cuanto a la Defensa al Consumidor, todas estas buscaban el equilibrio y equidad en las relaciones entre consumidores y/o usuarios y proveedores, enfatizando la necesidad de la difusión de la ley que en su caso fuera aprobada, se proponía la creación de una institución encargada de velar por el cumplimiento de la ley, desafortunadamente ninguna de estas cumplió con las expectativas

Luego de largas discusiones, reuniones y búsqueda de consenso, tomando en consideración que Guatemala adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices para la protección al consumidor aprobadas por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, mediante Resolución Número 39/248. En el año 2003, es aprobada la nueva Ley de Protección al Consumidor y Usuario, mediante Decreto No. 06-2003 y publicado en el Diario Oficial en Marzo del mismo año, la cual tiene por objeto “promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia. Las normas de esta ley son tutelares de los consumidores y los usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público”. Este decreto derogó el Decreto Ley 1-85 del Jefe de Estado y sus disposiciones reglamentarias derivadas de la misma.

En el Artículo 4, se encuentran estipulados los derechos de los consumidores y usuarios, y que consisten en la protección a la vida, la salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de los bienes y servicios; el derecho a la libertad de elección del bien o servicio; libertad de contratación; información veraz, clara y

oportuna sobre los bienes y servicios, indicando además si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre los precios, características, calidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieren presentar; la reparación, indemnización, devolución de dinero o cambio del bien por incumplimiento de lo convenido en la transacción y las disposiciones de ésta y otras leyes o por vicios ocultos que sean responsabilidad del proveedor; la reposición del producto o, en su defecto, a optar por la bonificación de su valor en la compra de otro o por la devolución del precio que se haya pagado en exceso, cuando la calidad o cantidad sea inferior a la indicada; la sostenibilidad de precios con el que se oferte, promocióne, publicite o marque el producto en el establecimiento comercial respectivo; la devolución al proveedor de aquellos bienes que éste le haya enviado sin su requerimiento previo; en este caso, el consumidor o usuario no está obligado a asumir responsabilidad ni a efectuar pago alguno, salvo si se comprueba que el consumidor o usuario ha aceptado expresamente el envío o entrega del bien o lo ha utilizado o consumido; recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones; utilizar el libro de quejas o el medio legalmente autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para dejar registro de su disconformidad con respecto a un bien adquirido o un servicio contratado.

En el Artículo 5 quedan estipuladas las obligaciones de los consumidores, siendo estas, el pagar por los bienes o servicios en el tiempo, modo y condiciones establecidas en el convenio o contrato; el 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; prevenir la contaminación ambiental mediante el consumo racional de bienes y servicios. La entidad encargada del cumplimiento y aplicación de la Ley es la Dirección del Consumidor y Usuario (DIACO), que tiene como funciones de acuerdo al Artículo 54 el velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y las obligaciones de

los proveedores; aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios, establecer procedimientos ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos que surjan entre consumidores y/o usuarios y consumidores; aplicar las sanciones administrativas establecidas en la ley.

La Ley promueve la formación de organizaciones de consumidores civiles y no lucrativas que velen por los derechos de los consumidores y usuarios (Artículo 6), estas deberán inscribirse en la Dirección de Asistencia al Consumidor y Usuario, y deberán estar registradas en el Registro Civil, tal y como lo estipula el Artículo 8 de la Ley, dentro de las finalidades que deben de cumplir de acuerdo al Artículo 9.

Así mismo, en el Artículo 14 encontramos los derechos y las obligaciones de los proveedores que son el de proporcionar información como características de los bienes o productos, medidas, peso, calidad, exhibir el precio, garantía y las condiciones en las que esta se dará, en el momento de poner ofertas, liquidaciones se tendrán que exponer claramente las condiciones en que estas se encuentran y respetar el precio publicado, el respetar la vida, la salud y la seguridad del consumidor o usuario, al proveerle bienes o prestarle servicios, cumplir con las leyes tributarias del país, extender al consumidor y/o usuario la factura correspondiente de conformidad con la ley, 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, traducir al idioma español las especificaciones completas de los productos importados que las traigan impresas en idioma extranjero, así como identificar plenamente al importador, entregar los bienes y sus accesorios completos, incluir en listados, rótulos, letreros, etiquetas o envases el precio de los bienes o servicios que se ofrecen al público, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado, resarcir al consumidor y/o usuario de acuerdo a las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasionen debido al incumplimiento de lo convenido con él, de las disposiciones de la presente Ley o de otras vigentes del país que sean aplicables, 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, atender los reclamos por los consumidores o usuarios, sin condición alguna.

Además de las obligaciones de los proveedores, en Artículo 16 encontramos las prohibiciones, tales como, el cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicado, la adulteración de los productos, sea en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad, la adulteración de peso, masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada en los productos, la venta al público de cualquier clase de productos con posterioridad a la fecha de vencimiento o adulterando dicha fecha, el acaparamiento, especulación, desabastecimiento o negativa a vender productos esenciales o básicos con la finalidad de provocar un alza en los precios, cobrar por un servicio que no se ha prestado, salvo que así convengan las partes y exista constancia de ello.

Las disposiciones especiales las encontramos en los Artículos del 18 al 25 en donde se contempla la información y Publicidad, la cual debe de contener, información básica, exhibición de precios, se prohíbe la publicidad engañosa, enterar al consumidor en el caso de la adquisición de bienes deficientes, usados o reconstruidos, garantías, las condiciones de las garantías, informar claramente la duración y condiciones de las promociones, ofertas o liquidaciones de temporada.

Es importante tomar en cuenta el papel fundamental que juega la DIACO para el cumplimiento de la Ley, ya que esta queda facultada para intervenir en la verificación del buen funcionamiento de los instrumentos de medición de energía, combustibles, comunicaciones, agua potable, coordinando estas actividades con la institución nacional encargada de metrología.

La manera en que la DIACO procederá en caso de existir una infracción a la Ley será de acuerdo al Artículo 69 que expone lo siguiente: primero se da el apercibimiento escrito, el cual será formulado por el funcionario o empleado autorizado por la DIACO, según lo que establece la Ley, apercibimiento público, el cual se podrá

publicar en los medios masivos de comunicación, multas, las cuales serán calculadas en Unidades de Multas Ajustables (UMAS), el valor de cada UMA será equivalente al salario mínimo vigente para las actividades no agrícolas, siempre que no exceda del cien por ciento del valor del bien o servicio y por último, la publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor en el diario de mayor circulación en el país.

Dentro de los procedimientos administrativos para la solución de conflictos según Artículos del 77 al 89 se encuentran la audiencia de conciliación, esta se convertirá en una audiencia de conciliación si las partes llegasen a un acuerdo, en este caso el conciliador levantará un acta donde queda documentado el acuerdo, arbitraje de consumo, desde la primera audiencia las partes podrán someterse voluntariamente a un arbitraje de consumo, bajo las condiciones de la Ley de Arbitraje. Algunos de los pasos que sigue una gestión dentro de la DIACO se encuentran, el planteamiento de la queja, en donde la DIACO proporcionará un formulario el cual será completado por la persona que se sienta agraviada, dando a conocer sus datos como los del proveedor de bienes y servicios, la notificación, la DIACO deberá notificar en forma personal a los interesados citándolos para el efecto por correo que certifique la recepción de la citación, en caso de incomparecencia por medio del procedimiento de notificación establecido en el Código Procesal Civil y Mercantil, la citación le corresponde a la DIACO citar 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, en la audiencia, se buscará dirimir la controversia a manera de llegar a la conciliación entre las partes. En caso de que el infractor no compareciere a la audiencia, o compareciendo a la misma manifiesta que no desea conciliar o someterse a arbitraje de consumo la audiencia terminará. Documentándose el caso.

Además de los pasos anteriores se encuentran: Procedimiento sancionador; Rebeldía; Prueba; Prueba pericial; Nombramiento del perito; Impedimentos; Dictamen; Publicidad; Resolución.

La aplicación de las sanciones corresponde a la DIACO, salvo los casos que constituyan delitos, cuyo conocimiento y sanción corresponde a los órganos jurisdiccionales. Para la aplicación se espera primero agotar la vía administrativa, por cada infracción que se cometa se aplicará una sanción, sin embargo cuando un mismo hecho constituya más de una infracción, se aplicará la sanción de mayor valor (Artículo 101). Los fondos recaudados en concepto de multas y sanciones por la aplicación de esta Ley, ingresarán a los fondos privativos de la Dirección, para promover la educación del consumidor.

Pone énfasis en el trabajo que tiene que realizar conjuntamente con los Ministerios de Economía, Salud y Educación para la difusión de la misma. Es de suma importancia que el trabajo conjunto de estas tres instituciones se dé efectivamente ya que de este dependerá en gran parte que la ley llegue a todos los niveles sociales y todas las áreas del país.

3.1 Ley de Defensa al Consumidor y Usuario, Decreto 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala y su Trabajo en el ámbito nacional

A pesar que durante décadas se han buscado los mecanismos idóneos para la defensa del consumidor, los avances no han sido significativos, sin embargo, luego de la aprobación de la Ley de Defensa al Consumidor y Usuario se ha podido observar algunos resultados favorables como lo son las Ferias del Consumidor que han sido organizadas por la DIACO, estas tienen como finalidad dar a conocer los derechos de

los consumidores. Hasta septiembre del año 2004 se habían realizado diez en diferentes departamentos y municipios del país, la primera fue en el Parque de la Industria con fecha 3 y 4 de abril, seguida de Mixco el 1 y 2 de mayo; Mazatenango 29 y 30 de mayo; Santa Elena Petén 11,12 y13 de junio; Colonia El Milagro, Mixco 17 y 18 de junio; Parque de la Industria el 31 de julio y 1 de agosto; Parque de Escuintla 14 y 15 de agosto; Parque de Jutiapa 21 y 22 de agosto y en San Benito, Petén el 3, 4 y 5 de Septiembre todas en el año 2004.²⁷ Luego de estas primeras experiencias la DIACO pretende ampliar la cobertura de las ferias, por lo que contactará y trabajará con las autoridades de los 22 departamentos del país, los cuales además de brindar todas las facilidades para la realización de los eventos, colaborarán con la difusión del decreto 6-2003. Asimismo la DIACO, cuenta con sedes que se encuentran en diferentes departamentos, esto con la finalidad de que la Ley llegue a todos los rincones del país. Además esta entidad proporcionó datos estadísticos que demuestran el comportamiento de esta entidad, de Enero del 2003 a Agosto del 2004.

²⁷ Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), Septiembre de 2004.

**CUADRO ACUMULATIVO DE RECEPCIÓN Y PROCESO DE QUEJAS RECIBIDAS POR ACTIVIDAD
DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2003**

Actividad	Total de Quejas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Sal	1									1			
Azúcar	2	1	1										
Mal Servicio en Instituciones Públicas	4			1	1	1					1		
Agua Pura Envasada	4	1								1	1		1
Pan	6	2		2				1					1
Otros	8				1	2			2	1	1	1	
Transporte	13	1	4	1	6	1							
Servicio de Cable	14									3	5	2	4
Mala Calidad en Alimentos	24	2	1	3	5	2	3	3	1	2	1	1	
Inmobiliarias	29	2	1	3	3	8	1	2	3	1	3	1	1
Gasolina	34		12	8	7	2	2			2			1
Gas Propano	37	10	8	4		2		3	5	3	1	1	1
Telefonía Celular	84	5	2	9	9	9	4	11	6	10	8	6	5
Colegios	124	56	20	7	1	13	5	3	3	8	6	2	
Tarjetas de Crédito	227	1	1	1	2	3		9	137	58	8	4	3
Energía Eléctrica	395	23	14	28	22	49	19	41	28	46	50	29	40
Servicio Telefónico	443	16	8	24	44	44	27	40	29	46	43	97	25
Servicio de Agua Potable	725	43	41	57	108	92	54	68	59	57	49	52	45
Totales	2174	169	113	148	209	228	115	181	273	239	177	196	126

Fuente: Dirección de Asistencia y Defensa al Consumidor DIACO. Ministerio de Economía. Gobierno de Guatemala. Año 2004

En el presente cuadro se muestran el número de denuncias recibidas durante el año 2003, siendo el servicio de agua potable el que recibió el mayor número de denuncias con 725, mientras que la sal únicamente recibió 1 denuncia. Así mismo se logró establecer que otros servicios que recibieron un número significativo de denuncias fueron: El servicio telefónico con 443 denuncias, la energía eléctrica 395, y las tarjetas de crédito 227.

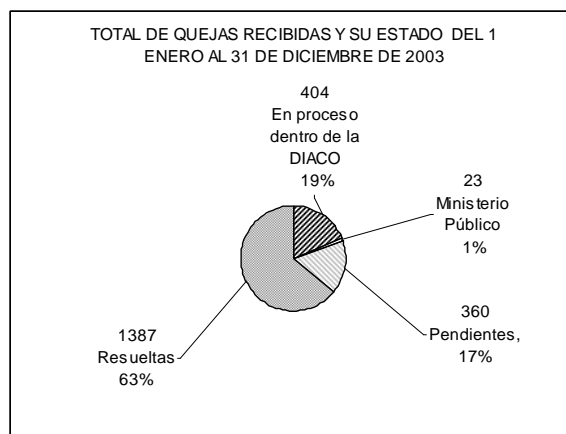
**CUADRO ACUMULATIVO DE RECEPCION Y PROCESO DE QUEJAS RECIBIDAS POR ACTIVIDAD
DE ENERO AL MIERCOLES 18 DE AGOSTO DEL 2004**

Actividad	Total de Quejas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Mala Calidad en Alimentos	7	1	2	3	1				
Azúcar	9	5			3		1		
Carnicerías	1		1						
Colegios	54	15	5	8	6	7	7	2	4
Energía Eléctrica	196	24	23	28	15	26	44	25	11
Gas Propano	13	6	1	2	1	2	1		
Gasolina	11	1	1		1		7		1
Inmobiliarias	20	1	2	2	2	7	3		3
	14		2	2		1	2	2	5
Mal Servicio en Instituciones Públicas	1					1			
Transporte	1				1				
Otros	37		10	11	4	5	6	1	
Pan	2	2							
Servicio de Agua Potable	76	13	20	17	5	10	3	7	1
Servicio de Cable	17	2	1		5	6	1	2	
Servicio Telefónico	203	34	26	29	22	25	32	16	19
Tarjetas de Crédito	28	6	4	7	4	1	2	1	3
Telefonía Celular	80	6	14	12	8	11	15	9	5
Mal Servicio en Comercios	426	46	46	59	49	48	80	57	41
Totales	1196	162	158	180	127	150	204	122	93

Fuente: Dirección de Asistencia y Defensa al Consumidor DIACO. Ministerio de Economía- Gobierno de Guatemala, Año 2004

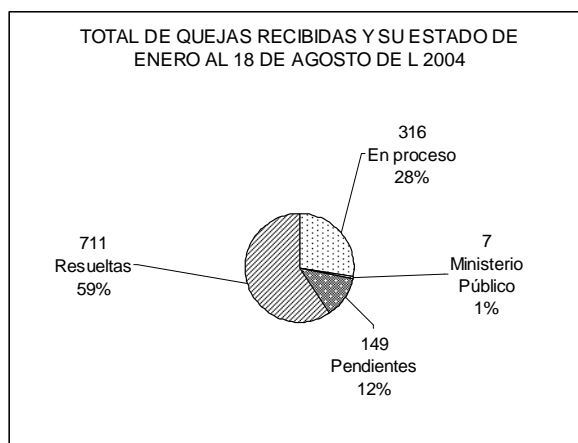
En el presente cuadro se muestran el número de denuncias recibidas durante el año 2004, siendo el servicio telefónico el que recibió el mayor número de denuncias con 203, mientras que el transporte únicamente recibió 1 denuncia. Otros servicios que también tuvieron un buen número de denuncias fueron: La energía eléctrica 196 denuncias, telefonía celular 80 denuncias, Servicio de Agua Potable con 76 denuncias.

De acuerdo con la información presentada en los cuadros anteriores, se constató que las quejas que se presentan ante la DIACO no son significativas, pues las grandes carencias del país y sus habitantes no son realmente representadas, y esto se demuestra con los datos del año 2003 que indican que se recibieron 2174 quejas, siendo el mes de agosto en el que más quejas se dieron con 273 y el mes con menor recepción de quejas fue el mes de febrero con 113. El estado en que se encontraban las mismas para diciembre del 2003 lo podemos observar claramente en la gráfica.



Fuente: DIACO, Agosto 2004

Para agosto del año 2004 se habían recibido 1196 quejas, siendo el mes de marzo en el que mayor número se registraron con 180, mientras que el mes que tuvo menos fue agosto con 93. Además es importante mencionar, que muchas de las quejas se encontraban en trámite de solución, ya sea dentro del Ministerio Público, pendientes o en proceso dentro de la Institución, tal y como se puede observar en el cuadro de la derecha el cual corresponde al año 2004. Por otro lado, de las 3,370 quejas presentadas durante el año 2003 para agosto del 2004 únicamente se habían resuelto 2098.



Fuente: DIACO, Agosto 2004

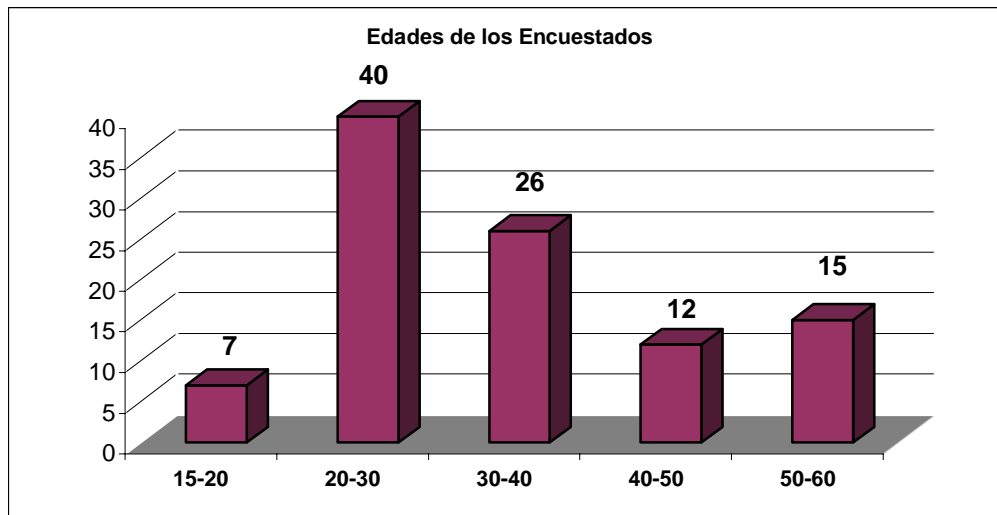
No cabe duda que los datos, evidencian el desconocimiento de la DIACO o de la falta de divulgación que se le ha hecho, pues es muy frecuente ver a través de los medios de comunicación a personas inconformes con bienes y servicios, a pesar de que se han hecho pequeños esfuerzos como lo son algunas publicaciones a través de los

medios escritos en donde se presentan los precios de los productos de la canasta básica. Así mismo se debe tomar en cuenta que la divulgación sobre la legislación es casi inexistente.

Lo anterior nos hizo analizar la realidad que atraviesa el consumidor, en la cual prefiere callar y no denunciar, lo que refleja que la participación ciudadana en este contexto no ha jugado un papel determinante.

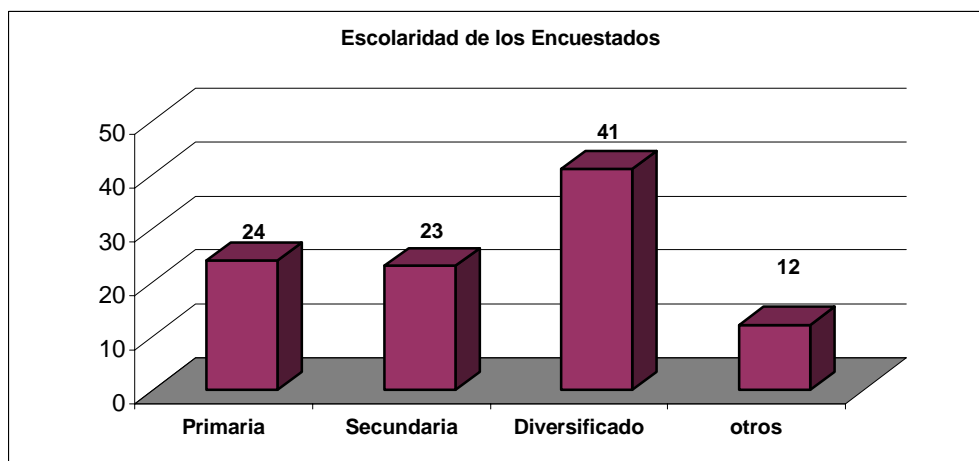
Por ello, se elaboró una encuesta para conocer el impacto de la Ley de Protección al Consumidor y la DIACO en la sociedad guatemalteca, arrojando resultados que se considerarán para verificar la viabilidad y aplicabilidad de los mismos. En dicha encuesta se entrevistó a 100 personas de dos diferentes áreas de la ciudad capital, siendo estas la zona 10 y la zona 18 las cuales se presentan a continuación.

IMPACTO DE LA DIACO Y EL DECRETO 6-2003 SOBRE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO



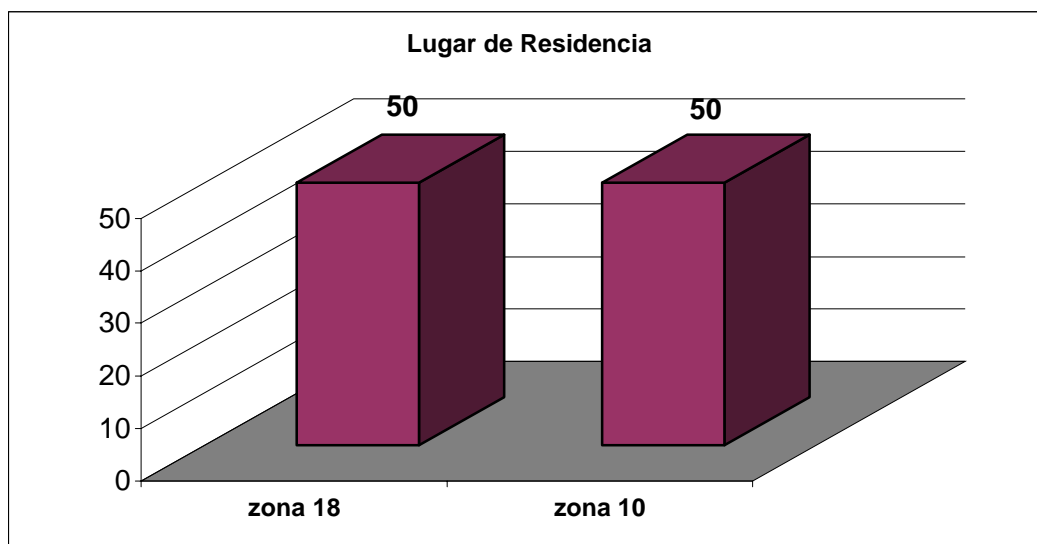
Las edades de las personas encuestadas se encontraban entre un rango de 15 años a 60 años, ya que estos juegan un papel activo en la economía, por ser en la mayoría de los casos quienes sostienen a sus familias o son quienes tienen a su cargo la administración de sus respectivos hogares.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



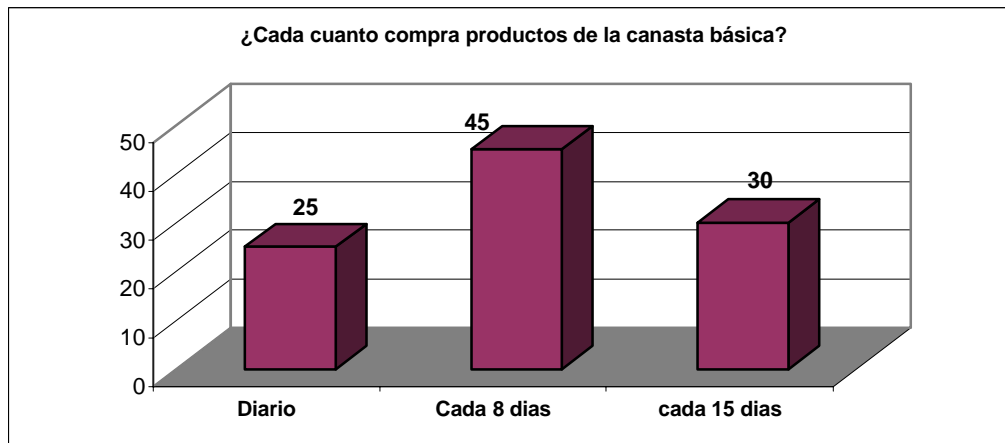
Con una escolaridad diversa, 24 de las personas encuestadas se encontraban dentro del rango de primaria, 23 de secundaria, 41 de diversificado, y 12 de otros, lo que demuestra que no importando son únicamente las personas analfabetas las que son víctimas de los abusos comerciales y de la falta de información de los productos y/o servicios.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



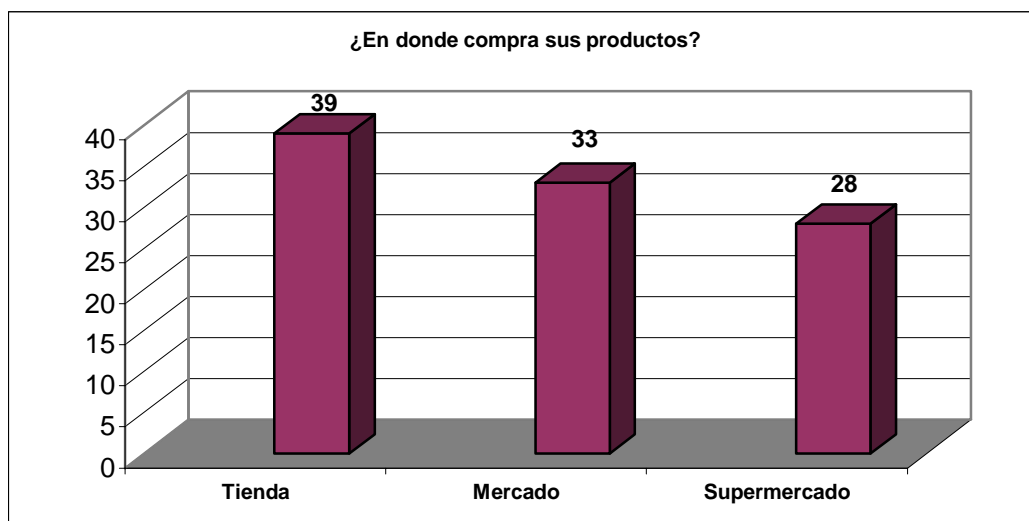
Las entrevistas fueron distribuidas de igual manera en las dos zonas de objeto de estudio, la primera por ser considerada una zona popular en donde se supone que el precio de los productos es de mayor accesibilidad y la diversidad de los productos es más escaso en comparación de la otra zona. En cuanto a la segunda, se tomó en cuenta ya que la facilidad que poseen los vecinos de esta, en adquirir un producto o servicio es mayor, no importando el precio.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



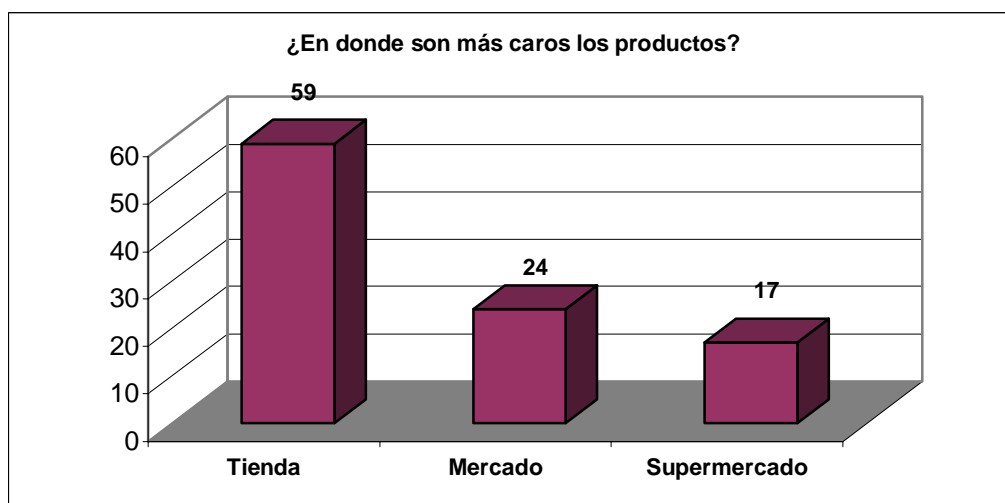
El 25% de las personas compra sus productos a diario, puede que sea porque únicamente van satisfaciendo las necesidades que se presentan a diario, el 45% cada 8 días, esto debido a que las personas trabajan toda la semana y es el fin de semana que tienen el tiempo para realizar sus compras, el 30% restante hace sus compras cada 15 días, debido a que reciben su salario cada quince días.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



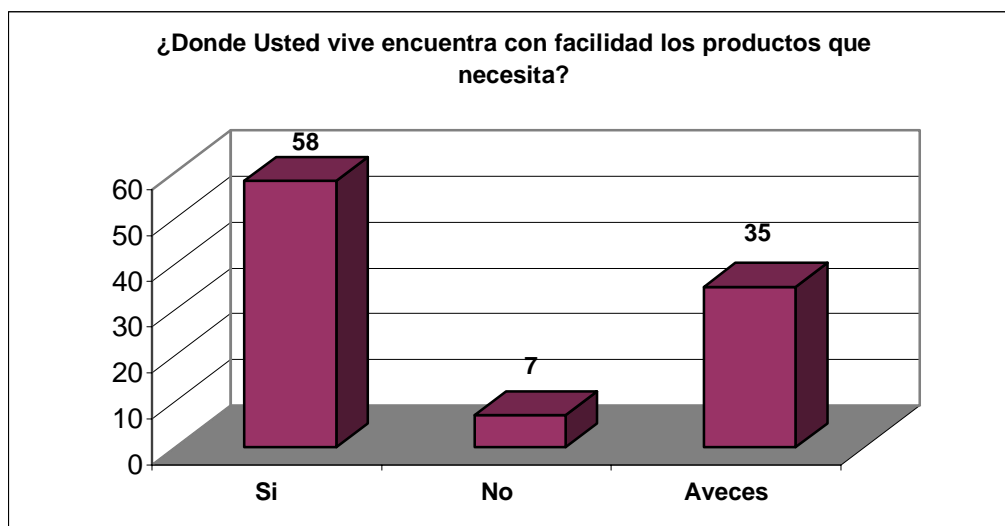
El 39% de las personas hace sus compras en las tiendas, ya que en esta pueden encontrar productos de primera necesidad y la cercanía de las mismas influye en que se dé este fenómeno. El 39% acude a comprar sus productos a los mercados ya que en este se pueden encontrar productos que no se encuentran en las tiendas como lo son legumbres, carnes, frutas. El 28% compra en los supermercados, esto puede ser por la diversidad de productos que en él se encuentran.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



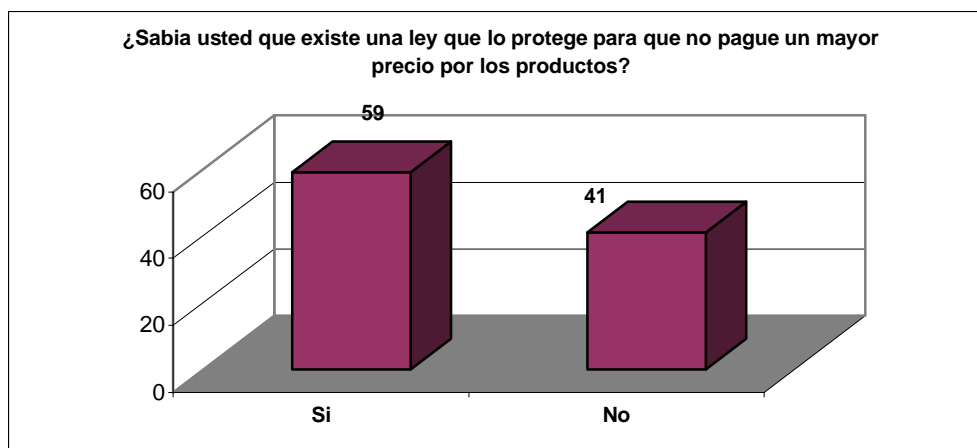
El 59% coincidió con que el lugar donde son más caros los productos es en las tiendas, a pesar de esto, como pudimos observar en el cuadro anterior, las tiendas son las más visitadas por las personas no importando el precio de los productos, que en muchas ocasiones la variación de los precios es exagerada. El 24% considera en los mercados los precios de los productos tienen a bajar en comparación al de las tiendas. El 17% dijo que encontraban que los supermercados mantenían los precios más elevados y por lo cual preferían comprar en los mercados.

Fuente: Encuesta de elaboración propia Septiembre 2004



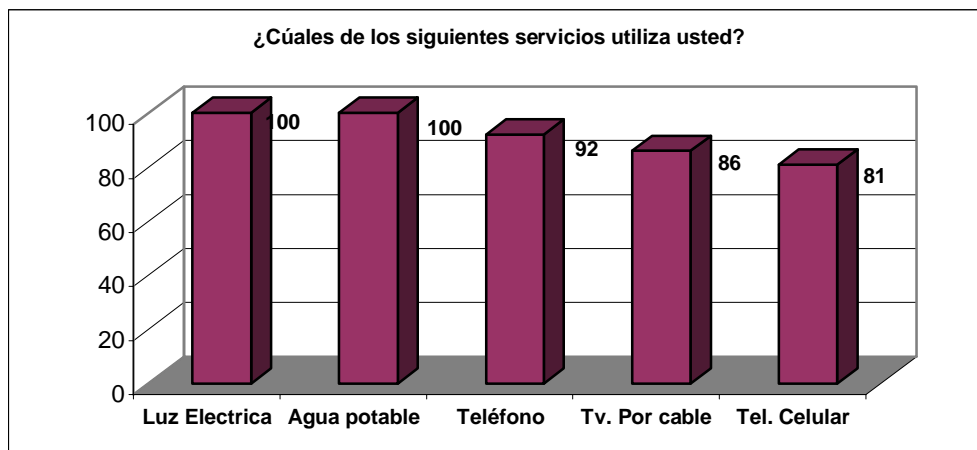
El 58% encuentran con facilidad los productos que necesitan, esto puede ser porque las zonas donde se pasaron las encuestas se encuentran dentro del área urbana del país. Un 7% tienen dificultad en la adquisición de sus productos, puede que esto se dé porque los negocios se preocupen únicamente en proveer productos de primera necesidad. El 35% respondió que a veces tiene problemas para adquirir los productos que necesitan y que a veces.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



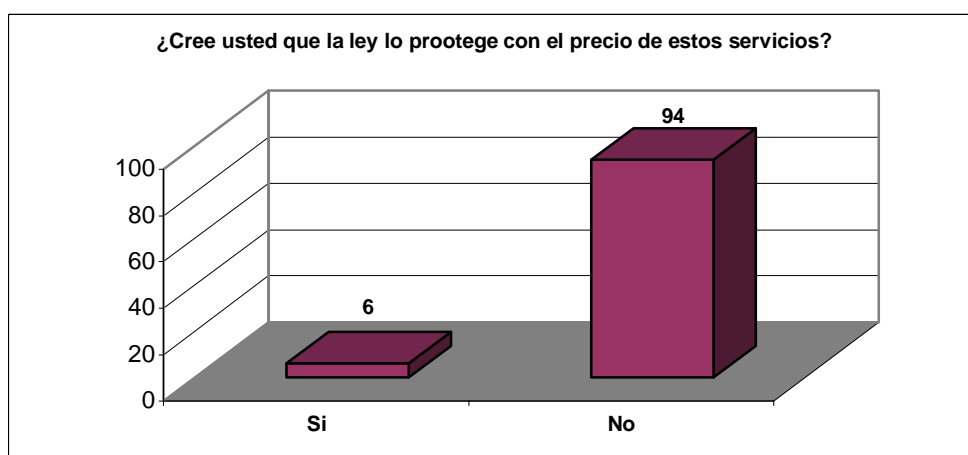
Con respecto al conocimiento de la existencia de la Ley de Defensa al Consumidor, que protege a las personas para que no pague más por lo que valen los productos el 59% de las personas dijeron que sí, pero que de nada sirve la existencia de la misma, si esta no viene a protegerlos de los proveedores, que en el momento menos esperado varían los precios de los mismos. El 41% respondieron que no sabían de la existencia de la ley, puede que esto sea resultado de la falta de divulgación de la misma.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



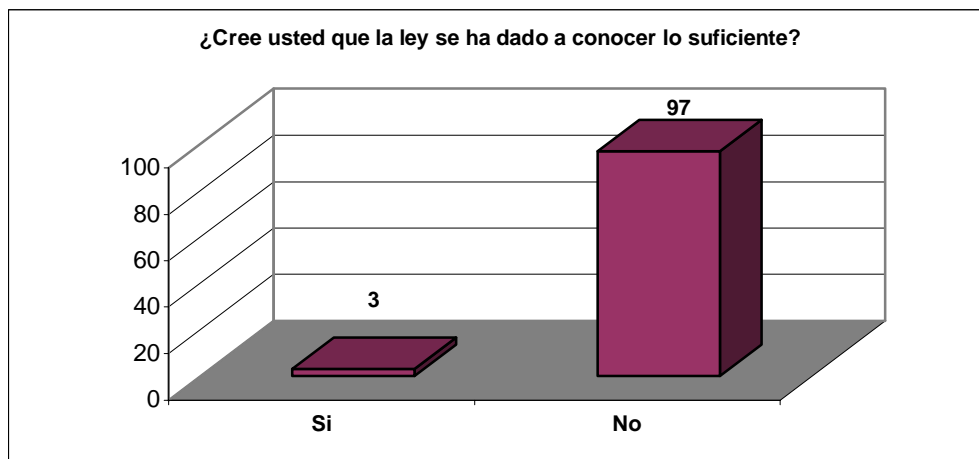
Las personas encuestadas utilizan en un 100% los servicios de luz eléctrica y agua potable, un 92% el servicio telefónico, un 86% el de televisión por cable y el de telefonía móvil celular en un 81%, como se puede observar la población encuestada utiliza estos servicios casi en su totalidad, y es en estos servicios en donde se presentan las mayores anomalías en cuanto a los cobros.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



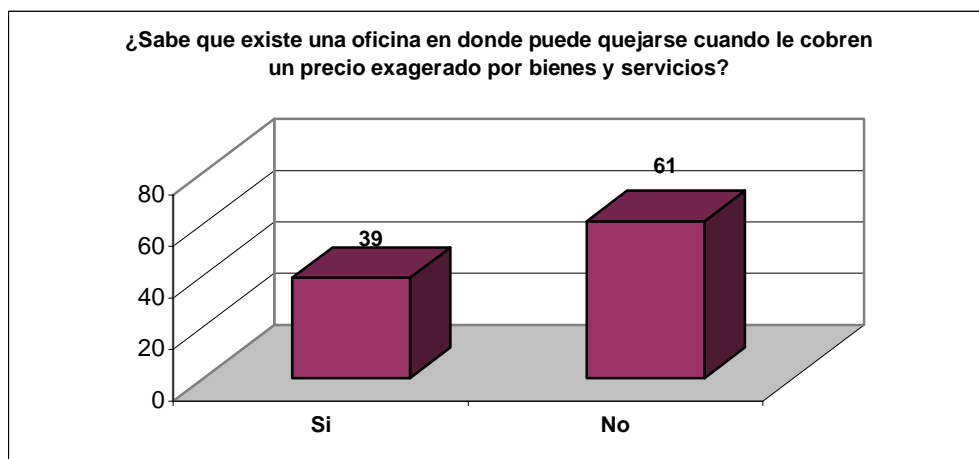
Los consumidores se sienten desprotegidos por la Ley, ya que el 94% dijo que no sienten que la Ley garantice los precios que los proveedores ponen a estos servicios. Y fue únicamente el 6%, los que consideraron que la Ley les brinda la protección en cuanto a los precios que estas empresas cobran por sus servicios.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004



Se preguntó si consideraban que la difusión de la Ley era suficiente, a lo que el 97% respondió que no, ya que una Ley como esta debe de ser de conocimiento nacional, tal y como lo pudimos observar en la gráfica, en donde el conocimiento de la ley es un poco menor que el 50%. El 3% que sí, era suficiente la difusión que se le daba.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004

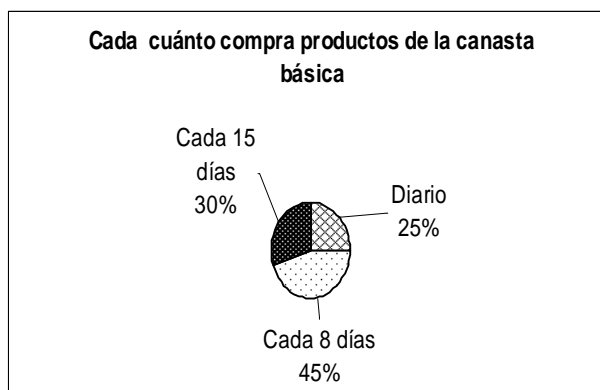


En cuanto al conocimiento de la existencia de una Oficina encargada de velar por los derechos de los consumidores el 39% conocía de la existencia de la misma, a diferencia del otro 61% que no sabía ni siquiera de que exista, con lo que se demuestra la falta de interés mostrada por los entes encargados de velar por la defensa de los consumidores.

Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, es evidente que no importa la edad, la escolaridad, ni el sector donde viven las personas, pues todos, necesitan en algún momento adquirir productos de la canasta básica, teniendo según la muestra elaborada para el presente estudio el

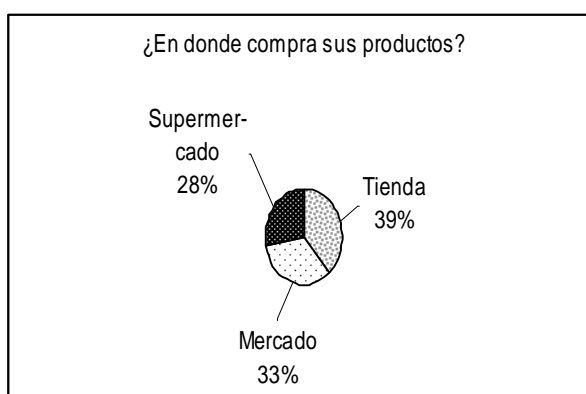
mayor porcentaje, las personas que compran cada 8 días con un 45%, seguido por las que compran cada 15 días con un 30% y por último las que compran a diario con un 25%, se podría decir que este comportamiento



Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004

se debe a que la mayoría de las personas son trabajadoras y dedican un día a la semana a esta actividad, así mismo dependen de la forma como se les liquida sus salarios pues hay personas que reciben su pago quincenalmente, las personas que compran a diario por lo regular son las personas que se encuentran encargadas del hogar y únicamente compran lo que necesitan consumir. En lo que se refiere a los lugares donde las personas hacen sus compras con mayor frecuencia, la tienda resultó ser el lugar más visitado con un 39% existe la posibilidad que esto se deba

a la cercanía a sus hogares, seguido del mercado con un 33%, ya que aquí pueden adquirir otros productos tal y como se demuestra en la gráfica, por último el supermercado con un 28% debido a que es un lugar en donde se



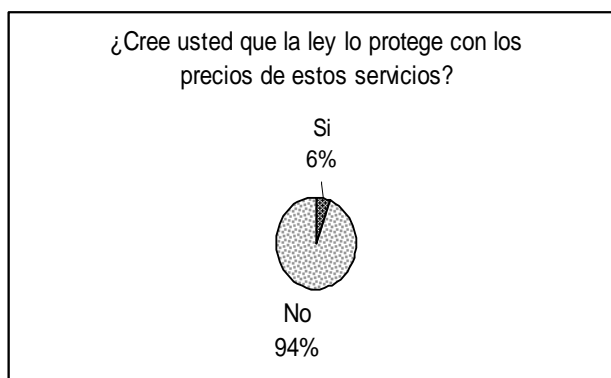
Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004

obtienen productos que en ninguno de los anteriores se encuentran. Si bien es cierto, que el lugar más visitado por las personas es la tienda, irónicamente es aquí donde el precio de los productos es mayor, seguido del mercado y por último encontramos a los supermercados, no se

debe olvidar que la mercancía es la misma, pero el precio varía dependiendo del lugar o zona donde se compre.

En lo que a la prestación de los servicios se refiere, entre los que tenemos la luz eléctrica, agua potable, estos son utilizados al 100%, el teléfono, televisión por cable y telefonía móvil celular, se utilizan con porcentajes arriba del 81%, es aquí en donde le corresponde a la DIACO y el Decreto 6-2003 demostrar su efectividad al proteger a los consumidores de los abusos de los que son víctimas, los cuales en gran cantidad son perpetrados por estas empresas, tal es el caso de la Empresa Eléctrica que es el ejemplo mayormente mencionado ya que los entrevistados consideran que es la que más perjudica a la economía familiar

por los cobros irracionales que en algunos casos ha hecho, sin que nadie haga nada por los afectados. Por lo que de las 100 personas encuestadas el 94% considera que se encuentran desprotegidas, tal y como se observa en la gráfica.



Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004

Debido a esto, los encuestados consideran necesarias las campañas de divulgación que permitan que más guatemaltecos conozcan la Ley de defensa al Consumidor y a la instancia encargada de ejecutarla, puesto que al desconocerse la legislación, se fundamentará lo expuesto por las personas encuestadas quienes consideran en un 97% que la difusión de la ley no es suficiente.



Fuente: Encuesta de elaboración propia. Septiembre 2004

En el momento de llevar a cabo las encuestas las personas que sabían de la existencia de la DIACO, mostraban su malestar ya que no creen en el trabajo que esta lleva a cabo, comentando que como todas las instituciones del Estado esta seguramente era otra oficina donde no se resolvían los problemas del país, que ni la Ley, ni esta oficina podrían frenar el alza inmoderado de los precios, el abuso en los cobros de los servicios, la mala prestación de los mismos, ni podrían controlar la calidad y pesos de los productos.

Es indudable, que la población se encuentra en una etapa en donde se ha dejado de tener la credibilidad en las instituciones gubernamentales, todo debido a las malas administraciones por las que han pasado. A esto debe de sumársele la falta de continuidad en los proyectos y casos dentro de la institución, ya que se han dado casos en los que se ha puesto la denuncia y no ha procedido ni a investigar.

Por otro lado es sumamente importante examinar minuciosamente la ley para encontrar las falencias que pueda tener y que no le permiten su viabilidad y aplicabilidad, pero esto lo analizaremos mas adelante.

3.2 Legislaciones de Defensa al Consumidor en México y El Salvador

De acuerdo a Cristian Javier Araujo Morales²⁸ *“las normas de organización económica modernas nos han conducido, necesariamente, ha repensar el ordenamiento legal y, en particular, la protección que se le debe brindar a los consumidores....El desarrollo económico, la apertura de mercados, la globalización y la competencia han reforzado la posibilidad de que los consumidores puedan elegir y satisfacer sus necesidades. La tecnología trae mejores productos, la calidad se convierte en una consigna para toda empresa que se precie de ser competitiva, y la mayor competencia nos trae mejores precios y oportunidades. Estos fenómenos han beneficiado a los consumidores, pero también han planteado nuevos retos para la sociedad en su conjunto.”*

Es por eso que en la actualidad se pueden encontrar en la mayoría de los países legislaciones en pro de los consumidores. Como es el caso de América Latina donde los países han re-elaborado sus legislaciones. A continuación se darán a conocer dos diferentes legislaciones, que por compartir en cierto modo algunos aspectos con nuestro país, podrán ser un modelo a seguir en nuestra reciente ley.

Primero se abordará la defensa al consumidor en México, ya que es pionero en América Latina, así mismo por ser país vecino y compartir parte de nuestra historia; y por otro lado la protección al consumidor en El Salvador, país con el cual se comparte la experiencia de la guerra civil, la que al llegar a su fin trajo como consecuencia la reformulación de la política de Estado.

²⁸ Araujo Morales, Cristian Javier. Revista Jurídica Cajamarca El Surgimiento de la Protección al Consumidor. Año I, Número 1, Perú. 2000

3.2.1 Defensa al Consumidor en México

México es pionero en el tema de la Defensa al Consumidor en América Latina, pues en el año 1970 se establece la Primera Organización de Defensa al consumidor la cual se llamó Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa al Consumidor.²⁹

“El 5 de febrero de 1976, la Ley Federal de Protección al Consumidor enriquece los derechos sociales del pueblo mexicano, que por primera vez establece derechos para la población consumidora y crea un organismo especializado en la procuración de justicia en la esfera del consumo. Nacen así el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), ésta como organismo descentralizado de servicio social, personalidad jurídica y patrimonio propio con funciones de autoridad administrativa encargada de promover y proteger los intereses del público consumidor.”³⁰

La institución contaba ya en 1982 con 32 oficinas en las principales ciudades del país. A través de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley Federal de Metrología y Normalización, la Procuraduría se encarga de los casos de violaciones a la Ley siempre y cuando este no corresponda a otra dependencia. Además practica la vigilancia y verificación necesarias en los lugares donde se administren, almacenen, transporten, distribuyan o expendan productos o mercancías o en los que se presten servicios incluyendo aquellos en tránsito.³¹

México al pasar de los años, ha ido mejorándose en cuanto al tema de Defensa al Consumidor, la legislación fue reformada con el objeto de abarcar aspectos que se encontraban fuera y que eran importantes incluirlos, debido a los cambios en la economía mundial, la cual desde hace varios años viene tomando una dirección a la apertura de los mercados y la conformación de bloques económicos.

²⁹ Martínez, Julia Evelyn. Mecanismos Públicos y Privados de Protección al Consumidor Diferencias y Complementariedades. Imprenta Criterio. San Salvador, El Salvador. 1998. Pp. 29.

³⁰ Procuraduría Federal del Consumidor. <http://www.profeco.gob.mx/html/profeco/profeco.htm>. México. Agosto de 2004

³¹ Ley Federal de Protección al Consumidor, México, Capítulo XII, Artículo 96.

Por lo que es importante destacar que México forma parte del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, lo que a su vez hace presión para que se mantenga una defensa al consumidor viable que pueda responder a las necesidades de este.

En esta misma línea y para hacer una comparación que enriquezca nuestra investigación decidimos abordar el caso del consumidor Guatemalteco, que luego de la aprobación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, presenta nuevos retos con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos de América, ya que dentro de sus objetivos se encuentran: “la estimulación de la expansión y diversificación del comercio entre las Partes; eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre los territorios de las Partes; promover las condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio; proteger en forma adecuada y eficaz y hacer valer los derechos de propiedad intelectual en el territorio de las Partes; crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta, y para la solución de controversias; y establecer lineamientos para la cooperación bilateral, regional y multilateral dirigida a ampliar y mejorar los beneficios de esta Tratado”.³²

En teoría son los elementos fundamentales para que se dé un desarrollo de la región, pero en realidad la entrada al mercado de empresas transnacionales altamente competitivas, ha provocado alarma en algunos sectores del país, temiendo que se afecte la producción nacional llegando al cierre de empresas, lo que a su vez aumentaría el desempleo en el país, y por consiguiente resultando mayormente afectada la población en general. Una preocupación fundamental, es la importación de productos y servicios de mala calidad, como se acostumbra en nuestro país, ejemplo claro es la importación de saldos y de productos que en otros países no llenan los requerimientos de control de calidad.

³² ***Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Estados Unidos***, Ministerio de Economía, Guatemala, 2004

Si bien es cierto, que lo primordial en materia de protección al consumidor es lograr que estos, tengan acceso a los productos y servicios a un mejor precio, calidad, peso exacto, etc., en este sentido el TLC es prometedor, pero quien garantizará que esto se cumpla, tomando en cuenta que dentro de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio en ningún momento se tomó en cuenta la posición del consumidor, sabiendo que este es el que adquiere el producto y/o servicio final.

3.2.2 Defensa al Consumidor en El Salvador

El primer movimiento en Defensa al Consumidor salvadoreña surge en el año de 1991, como resultado de una coordinación intersectorial (mujeres, cooperativistas, pobladores marginales), quienes coincidieron en el interés de promover la protección del consumidor,³³ esta tenía como misión promover el respeto a los derechos de los consumidores especialmente a los de escasos recursos y los más afectados en cuanto al acceso de productos y servicios básicos se refiere.

Es importante destacar que en los Acuerdos de Paz entre gobierno y guerrilla firmados, en el año de 1992, se impulsó que se legislara la defensa al consumidor y usuario,³⁴ la que llegó a su aprobación el 22 marzo de 1996, por Decreto No. 666.

La Ley tiene como objeto salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo normas que los protejan del fraude o abuso dentro del mercado.³⁵ Así mismo es creada la Dirección General de Protección al Consumidor que tiene a su cargo:

- Hacer cumplir las disposiciones legales que rigen la actuación de los consumidores
- Planificar acciones y diseñar políticas orientada a la protección del consumidor

³³ Centro de Defensa al Consumidor. http://www.cdc.org.sv/quienes_somos.asp, El Salvador. Agosto de 2004

³⁴ Martínez, Julia Evelyn. ***Mecanismos Públicos Y Privados De Protección Al Consumidor: Diferencias Y Complementariedades.*** Imprenta Criterio. San Salvador, El Salvador. Pp. -i-.1998.

³⁵ Decreto No. 666. Ley de protección al consumidor. El Salvador.

- Vigilar y supervisar el comportamiento de los precios y el cumplimiento de los pesos y medidas, información al consumidor, etc., de los productos básicos que se comercializan en el mercado interno
- Vigilar el cumplimiento y la correcta aplicación de las tarifas de
- Aplicar las medidas necesarias para evitar el alza inmoderada de los precios , la escasez, mala calidad y cualesquiera otra práctica en la comercialización de los productos esenciales y en la presentación de servicios a los consumidores
- Divulgar la Ley de Protección al Consumidor
- Orientar al consumidor sobre las condiciones imperantes en el momento de hacer valer sus derechos y coadyuve a la estabilidad y transparencia..
- Elaborar y desarrollar programas integrales de educación al consumidor
- Brindar al consumidor los servicios de atención de quejas, información en general relacionada con la Ley de Protección al Consumidor y de las funciones de la Dirección

A pesar de que en El Salvador el tema es reciente, el tratamiento dado a la defensa al consumidor es considerado como uno de los mejores en el área centroamericana, debido a que se está trabajando a nivel gobierno e instituciones privadas para lograr que se dé una verdadera protección al consumidor.

Es de reconocer la importancia de esta Ley, ya que a los pocos años de su aprobación ya se esté dando una fuerte participación por parte de la población salvadoreña.

Analistas e Instituciones critican la Ley exponiendo que las limitaciones que tiene son la Indefinición de la Política de Protección al Consumidor; Monopolio Estatal de la Protección al Consumidor; Debilidad de la institucionalidad pública sobre la cual descansa el sistema de protección al consumidor; Alta dispersión de regulaciones

relacionadas al tema; Incidencia de los mecanismos privados de protección al consumidor; Tendencia de mezclar la protección al consumidor con la protección de competencia; Visión parcial de los Derechos de los Consumidor y de los instrumentos para la tutela; Ausencia del sector empresarial salvadoreño de una visión de protección al consumidor vinculada a la estrategia de competitividad empresarial.

De acuerdo a las experiencias expuestas anteriormente, nos damos cuenta de la importancia que el tema ha cobrado en la región, a pesar de ser países cercanos, el camino ha sido totalmente diferente ya que si tomamos el caso México, se puede observar que desde sus inicios la importancia que se le ha dado al tema y a las instituciones encargadas de velar por los consumidores por parte del Gobierno ha sido crucial. Es de suma importancia considerar que México lleva un largo camino en cuanto al tema y que se han llevado a cabo reformas a lo largo del tiempo, con el fin de cubrir las deficiencias que se han presentado en el camino. Lo cual debería de servir de ejemplo tanto a la Legislación Salvadoreña como a la Guatemalteca.

Para conocer mejor cómo la Resolución 39/248 de la Asamblea General de las Naciones Unidas, que contienen las directrices para la elaboración de una legislación de protección al consumidor supuestamente viable, se elaboró un cuadro en el que se presenta las legislaciones de México, El Salvador, enfatizando en la Guatemalteca pues esta es el objeto de nuestro estudio.

3.2.3 CUADRO COMPARATIVO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LA RESOLUCIÓN 39/248 DE LA ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS, CON LAS LEGISLACIONES DE DEFENSA AL CONSUMIDOR DE MEXICO, EL SALVADOR Y GUATEMALA

Directrices dictadas por las Naciones Unidas	Ley Federal de Protección al Consumidor, México	Decreto Número 666 de la Asamblea Legislativa de la República de El Salvador Ley de Protección al Consumidor	Decreto Número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala sobre Protección al Consumidor y Usuario
<p>Seguridad física que incluye la formulación de normas jurídicas, reglamentaciones de seguridad nacional e internacionales, registros de seguridad que garanticen que los productos sean inocuos; que los distribuidores de los productos velen por el manejo adecuado de los mismos para que estos no pierdan su inocuidad; informar sobre los riesgos que conlleva el uso de los productos mediante símbolos comprensibles conocidos internacionalmente; adopción de medidas para que en el caso de descubrir que determinado producto presente algún riesgo no previsto anteriormente sea comunicado inmediatamente; la adopción de medidas por parte del gobierno para garantizar que los distribuidores, fabricantes retiren, reemplacen, notifiquen o sustituyan o den una compensación económica en caso de descubrir un defecto grave o que este constituya un peligro considerable aun cuando se utilice de forma adecuada.</p>	<p>Artículo 1, disposiciones de la ley federal de protección al consumidor, dentro de este mismo Artículo se encuentra el cumplimiento a los acuerdos internacionales en esta materia de los que forman parte y que deberán respetarse;</p>	<p>Artículo 1, objeto de la ley de protección al consumidor es de salvaguardar el interés de los consumidores; Artículo 26 se establece que el Ministerio de Economía fijará las providencias necesarias y ejercerá vigilancia y control para el cumplimiento de la Ley.</p>	<p>Capítulo I, disposiciones generales sobre la Ley de protección al consumidor; Capítulo II, Sección III, Artículo 15 dentro de las obligaciones de los proveedores inciso j) respuesta por los vicios ocultos de los productos; inciso r) sobre la responsabilidad de informar sobre el riesgo que conlleva el manejo adecuado y uso de determinado producto en la salud o para la integridad física del consumidor; inciso s) informar y comunicar sobre el peligro y riesgo que se tenga conocimiento sobre un bien.</p>
<p>Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores en esta área se contempla que los gobiernos deben de tratar en la manera de posible que los consumidores obtengan el mayor beneficio de sus recursos económicos mediante; procedimientos adecuados de distribución; prácticas comerciales leales comercialización informativa; la posibilidad de elegir en el mercado; que se cumplan las legislaciones de protección al consumidor por parte de cualquier participante en la provisión de productos y servicios; apoyar el funcionamiento de las organizaciones de defensa al consumidor para que vigilen</p>	<p>Capítulo I, Artículo 10, los proveedores no podrán llevar a cabo prácticas coercitivas o desleales o condiciones abusivas en el abastecimiento de los productos o servicios; Capítulo II, Artículo 24 dentro de las atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, se encuentra el de velar por los intereses de los consumidores y el de propiciar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre consumidores y proveedores ,</p>	<p>Artículo 5, en este se establecen las acciones para que el Ministerio de Economía pueda proteger de forma efectiva los intereses de los consumidores, propiciando la sana competencia en el mercado; Artículos del 13 al 16, se establece los lineamientos para la información que deben de llevar los productos y protección contractual</p>	<p>Capítulo I, Sección II, del Artículo 6 al 13, en estos se contemplan la creación de organizaciones de consumidores y usuarios desde su organización, personalidad jurídica, inscripción y registro, finalidades, limitaciones, impedimentos para integrar órganos directos, interés del directivo y la promoción de reclamos; Artículos del 47 al 52 sobre protección contractual.</p>

<p>Directrices dictadas por las Naciones Unidas</p>	<p>Ley Federal de Protección al Consumidor, México</p>	<p>Decreto Número 666 de la Asamblea Legislativa de la República de El Salvador Ley de Protección al Consumidor</p>	<p>Decreto Número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala sobre Protección al Consumidor y Usuario</p>
<p>prácticas perjudiciales para el consumidor; control por parte de los gobiernos de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo abusivo; adopción de políticas en donde se especifiquen las responsabilidades de los fabricantes a fin de asegurar que los productos satisfagan los requisitos de durabilidad, utilidad y viabilidad; los gobiernos deben alentar la competencia leal; disponibilidad de productos de los cuales están en el mercado y de piezas de repuesto; protección contra los abusos contractuales; prácticas promocionales justas en donde se proporcione la información necesaria del producto; que se dé una libre circulación de la información de los productos; impulsar acuerdos voluntarios entre las organizaciones de consumidores y los productores y/o distribuidores para mejorar la protección de los consumidores recibiendo estos una adecuada publicidad; examinar periódicamente las normas jurídicas relacionadas con pesas y medidas y determinar su eficacia.</p>	<p>promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones; también se promueve la celebración de convenios entre proveedores y consumidores</p>		
<p>Normas para la Seguridad y Calidad de los Servicios y Bienes de Consumo</p> <p>las cuales deberán tener una publicidad apropiada ya que esta existe de carácter nacional e internacional.</p>	<p>Capítulo I, Artículo 6 y 7, todo proveedor está obligado a proporcionar la información como precio, tarifas, garantías, cantidades, calidades, etc.</p>	<p>Artículo 8, en este se contempla la información que deben de llevar los productos tal como precio, peso, medidas y condiciones en las que se preste un servicio.</p>	<p>Capítulo III, Sección I, Artículos 18 al 24, en donde se contempla la información básica, exhibición de precios, publicidad engañosa, bienes deficiente, usados o reconstruidos, garantías, condiciones de la garantía, promociones, ofertas o liquidaciones de temporada.</p>

Directrices dictadas por las Naciones Unidas	Ley Federal de Protección al Consumidor, México	Decreto Número 666 de la Asamblea Legislativa de la República de El Salvador Ley de Protección al Consumidor	Decreto Número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala sobre Protección al Consumidor y Usuario
<p>Sistemas de Distribución de Servicios y Bienes de Consumo Esenciales; los gobiernos deberán elaborar políticas para velar por la distribución eficiente de bienes y servicios a los consumidores especialmente en las áreas rurales, propiciando la creación de instalaciones apropiadas de almacenamiento y venta al por menor; fomentar la creación de cooperativas de consumidores especialmente en las áreas rurales.</p>	<p>Capítulo II, Artículo 41. Cuando se trate de productos o servicios que de conformidad con las disposiciones aplicables, se consideren potencialmente peligrosos para el consumidor o lesivos para el medio ambiente o cuando sea previsible su peligrosidad, el proveedor deberá incluir un instructivo que advierta sobre sus características nocivas y explique con claridad el uso o destino recomendado y los posibles efectos de su uso.</p>	<p>Artículo 5, en este se establecen las funciones que deberá de llevar a cabo el Ministerio de Economía, tal como control de precios, medidas, precios, evitar el acaparamiento de los productos, orientar al consumidor, orientar al consumidor, entre otras.</p>	<p>Capítulo II, Sección III dentro de las obligaciones de los proveedores, inciso b) sobre el respeto por parte de los proveedores a respetar la vida, la salud y la seguridad del consumidor o usuario al proveerle bienes o prestarle servicios, inciso u) respetar la dignidad de la persona no discriminando al consumidor o usuario, negándose injustificada o arbitrariamente a proveer un bien o prestar un servicio; dentro de las prohibiciones a los proveedores encontramos en el Artículo 16, inciso f) el acaparamiento, especulación, desabastecimiento negativa de vender productos básicos, con la finalidad de provocar alza en los precios.</p>
<p>Medidas que permiten a los consumidores obtener compensaciones; los gobiernos deben establecer medidas jurídicas o administrativas en donde los consumidores puedan obtener compensación mediante procedimientos oficiales o extraoficiales, que sean rápidos, justos, poco costosos y accesibles considerando a los consumidores de escasos recursos; alentar a las empresas a solucionar las controversias y crear medidas, mecanismos voluntarios como procedimientos para presentar reclamaciones y prestar asistencia a los consumidores; facilitar a los consumidores información sobre los procedimientos vigentes.</p>	<p>Capítulo XIII, del Artículo 99 al 124, se establecen medidas administrativas y jurídicas en donde los consumidores pueden obtener compensación mediante procedimientos oficiales y extraoficiales.</p>	<p>Artículo 31, las infracciones a las disposiciones de la Ley serán sancionadas de acuerdo a la gravedad de la falta, lo cual queda especificado en los Artículos del 32 al 35.</p>	<p>Capítulo VI, Artículos del 68 al 76; Capítulo VII, Sección I, Sección II, Sección III, Sección IV, Sección V donde se encuentran establecidas las medidas jurídicas y administrativas para obtener compensación y solución de controversias mediante procedimientos oficiales y extraoficiales; Capítulo II, dentro de las obligaciones de los proveedores Sección III, inciso p). sobre la responsabilidad por la idoneidad y calidad de los productos, información sobre el producto, así como poner a disposición del público un número telefónico para la atención a reclamos.</p>

Directrices dictadas por las Naciones Unidas	Ley Federal de Protección al Consumidor, México	Decreto Número 666 de la Asamblea Legislativa de la República de El Salvador Ley de Protección al Consumidor	Decreto Número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala sobre Protección al Consumidor y Usuario
<p>Programas de Educación e Información, Formulación de Programas Generales de Educación e información del consumidor considerando las tradiciones culturales del pueblo de que se trate; con el fin de capacitar a los consumidores para que puedan elegir entre los bienes y servicios que se encuentren en el mercado concientes de sus derechos y obligaciones; se deben considerar en la formulación de los programas a los consumidores de bajos ingresos y aquellos que sean casi o totalmente analfabetos; la educación deberá de ser incluida dentro de las asignaturas del sistema educativo; los programas de información deben abarcar aspectos como: sanidad, nutrición, prevención de enfermedades transmitidas por alimentos y adulteración de los alimentos, peligros de los productos, rotulado, información sobre pesos y medidas, precios, calidad, condiciones para obtener un crédito y disponibilidad de los artículos de primera necesidad; contaminación del medio ambiente; impulsar los programas de educación para que lo lleven a cabo la mayor parte de los sectores de la sociedad incluidos los medios de comunicación de masas; programas destinados a la formación de educadores, profesionales de los medios de comunicación de masas y consejeros de consumidores</p>	<p>Capítulo I, Artículo 8 bis, Procuraduría Federal del Consumidor deberá de elaborar material informativo de orientación y de educación al consumidor y acordará con los proveedores su divulgación; Artículo 24, dentro de las atribuciones de la Procuraduría se encuentra el impulsar programas educativos de información al consumidor y de difusión de la misma; así mismo el de capacitación en las materias a que se refiere, como el de prestar asesoría a los consumidores y proveedores;</p>	<p>Artículo 35 el Ministerio tendrá que informar a la Fiscalía General en caso de El envenenamiento, la contaminación adulteración o corrupción, de modo peligroso para la salud, aguas o sustancias alimenticias o medicinales o de otra naturaleza, destinadas al uso público, tipificado como corrupción o Envenenamiento de Aguas y de otras Sustancias en el Código Penal.</p>	<p>Capítulo IV, Sección I, Artículo 54, dentro de las Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), incisos c), d), e) que incluyen la recopilación, elaboración, procesamiento, divulgación y publicación de las características de los bienes y servicios en el mercado; la formulación de programas de difusión y capacitación de los derechos de los consumidores; la promoción y realización de programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y usuario, así como prestar asesoría a consumidores, usuarios y proveedores</p>

Directrices dictadas por las Naciones Unidas	Ley Federal de Protección al Consumidor, México	Decreto Número 666 de la Asamblea Legislativa de la República de El Salvador Ley de Protección al Consumidor	Decreto Número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala sobre Protección al Consumidor y Usuario
<p>Medidas Relativas o Esferas Concretas se dice que al promover los intereses de consumidor particularmente en los países en desarrollo los gobiernos deberán cuando proceda, dar prioridad a las esferas de interés esencial para la salud, alimentos, el agua y los productos farmacéuticos; deberán adoptarse o mantenerse políticas para lograr el control de calidad de los productos, medios de distribución adecuados y seguros, sistemas internacionales normalizados de rotulado e información, así como programas de educación en estas esferas; deberán formularse directrices estatales respecto de esferas concretas en el contexto de las disposiciones de dichas directrices; adoptar medidas en cuanto a la información sobre plaguicidas y sustancias químicas que esta sea pertinente en materia de salud y medio ambiente y que los gobiernos exijan a los fabricantes el rotulado de los productos.</p>	<p>Capítulo III, Artículo 41, en este se establece que en el caso de que un producto sea considerado de alta peligrosidad para el consumidor o nocivo al medio ambiente, se deberá de adjuntar un instructivo donde se explique claramente los riesgos que este conlleva.</p>	<p>Artículo 5, inciso c) corresponde al Ministerio de Economía, el vigilar y supervisar el cumplimiento de la calidad, pesos y medidas de los productos básicos y estratégicos que se comercializan en el mercado nacional; Artículo 9, todo productor, importador o distribuidor de productos alimenticios, bebidas, medicinas que puedan incidir en la salud humana o animal, deberá imprimir en los envases o empaques de los productos que determine el Reglamento, los ingredientes que se utilizan en la composición de los mismos. Esta obligación no comprenderá la fórmula o secreto industrial utilizado en la elaboración del producto; Artículo 10, todo productor, importador o distribuidor.</p>	<p>Capítulo II, Sección III, Artículo 15, inciso b) respeto a la vida, la salud y la seguridad del consumidor o usuario por parte del proveedor; Capítulo II, Sección III, Artículo 26, normalización, verificación, control, certificación de calidad, metrología de los productos y servicios; Capítulo IV, Sección I, Artículo 54 dentro de las atribuciones de la DIACO, inciso k) velar por la observancia, por parte de los proveedores en coordinación con los entes administrativos especializados, de las disposiciones legales relacionadas con reglamentos técnicos o normas de calidad, pesas y medidas para la actividad comercial o la salud humana, inciso ñ) llevar a cabo un programa de verificación de mediciones de los servicios públicos; Capítulo III, Sección VI, Artículo 39, 40 y productos 41, en el caso de un producto presentar peligro tanto a la vida humana, la salud o integridad física de los consumidores o de los animales se deberá incorporar un instructivo anexo con la información correspondiente, en el momento de descubrir que un producto representa peligro especialmente si es farmacéutico deberá de informarse al órgano estatal correspondiente, a la DIACO y al consumidor por medio de anuncios publicitarios, en el caso de alimentos, bebidas, medicinas o productos que puedan incidir en la salud humana a deberán cumplir con las normas establecidas en el Código de Salud, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.</p>

Fuente: Elaboración propia, Septiembre 2004

En los cuadros anteriores se presentan las directrices dictadas por las Naciones Unidas a través de la Resolución 39/248 de la Asamblea General, así como las legislaciones de México, El Salvador y Guatemala en materia de defensa al consumidor, lo que nos permitirá verificar si los países objeto de análisis han tomado en cuenta las directrices recomendadas por la ONU en el momento de elaborar o reelaborar sus legislaciones de defensa al consumidor. Considerándose que las tres legislaciones contemplan casi todas las directrices, es primordial mencionar que la legislación Mexicana cuenta con las sanciones más estrictas, ya que en ella sí existe una tabla que contiene las cantidades que deberán de pagar los infractores dependiendo el tipo de infracción que cometan. En el caso de la Ley Salvadoreña, si bien es cierto que es reciente, ha tenido muy buenos resultados, pues de acuerdo a la información se contemplan los elementos básicos para que la población se sienta respaldada. Ahora bien, en el caso de Guatemala podemos decir que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario si tomó en cuenta las directrices de la ONU, al momento de elaborar la misma, tal y como se observó en los cuadros comparativos. La Ley llena los requerimientos dictados por esta Organización, dentro de los cuales se encuentran la satisfacción de necesidades básicas, seguridad en cuanto a ser protegidos contra productos que pueden resultar dañinos a la salud, información básica en cuanto a la calidad de los productos o servicios, derecho a tener una compensación y solución de controversias mediante procedimientos oficiales y extraoficiales, la educación del consumidor tarea que le corresponderá a la DIACO. Algo que es relevante es el tema de la sustentabilidad, ya que en la actualidad la sociedad se ha dedicado a destruir los recursos naturales con que contamos, sin considerar que estos, son los que permiten la subsistencia de la humanidad, pero, dentro de nuestra legislación la importancia que el tema debería de tener, no es el que se merece.

Considerando lo anterior podemos afirmar que en teoría la Ley es beneficiosa para la población guatemalteca, porque busca la protección de los consumidores en los

diferentes aspectos, como lo son la salud, la seguridad y justicia en el consumo. Sin embargo, en la práctica la legislación guatemalteca tiene algunos aspectos que se deben considerar, como lo es el hecho de que a pesar de ya casi transcurridos dos años de su aprobación, el conocimiento de la misma no es representativo, por lo que la divulgación que ha tenido por parte de la DIACO no ha logrado llegar a toda la población, por otro lado si la ley no se conoce, la institución no corre con mejor suerte. Pues, a pesar de las ferias del consumidor y sus grandes rótulos las personas conocen su nombre pero en muchos de los casos no saben que funciones tiene, por lo que la ley no puede ser viable si el desconocimiento de la mayoría de población hace que no sean aprovechados los beneficios que ésta les puede dar.

Por otro lado en el área de las sanciones existen vacíos que dificultan la aplicación de de las mismas y sobre todo la coersitividad, pues son demasiado vagas, por lo que de acuerdo al Lic. Hugo Bran³⁶ se utiliza con mayor facilidad la mediación y el arbitraje. A su vez aseveró que la ley afronta problemas de aplicabilidad ya que la interpretación de las leyes en Guatemala es un arma que utilizan los abogados de las empresas para poder evadir cualquier responsabilidad, sumado a esto la inexistencia de una tabla en donde se establezca sanciones económicas específicas para cada infracción. Lo que dificulta en algunos de los casos la aplicación de la Ley.

³⁶ Entrevista sostenida con el Licenciado Hugo Bran, Departamento de Servicios al Consumidor, el 10 de Agosto del 2004, en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).

CONSIDERACIONES Y CONCLUSIONES

La defensa al consumidor nace, para tratar de frenar las anomalías que se presentaban en las prácticas comerciales, en donde el consumidor era víctima de engaños, al adquirir un producto. El tema cobra mayor importancia a finales del siglo XIX, cuando se funda la primera organización en Estados Unidos de defensa al consumidor, esta con el fin de defender los derechos de los consumidores y de los trabajadores. Luego se empieza a dar una lucha por parte de la población y a su vez el surgimiento de nuevas organizaciones, las que después de una serie de esfuerzos, lograron contactarse con organizaciones de otros países e iniciar una lucha a nivel internacional de la defensa de los consumidores la cual tuvo gran reconocimiento. Logrando que la Organización de Naciones Unidas volviera sus ojos hacia el problema de los consumidores y a través del Consejo Económico y Social, se comenzó a trabajar en el tema, ya que este consideraba que este incidía en el desarrollo económico y social de los países. Teniéndose como resultado trascendental en el año 1985, la elaboración de una serie de directrices las que surgieron para tratar de fortalecer el desarrollo económico y social de los países tanto desarrollados, como en vías de desarrollo. Para las directrices era de gran importancia tomar en cuenta a las áreas rurales de los países, pues por todos es sabido, que dichas áreas, son las más débiles de la sociedad y en donde los derechos del consumidor son violados con mayor regularidad. Además, se pone énfasis en que se proporcione la suficiente información de los productos y servicios que se encuentran en el mercado, en especial a las personas analfabetas.

Las directrices fueron ampliadas en 1999, agregando el tema de la sustentabilidad de los recursos. Incluyendo en estas, el tratar de regular a las empresas para que en el momento de elaborar sus productos o la prestación de los servicios ser precavidos para no alterar el entorno natural.

La ONU logró que muchos de sus países miembros elaboraran o reelaboraran legislaciones sobre defensa al consumidor anotándose un éxito a este respecto, es importante considerar que esta organización carece de un poder coercitivo, sin embargo la voluntad aparente de los países es de cambio, transparencia y con miras a alcanzar un desarrollo de los mismos. Tal y como se presentó en el contenido de la presente los esfuerzos por la defensa a los consumidores no se deriva únicamente de las directrices, ya que México es pionero en América Latina en cuanto al tema, en El Salvador se dieron los primeros pasos, en los procesos de paz y a pesar de que es muy reciente, los avances han sido considerados en la región centroamericana, como una de las mejores del área. En lo que ha Guatemala se refiere y considerando que nuestro país es de los llamados en vías de desarrollo, y donde las áreas rurales concentran la mayor cantidad de población, y las condiciones económicas son de pobreza, extrema pobreza y por si esto no fuera suficiente el grado de analfabetismo que se da es alarmante, convirtiéndolos de esta forma en la población más vulnerable, es por ello, que se han formulado por parte del gobierno, de una serie de instrumentos legales con la finalidad de proteger los derechos de esta población y la población en general, en el año de 1985, por Decreto Ley 1-85, nace la Ley de protección a los consumidores, pero en ésta quedaron demasiados vacíos, por lo cual se hacía en algunos casos imposible su aplicación. A consecuencia de esto, se inicia nuevamente un largo camino para reelaborar una Ley de defensa al consumidor, en donde se consideró en gran medida las directrices dictadas por la Organización de las Naciones Unidas de 1985, ya que en esta se abordan los temas de educación al consumidor, el acceso a una información adecuada, la posibilidad de una compensación económica, la libertad de constituir grupos en defensa de sus intereses, libertad de adquisición de los productos, la protección de los consumidores frente a los riesgos de salud y su seguridad, las cuales se encuentran plasmadas en las directrices.

Respecto al tema de la sustentabilidad de los recursos, en el caso de la legislación guatemalteca es de trascendental importancia, debido a que Guatemala es un país en donde los recursos naturales, son una fuente de subsistencia para una gran cantidad de personas, pero en la práctica, no existe una explotación racional de los mismos, por lo que impulsar el desarrollo sostenible, daría la posibilidad de alcanzar un desarrollo con equidad. A pesar de los esfuerzos que se han hecho la Ley de defensa al consumidor guatemalteca presenta todavía, una serie de dificultades, que afectan fuertemente al desenvolvimiento de la entidad encargada de hacer cumplir la ley, ya que no existe una tabla que indique, el rango al momento de aplicar una multa, los procesos de solución de conflictos son muy lentos.

Se establece en la Ley que cada negocio debe de contar con un libro de quejas, para uso de los consumidores el cual utilizarán para dejar plasmadas las inconformidades o quejas que se den, respecto del negocio. El libro fue distribuido a los comercios pero no fue sino a finales del año 2004 que se empezó a inspeccionar, y a sancionar a los mismos. Las sanciones con las que se está sancionando son de una UMA, que la están calculando con el sueldo mínimo. Desde el año 2004, aparecen semanalmente un listado de precios en donde se pueden conseguir a mejor precio los productos, realmente este método no es funcional, porque de nada le sirve a una persona por ejemplo de la zona 7, saber que en la zona 17 se encuentran los productos más baratos ya que esta, no irá a este lugar por los productos.

Con relación a las acciones de las organizaciones privadas de protección al consumidor, se puede decir que son extremadamente débiles y no han demostrado un verdadero interés en ayudar a la ciudadanía, ya que en el transcurso de la investigación fue muy difícil contactarlos y en otros caso imposible. A esto se puede sumar que para finales de la presente investigación, se habían inscrito en la DIACO, tres nuevas organizaciones, de las cuales no fue posible contactarlas, ya que en la DIACO, no pudieron proporcionar la ubicación de las mismas, a pesar de ser esta la encargada de monitorear las funciones de estas, demostrando así, la falta de

organización dentro de la entidad. De acuerdo a la Ley, las organizaciones en pro de los consumidores, tiene la tarea de dar a conocer la Ley, lo cual hasta el momento no se ha dado satisfactoriamente, la población no cree que la Ley les vaya a ayudar a mejorar su situación, mucho menos en la DIACO, a pesar de los esfuerzos que esta lleva a cabo, con sus ferias del consumidor en diferentes partes del país. Por lo mismo, se considera que a pesar de existir un marco legal en Guatemala, todavía falta mucho por hacer, como lo son control de calidad, respeto de garantías, agilidad en resoluciones de quejas, publicar en los medios de comunicación la totalidad de las empresas que cometan alguna infracción ya sean estas públicas o privadas, esto con la finalidad de que el consumidor se encuentre o se sienta protegido de los abusos de comerciantes que solo buscan su propio beneficio.

RECOMENDACIONES

Para que en Guatemala se dé una verdadera defensa de los derechos de los consumidores es necesario que la DIACO, propicie la participación y organización de los consumidores, así de esta forma dar legitimidad a la ley aprobada por el Congreso de la República de Guatemala en el año 2003. Así mismo las organizaciones civiles existentes y la DIACO, deberán de tener una mayor comunicación y trabajar conjuntamente, propiciando la participación ciudadana en dicho proceso con lo que seguramente se eliminara la exclusión existente en el país.

Existe la necesidad de que se incluya dentro del pensum escolar, la educación al consumidor, tal y como sucede en El Salvador, esto con la finalidad, de crear desde edad temprana una conciencia sobre los derechos y obligaciones del consumidor. Lo que podría lograrse, a través de, comisiones de trabajo entre el Ministerio de Educación y la DIACO, a fin de encontrar la mejor forma de llegar a la población escolar. En cuanto a la DIACO deben de agilizar los trámites de resolución de quejas, ya que en la actualidad no se cumple con el tiempo estipulado dentro de la Ley, lo que se podría lograr si se diera una revisión del trabajo que realiza el departamento encargado, por parte de sus superiores inmediatos, evitar en lo posible el cambio de personal o contratar personal especializado y capaz para laborar dentro de la institución, ya que si no se tiene una continuidad dentro de la institución, obstaculizará su funcionamiento.

La DIACO, tendrá la tarea de dar a conocer una imagen confiable y de real interés en la defensa de los consumidores, para así incentivar a los consumidores a participar activamente en la defensa de sus derechos.

Guatemala en unos años, contará con una Procuraduría de Defensa al Consumidor, la cual no tendrá ningún sentido, si la población consumidora no tiene la credibilidad en ella, es por eso que le corresponde a la DIACO, trabajar arduamente para lograr que la población vea que existe una entidad en defensa de sus intereses y que tiene la

voluntad de hacer cumplir la Ley, lo que se podría lograr si se diera la solución de los casos que en ella se denuncian, en el tiempo estipulado, que los infractores de la ley reciban su sanción correspondiente, que se dé una publicación en los diarios de circulación en el país de los casos resueltos y de las empresas infractoras.

BIBLIOGRAFÍA

- Albertini, Atilio Aníbal. DISERTACIÓN PRONUNCIADA EN LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO (SEVILLA, ESPAÑA). revista de la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense de Madrid. No. 91. 9 de Noviembre de 1988.
- Araujo Morales, Cristian Javier. EI SURGIMIENTO DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. Revista Jurídica Cajamarca, Año 1. Número 1. Perú. Septiembre-Diciembre 2000.
- Asamblea General de las Naciones Unidas, RESOLUCIÓN 39/248 SOBRE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 9 de Abril de 1985.
- Barnhart, Robert K. THE WORLD BOOK DICTIONARY. World Book Inc. United States of America, 1996.
- Bechi, Ma. José. Benecio, Diego. Berna, Fabián. Recalde, Luis. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/comporconsumidorpractico.htm>. Consultado Septiembre de 2005.
- Centro de Defensa al Consumidor, El Salvador www.cdc.org.sv. Consultado Agosto de 2004.
- Congdon-Mcwilliams. DICCIONARIO DE ECONOMIA, Ediciones Grijalbo, S.A., Barcelona-Buenos Aires-México D.F., 1982.
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Decretada por la Asamblea Nacional Constituyente el 31 de Mayo de 1985. Guatemala, C. A. 1990.
- DECRETO 6-2003, DEL CONGRESO DE LA REPUBLICA, Guatemala, 2003.
- DECRETO LEY 1-85, DEL JEFE DE ESTADO, Guatemala, 1985.
- General Assembly, UN. RESOLUTION 38/147. 19 de diciembre de 1983.

- Consumers International. CARTA SOBRE EL COMERCIO PARA EL CONSUMIDOR
http://www.consumidoresint.cl/documentos/economia/documento_politico_ci-cancun.doc. Agosto 2003.
- Hoegen, Miguel Von. ORGANIZACIÓN SOCIAL: NOTAS SOBRE EL PASADO Y LINEAMIENTOS DEL FUTURO, Asies. Guatemala. 1991.
- LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, San Salvador, El Salvador, 1996.
- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, México. Febrero 2004.
- Martínez, Julia Evelyn. MECANISMOS PUBLICOS Y PRIVADOS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR; DIFERENCIAS Y COMPLEMENTARIEDADES, Imprenta Criterio, San Salvador, El Salvador, 1998.
- Ministerio de Economía de Guatemala. www.mineco.gob.gt. Septiembre, 2004.
- Ministerio de Economía, DISPOSICIONES LEGALES VIGENTES EN GUATEMALA RELACIONADAS CON EL CONSUMIDOR, Guatemala, 1994.
- Ministerio de Educación y Ciencia. LA SOCIEDAD DEL CONSUMO. Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa. Madrid, España. 1992.
- Mosquera Aguilar, Antonio. EL DESARROLLO CON ENFOQUE DE SUSTENTABILIDAD. Editorial Tiempos Modernos. Guatemala, Centroamérica. 2002.
- Naciones Unidas, DIRECTRICES DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR (AMPLIADAS EN 1999). Nueva York y Ginebra, 2001.
- National Consumers League.
http://search.eb.com./women/articles/national_con_l.html. Consultado Mayo 2003.
- Organización de las Naciones Unidas. <http://www.onu.org/naciones.htm>. Centro de información de las Naciones Unidas para España. Consultado Octubre 2004.

- Procuraduría Federal del Consumidor, México. www.profeco.gob.mx. Consultado Agosto de 2004.
- Zeta Lam, Claudia ANTECEDENTES DE LA DIRECCIÓN DE ATENCION Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR. Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor. Guatemala. 2004.
- Zorrilla Arena, Santiago. Silvestre Méndez, José. DICCIONARIO DE ECONOMÍA. Ediciones Océano, S.A. México, D.F. 1987.

ENTREVISTAS

- Lic. Hugo Bran, Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor , Departamento de Servicios al Consumidor, Agosto del 2004.
- Lic. Fernando Muñoz, Director del Centro de Defensa al Consumidor, Mayo de 2004.
- Licenciada Claudia Zeta Lam, Asesora de Dirección de la DIACO, Abril de 2004, julio de 2004 y el 1 de Septiembre de 2005.