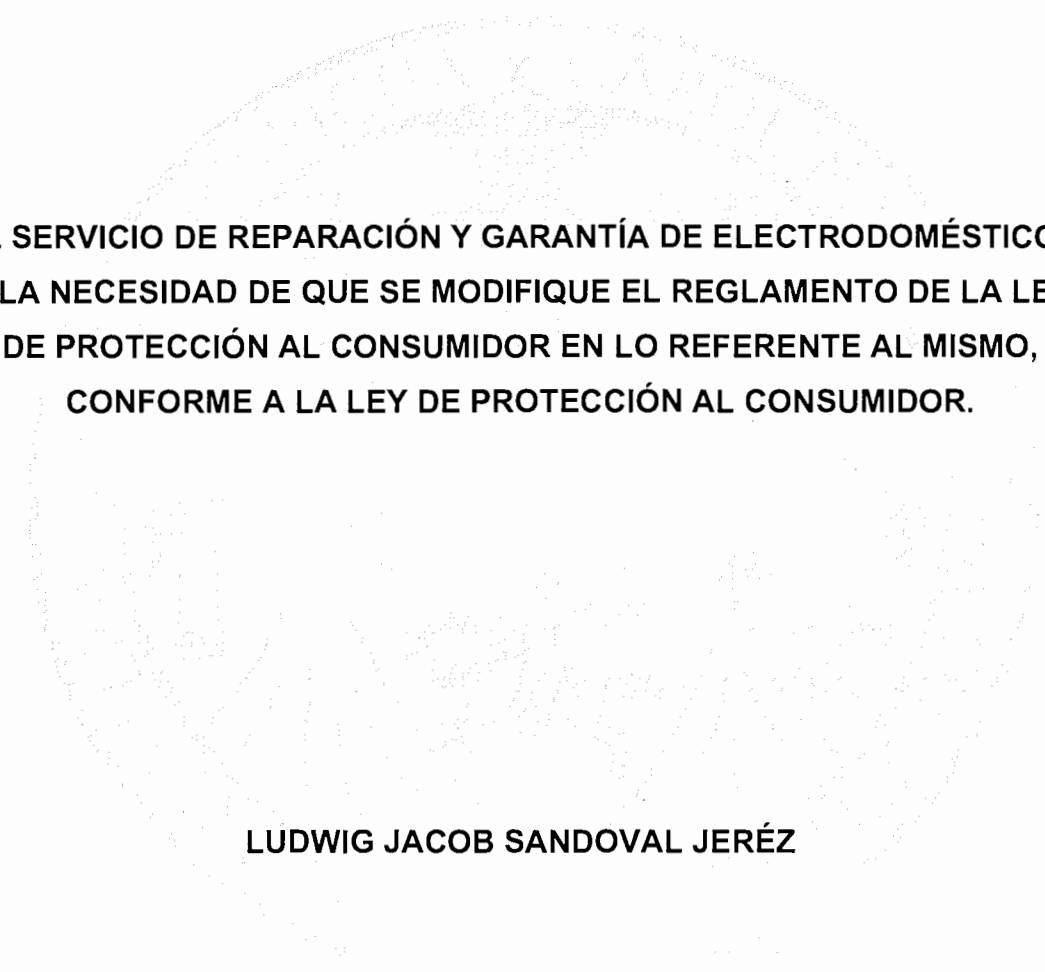


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**



**EL SERVICIO DE REPARACIÓN Y GARANTÍA DE ELECTRODOMÉSTICOS
Y LA NECESIDAD DE QUE SE MODIFIQUE EL REGLAMENTO DE LA LEY
DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LO REFERENTE AL MISMO,
CONFORME A LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.**

LUDWIG JACOB SANDOVAL JERÉZ

GUATEMALA, JULIO DE 2012

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

**EL SERVICIO DE REPARACIÓN Y GARANTÍA DE ELECTRODOMÉSTICOS
Y LA NECESIDAD DE QUE SE MODIFIQUE EL REGLAMENTO DE LA LEY
DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LO REFERENTE AL MISMO,
CONFORME A LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva
de la
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
de la
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

LUDWIG JACOB SANDOVAL JERÉZ

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Guatemala, julio de 2012

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

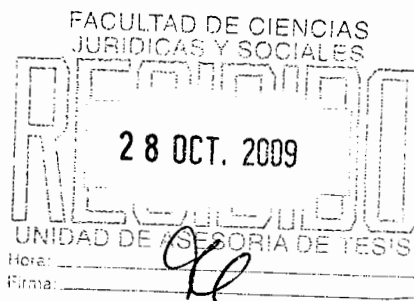
DECANO: Lic. Avidán Ortiz Orellana
VOCAL II: Lic. Mario Ismael Aguilar Elizardi
VOCAL III: Lic. Luis Fernando López Díaz
VOCAL IV: Br. Modesto José Eduardo Salazar Diéguez
VOCAL V: Br. Pablo José Calderón Gálvez
SECRETARIA: Licda. Rosario Gil Pérez

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

Guatemala, 26 de octubre de 2009



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



Licenciado Castro Monroy:

Atentamente me dirijo a Usted, con el propósito de informarle que en cumplimiento a resolución de esa Unidad, procedí a asesorar el trabajo de tesis del estudiante **Ludwig Jacob Sandoval Jeréz**, intitulado **“EL SERVICIO DE REPARACIÓN Y GARANTÍA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y LA NECESIDAD DE QUE SE ESTABLEZCA UN REGLAMENTO QUE LO REGULE, CONFORME A LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR”**.

Luego de haber formulado algunas sugerencias al estudiante Sandoval Jeréz, mismas que fueron tomadas en consideración en la presentación final del trabajo y a la luz del Artículo 32, estimo que el contenido científico y técnico, del mismo es de mucha importancia en la actualidad dado que en Guatemala, no se dan las condiciones legales óptimas para proteger al consumidor y usuario de Electrodomésticos quedando desprotegido y sin posibilidad de ejercer sus derechos como tal.

En cuanto a la metodología y técnicas de investigación utilizadas en el desarrollo del trabajo fueron las adecuadas ya que, se busca demostrar la necesidad de establecer un reglamento que regule el servicio de reparación y garantía de electrodomésticos. La redacción es también la adecuada dada la importancia del contenido temático, puesto que logra dar el sentido que el tema requiere.

Además utiliza la bibliografía recomendable para el estudio del mismo, la cual cita a lo largo de su exposición, arribando a conclusiones congruentes con el informe y emitiendo las recomendaciones adecuadas para aprobar el trabajo de investigación realizado, mismas que deben ser tomadas en cuenta por el ente correspondiente.

Por lo que opino, que sí llena los requisitos mínimos exigidos por esta Casa de Estudios Superiores para esta clase de trabajos, pudiendo servir de base para el examen público de Tesis, previo a que el autor obtenga el grado académico respectivo por lo que emito el dictamen favorable, para que continúe su trámite hasta culminar su aprobación.

LIC. HUGO AVILA BIATAS
ABOGADO Y NOTARIO

Sin otro particular me suscribo con muestras de mi consideración y estima.



**Lic. HUGO AVILA BIATAS
ASESOR**

**Abogado y Notario
Colegiado No. 5976**

**8ª. Calle 25-57 zona 7 Kaminal Juyú I Guatemala
Tel. 56046560**

**LIC. HUGO AVILA BIATAS
ABOGADO Y NOTARIO**



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

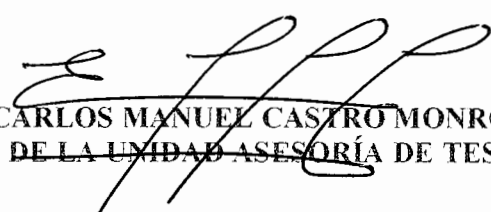
Ciudad Universitaria, Zona 12



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

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) LUIS ALBERTO ZECEÑA LÓPEZ, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante LUDWIG JACOB SANDOVAL JERÉZ, Intitulado: "EL SERVICIO DE REPARACIÓN Y GARANTÍA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y LA NECESIDAD DE QUE SE ESTABLEZCA UN REGLAMENTO QUE LO REGULE, CONFORME A LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR".

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual dice: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes".


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

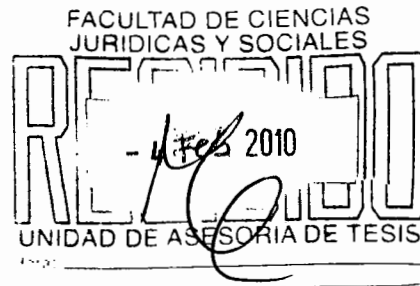
cc.Unidad de Tesis
CMCM/nmmr





Guatemala, 20 de enero de 2010

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



Licenciado Castillo Lutín:

Atentamente me dirijo a Usted, con el propósito de hacer de su conocimiento que, en cumplimiento a la resolución emitida por esa Unidad, procedí a revisar el trabajo de tesis del estudiante **Ludwig Jacob Sandoval Jeréz**, titulado **“EL SERVICIO DE REPARACIÓN Y GARANTÍA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y LA NECESIDAD DE QUE SE ESTABLEZCA UN REGLAMENTO QUE LO REGULE, CONFORME A LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR”**.

Le sugerí al estudiante Sandoval Jeréz, que modificara el título de su trabajo de tesis en virtud que ya existe un reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. Dicha sugerencia fue tomada en cuenta por parte del estudiante habiendo quedado el nuevo título como sigue: **“EL SERVICIO DE REPARACIÓN Y GARANTÍA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y LA NECESIDAD DE QUE SE MODIFIQUE EL REGLAMENTO DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LO REFERENTE AL MISMO, CONFORME A LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR”**. Dicha sugerencia la realicé teniendo como base el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

El estudiante Sandoval Jeréz, en su trabajo hace referencia entonces, a la necesidad de modificar el reglamento existente en lo tocante al servicio de reparación y garantía de electrodomésticos. En el capítulo I hace referencia al Derecho de Consumo, sus generalidades e importancia. En el capítulo II hace mención del Consumidor, quien es la figura que motiva este trabajo de tesis y el que es continuamente vulnerado en sus derechos. En el capítulo III evoca extractos de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente en nuestro ordenamiento jurídico y en el capítulo IV refiere casos actuales de marcas y situaciones que ilustran mejor la necesidad de efectivamente, modificar el reglamento de la Ley de Protección al Consumidor en lo tocante al servicio de reparación y garantía de electrodomésticos.

Estimo que el contenido científico y técnico del mismo es de mucha importancia en la actualidad, dado que en Guatemala no se dan las condiciones legales óptimas para proteger al consumidor y usuario de electrodomésticos quedando desprotegido y sin posibilidad de ejercer sus derechos como tal.



Además, este trabajo reviste un contenido técnico, puesto que permitirá que cuando las modificaciones se realicen evolucionen las normativas relativas a la protección del consumidor, permitiendo así que las instituciones que velan por el cumplimiento de estos derechos se transformen, esto en beneficio del consumidor y usuarios de electrodomésticos.

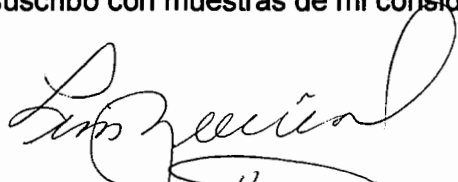
En cuanto a la metodología y técnicas de investigación utilizadas en el desarrollo del trabajo fueron las adecuadas, ya que fueron encaminadas a conseguir la información apreciable y fehaciente; útil para concebir, comprobar y emplear el conocimiento, buscando demostrar la necesidad de modificar el reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en lo que se refiere al servicio de reparación y garantía de electrodomésticos.

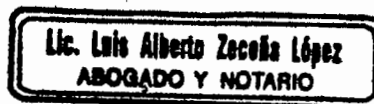
La redacción es la adecuada ya que existe coherencia en las ideas y en la relación de cada texto, lo que permite pensar que el sentido que se quiere transmitir está claro y entendible. Además el orden de las ideas es el adecuado para que el lector pueda tener un panorama real y comprenda la necesidad de que este reglamento sea modificado.

En cuanto a la contribución científica del tema presentado puedo decir que es comprobable y objetiva, ya que la ausencia de un cuerpo normativo adecuado que garantice la prestación del servicio de garantía es una realidad en el ordenamiento jurídico guatemalteco y la modificación de este reglamento será de utilidad universal a través de una aplicación racional del mismo por parte de los jueces jurisdiccionales.

Además utiliza la bibliografía recomendable para el estudio del mismo, la cual cita a lo largo de su exposición, arribando a conclusiones congruentes con el informe y emitiendo las recomendaciones adecuadas, las cuales se espera sean tomadas en consideración por esta Casa de Estudios, previo a que el autor obtenga el grado académico correspondiente por lo que emito el dictamen favorable, ya que reúne los requisitos para ser sometido al examen general público respectivo.

Sin otro particular me suscribo con muestras de mi consideración y estima.


Licenciado Luis Alberto Zecaña López



Colegiado No. 3245

9a. ave. 12-58, zona 1, 2º. Nivel Oficina 16

Teléfono: 53060483



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Edificio S-7, Ciudad Universitaria
Guatemala, Guatemala



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Guatemala, cuatro de junio de dos mil doce.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de el estudiante LUDWING JACOB SANDOVAL JÉREZ intitulado EL SERVICIO DE REPARACIÓN Y GARANTÍA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y LA NECESIDAD DE QUE SE MODIFIQUE EL REGLAMENTO DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LO REFERENTE AL MISMO, CONFORME A LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

CEHR/iycr

El bloque contiene una firma manuscrita que cruza los sellos. Hay dos sellos circulares: el superior es del Decanato y el inferior es de la Secretaría, ambos de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, C. A.



DEDICATORIA

- A DIOS: Por haberme dado la fuerza y sabiduría para llegar a este momento.
- A MI MADRE: Por su amor y ejemplo de lucha incansable.
- A MI HIJO: Ludwig Israel, por ser la bendición más grande de mi vida.
- A MIS HERMANAS: Con mucho cariño.
- AL INSTITUTO EVANGÉLICO
AMÉRICA LATINA En especial a sus fundadores.
- A MIS PADRINOS: Doctor Virgilio Zapata Arceyuz y licenciado Santos Torres Ramírez, a quienes debo lo que ahora tengo. Con cariño y humildad.
- A MIS AMIGAS Y AMIGOS: En general, quienes de alguna forma me brindaron su apoyo y ayuda.
- A MI ALMA MATER: La tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, en especial a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales a quien debo mi formación profesional.
- A USTED: Muy especialmente, ya que con su presencia en este acto me demuestra aprecio y cariño.



ÍNDICE

Pág.

Introducción	i
--------------------	---

CAPÍTULO I

1. El derecho de consumo	1
1.1 El consumo	2
1.2 Generalidades	4
1.3 Importancia	8
1.4 Derechos del consumidor	13
1.5 Obligaciones del consumidor	15

CAPÍTULO II

2. El consumidor	17
2.1 Comportamiento del consumidor	20
2.2 Clase social	23
2.3 Factores sociales	24
2.4 Factores personales	26
2.5 Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario	28
2.6 Acciones y alcances	32
2.7 Cooperación bilateral	32

CAPÍTULO III

3. Ley de Protección al Consumidor y Usuario	35
3.1 Objeto	36

3.2	Ámbito de aplicación	37
3.3	Definiciones	38
3.4	Derechos de los consumidores y usuarios.....	40
3.5	Organizaciones de consumidores y usuarios	42
3.6	Personalidad jurídica	43
3.7	Finalidades	44
3.8	Limitaciones	45
3.9	Impedimentos para integrar órganos directivos	45
3.10	Derechos, obligaciones y prohibiciones del proveedor.....	46
3.11	Reclamos	50
3.12	Importancia	51
3.13	Prestación de servicios	53
3.14	Seguridad de los productos y servicios	54
3.15	Protección contractual	55
3.16	Atención y asistencia al consumidor	56
3.17	Función de Dirección de Atención al Consumidor DIACO	58
3.18	Infracciones	59
3.19	Casos especiales	60

CAPÍTULO IV

4.	El mercado de electrodomésticos en Guatemala	63
4.1	La diversificación del mercado de electrodomésticos	64
4.2	Las marcas sin prestigio comercial	66



	Pág.
4.3 Artículos a considerar	68
4.4 Leyes de otros ordenamientos jurídicos	70
4.5 Necesidad de modificar el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	71
4.6 Propuesta de modificación del Artículo 23 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario	74
4.7 Propuesta de adición del Artículo 24 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	76
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	81
BIBLIOGRAFÍA	83



INTRODUCCIÓN

Este tema se eligió en virtud de que existe un problema que se identifica en la legislación vigente en torno a la garantía de electrodomésticos, ya que el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente no aclara las condiciones en las cuales debe hacerse efectiva la misma, situación que coloca a los consumidores y usuarios de esta clase de bienes en una posición vulnerable.

Dentro de los objetivos de este trabajo se encuentran el realizar un análisis jurídico doctrinario de lo que les sucede a los usuarios de bienes electrodomésticos debido a la falta de protección, con respecto a las normas que hacen valer el derecho a la garantía de los productos que pueden adquirir.

Al inicio de este trabajo se identificó que el servicio de reparación y garantía de bienes electrodomésticos, no se encuentra amparado ampliamente a pesar de que el artículo 23 del Reglamento mencionado desarrolla los artículos 22 y 23 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario lo cual no protege jurídica y materialmente a los consumidores y usuarios de bienes electrodomésticos.

El presente trabajo ha sido dividido en cuatro capítulos donde el primero incluye lo relativo al derecho de consumo; el segundo aborda aspectos específicos de los consumidores; el tercero enfoca la ley vigente que regula la protección al consumidor y usuario.



El cuarto capítulo que describe en términos generales el mercado actual de electrodomésticos en Guatemala y la modificación que debe hacerse al Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor.

Se realizó una investigación jurídica y científica efectuando una comparación bibliográfica con todos los recursos relacionados al tema. Así también, al utilizar la investigación documental se pudo argumentar que el tema necesita una solución pronta y eficaz.

En virtud del análisis jurídico y doctrinario del derecho a la garantía y del problema que representa su positiva aplicación en nuestro ordenamiento jurídico mercantil, así como el auge de la industria de electrodomésticos el presente trabajo de tesis proporciona fundamentos y criterios básicos, para la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario como de su reglamento.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente en nuestro ordenamiento jurídico, establece las condiciones del derecho a la garantía pero no se desarrollan específicamente, por lo que es necesaria la modificación del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, con el fin de que regule las mismas para fortalecer el entorno jurídico del consumidor y usuario de bienes electrodomésticos.



CAPÍTULO I

1. El derecho de consumo

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

En general, se considera consumidor o usuario a toda persona física o jurídica que contrata a título oneroso para consumo final, beneficio propio, de su grupo familiar o social lo necesario para la subsistencia. Es además, el que adquiere o arrienda bienes muebles o inmuebles o el que requiere la prestación de servicios.

El derecho del consumo no es una rama autónoma del derecho, sino una disciplina transversal, con elementos que encuadran dentro del derecho mercantil, del derecho civil y otros dentro del derecho administrativo e incluso del derecho procesal. Por consumo se entiende: "Gasto que se hace de determinados géneros; los cuales se introducen en una población para venderlos o consumirlos en la misma".¹

El concepto de derecho del consumo aún es un campo no muy explorado, es por eso que es de mucha utilidad poder conocerlo y desarrollarlo.

¹ Diccionario enciclopédico de la lengua española. Editorial Larousse. Tomo único. Pág. 898.

“Algunas corrientes de pensamiento postmoderno han llamado la atención acerca de la diseminación del sentido, la dispersión de los signos y la dificultad de establecer códigos estables y compartidos.

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

1.1 El consumo

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

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

Muchas veces la provisión interna se ve afectada en el afán de colocar productos en mercados internacionales.

² Comin, Paulo. **Consumo sostenible**. Editorial Porruá. México 1986. Pág. 26.

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

Este cambio radical que se produjo en el mundo y que llevó a la formación de la sociedad de consumo, con sus consecuentes ramificaciones sociológicas, se vio acompañado y favorecido por el cambio industrial y tecnológico provocado por el maquinismo, la producción en masa, las nuevas tecnologías, la avalancha de bienes y servicios ofrecidos en el mercado.

Por otro lado, la despersonificación de las relaciones económicas y jurídicas, la publicidad, los nuevos sistemas de promoción y ventas, mismas que llevan a nuevas formas de contacto social y jurídico entre empresarios y consumidores.

Más recientemente la informatización de los sistemas y técnicas de promoción, distribución, comercialización y ventas, produjeron una visión distinta de las técnicas empresariales.

En el campo jurídico se produce la quiebra de dos grandes dogmas del derecho clásico: por un lado, el de la autonomía de la voluntad y por el otro, el de la culpa como presupuesto de la responsabilidad. El término autonomía de la voluntad muchas veces vulnera los derechos individuales y colectivos, aún existiendo cuerpos normativos que velen por el cumplimiento de estos.

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

Dicha desigualdad jurídica no es sólo consecuencia de la economía, sino que encuentra sustento además en la falta de información acerca de los productos y de los derechos que le asisten y a quien o a quienes debe acudir en el momento de contratar para conseguir el producto o servicio que necesita.

El autor Manuel Ossorio indica en relación al consumo que: “es el último grado del proceso económico, en el que los objetos producidos se utilizan para la satisfacción de las necesidades sociales o humanas, tanto mediatas como inmediatas”.³

1.2 Generalidades

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

³ **Diccionario de ciencias jurídicas políticas y sociales.** Editorial Heliasta. Buenos Aires Argentina. 1981 Pág. 214.



A fines del siglo dieciocho surgieron los derechos civiles y políticos del constitucionalismo, como lo son: el derecho a la vida, a la propiedad y al sufragio y con el advenimiento del siglo veinte los derechos sociales, económicos y culturales, entre los cuales están: el derecho al trabajo, a la huelga y a la educación.

En la actualidad podemos mencionar a los derechos del hombre en sociedad o derechos de la tercera generación, como lo son: el derecho al desarrollo, a la preservación del medio ambiente y el derecho del consumidor.

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

Al señalar los derechos del consumidor, no se puede eludir precisamente a un sujeto específico. Desde el punto de vista doctrinario, su conceptualización resulta controvertida. Cualquier persona, física o jurídica se considera consumidor..

Sin embargo, la tutela jurídica se circunscribe a dichas personas cuando se encuentren ubicadas en el final del circuito económico, es decir aquellos que son destinatarios finales, lo que excluye al industrial o revendedor o quien participe en el circuito económico sin que su finalidad sea el aprovechamiento inmediato de la cosa.



Es de señalar que la noción comprende no sólo a quien contrata sino también a quienes utilizan o disfrutan los servicios o bienes, es decir, al consumidor material, el consumidor que al final del proceso económico es quien soportará la vulnerabilidad del mercado interno y externo.

La ley considera consumidores o usuarios a las personas físicas o jurídicas que adquieren cosas o contraten servicios para su consumo final, beneficio propio o para su grupo familiar o social.

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

La ley también exige que se relacione con un contrato oneroso, mientras que la protección se aplica al ámbito de las relaciones con los productores de bienes o servicios, esto con la finalidad de satisfacer las necesidades domésticas o familiares, presuponiendo la situación porque sin la participación del consumidor en el mercado, resulta inútil referirse a los otros derechos.

Es al Estado a quien corresponde gestionar que todas las personas puedan estar incluidas en el circuito económico, esto a través de la creación de la legislación adecuada, espacios de intercambio comercial seguros con lo cual se garantizan diversos aspectos entre los cuales están:

- a) La libertad de elección basada en precios justos y variedad de productos y servicios. Para ello tienen que descalificarse los monopolios que imponen determinados productos a los precios fijados unilateralmente, de manera que el usuario o consumidor tenga otras opciones.

- b) La no discriminación o arbitrariedad, permitiendo a la población la misma calidad en los productos, sin distinción de condiciones sociales o económicas, puesto que si el consumidor cubre el precio del producto a comprar adquiere el derecho de recibirlo y también el de gozar de una garantía que proteja su inversión.

- c) Acceso digno y equitativo, evitando la subordinación e indefensión ante las quejas y reclamos. Comúnmente, ante una queja o un reclamo, el consumidor es tratado como si se le estuviera haciendo un favor, colocando en el juicio del proveedor la decisión acerca de la genuina procedencia del reclamo o reparación.

Además determina los tiempos en los que se atenderá el reclamo o queja e incluso las condiciones en las que se hará la misma, cuando en realidad el consumidor está ejerciendo el derecho que le asiste en la relación contractual en la que ya cumplió su prestación a diferencia del proveedor que la cumplió con deficiencias o defectos.

Este acceso digno y equitativo es el que el Estado procura a través de legislaciones y condiciones óptimas de mercado.



1.3 Importancia

El derecho a la educación para el consumo es fundamental debido a que únicamente el efectivo conocimiento de los derechos hace posible la tutela de los mismos, así como también permite mostrar que está la posibilidad de reclamar en caso no se esté conforme con el bien adquirido.

Si no se conocen las diferentes caras y alcances de la publicidad, la información necesaria en cada caso, la posibilidad de controlar la calidad y demás condiciones de los productos y servicios, como también las formas de gozar de una garantía efectiva, de nada sirven las normas que protegen al consumidor.

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

De existir dichos programas, tienen que contener aspectos referidos a la salud, nutrición, prevención de enfermedades transmisibles por alimentos, adulteración de los mismos, peligro de los productos, necesidad de su rotulado y formas de obtener compensación.



Para lograr la efectividad de estos programas se tiene que acudir a medios masivos de comunicación y corresponde esta tarea a los empresarios, sin perjuicio de la responsabilidad que le corresponde al Estado a través de la enseñanza primaria y enseñanza media.

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

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

Muchas veces el producto es lanzado al mercado y puesto en circulación con un deficiente desarrollo de la técnica o de la ciencia, sin conocer un posible daño potencial, colocando al consumidor en una posición vulnerable, lo cual puede evitarse al efectuar revisiones constantes de los procesos de producción como de ensamblaje, manejo, colocación del producto terminado e información sobre pesos y medidas, precios y condiciones para el otorgamiento de créditos.



Uno de los derechos más importantes y que menos se conoce y se exige su cumplimiento es el de la información. Por ello, tiene que exigirse información especial en torno a productos o servicios peligrosos para la salud e integridad del consumidor.

De igual manera, cabe ejercitar este derecho exigiendo los presupuestos pertinentes en la contratación de servicios, es decir el detalle del trabajo a realizar o el servicio a prestar, sus modalidades en cuanto al tiempo, materiales a utilizar, garantía y costos.

En la medida en que se capte en toda su dimensión el correlativo deber de informar por parte de los proveedores, tanto en la etapa precontractual como en el desarrollo de la relación jurídica; así se evitarán múltiples frustraciones en la adquisición de bienes y servicios.

La información debe comprender múltiples aspectos, como lo son la composición del producto, en particular los de consumo, la fecha de fabricación y de vencimiento, el empleo a dar al producto y en lo que atañe a los créditos dinerarios, la información sobre el total de la deuda, con los intereses, recargos y multas.

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



La publicidad se encarga de alimentar el espíritu consumista, de manera que los anunciantes se colocan en un punto en el que condiciona o determina qué alimentos comer, qué bebidas tomar, qué automóviles conducir en fin, en qué debe invertir el consumidor su dinero y hacia qué debe dirigir sus prioridades.

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

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

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



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

Todos estos derechos pueden ser ejercidos en forma individual pero su tutela resulta más efectiva con la organización, es decir con las asociaciones de consumidores que tienen como objetivo el cumplimiento de todos los derechos de los consumidores.

Estas asociaciones, que surgen del derecho a organizarse y a participar, son entes no gubernamentales, que nacen de la libre asociación de las personas y que participan activamente en la defensa del consumidor, asesorándolo sobre el consumo de bienes y servicios, precios, condiciones de venta y calidad, recibiendo reclamos y proponiendo soluciones, promoviendo la educación del consumidor y llegando a representarlo en muchas oportunidades ante la justicia.

Si bien todos los ciudadanos tienen derecho y pueden acudir a la justicia, los consumidores tienen que contar con medios de solución de conflictos más expeditivos y rápidos, en los que no sea necesario el cumplimiento de recaudos previos ni encontrarse supeditados a las condiciones del proveedor, que dado el carácter de los reclamos impediría la mayoría de las veces el acceso a una solución.

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

Para ello tiene que acudir a la implementación de los medios que hagan posible una rápida y efectiva conclusión de los conflictos, para lo cual las autoridades gubernamentales controlan los medios específicos de prevención y solución, procurando el acceso igualitario a todos los consumidores.

1.4 Derechos del consumidor

Son derechos del consumidor:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad, que permitan suplir sus exigencias de desarrollo físico.
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;



5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y judiciales ante los órganos jurisdiccionales que correspondan; y

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamo a disposición del consumidor, en el que se anote el reclamo correspondiente, lo cual es debidamente reglamentado.

1.5. Obligaciones del consumidor

Son obligaciones de los consumidores:

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

A la luz de todo esto puedo decir qué, dentro del derecho de consumo se pueden considerar todas aquellas situaciones, capaces de crear una atmósfera de credibilidad y seguridad jurídica al consumidor y usuario de bienes electrodomésticos, mismas que deben tener una certeza de aplicación y legalidad.





CAPÍTULO II

2. El consumidor

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

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

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

En el ámbito de los negocios o la economía, cuando se habla de consumidor, en realidad, se hace referencia a la persona como tal. El consumidor es la persona que dirige sus acciones para consumir la compra, bien sea para llenar sus necesidades básicas como para satisfacer sus caprichos y deseos.



Es de importancia identificar los factores de influencia en el comportamiento del consumidor como resolución de problemas para la satisfacción de necesidades, así como el conocimiento del proceso de resolución de problemas, las influencias que determinan dichos comportamientos y los niveles de respuestas existentes según el grado de participación en la compra.

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

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

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

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

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



El impacto de la cultura en la sociedad es tan natural que su influencia en el comportamiento es notable. La cultura ofrece orden, dirección y guía a los miembros de una sociedad en todas las fases de la resolución de problemas humanos.

La cultura es dinámica y gradual y continuamente se transforma para adecuarse a las necesidades de la sociedad.

La cultura se aprende como parte de la experiencia social. Desde niño se adquiere el entorno de una serie de creencias, valores y costumbres que contribuyen a su cultura. Ellos se adquieren a través del aprendizaje formal, informal y técnico.

La publicidad mejora el aprendizaje formal mediante el refuerzo de modelos deseables de comportamiento o de expectativas y mejora el aprendizaje informal proveyendo modelos de comportamiento.

Debido a que la mente humana tiene la capacidad de absorber y procesar la comunicación simbólica, la comercialización puede promover exitosamente productos tangibles e intangibles y conceptos de productos a través de medios masivos.

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

Algunas manifestaciones de la cultura son las siguientes:

- a. Carácter nacional;
- b. Subculturas;
- c. Lenguaje no verbal: posturas, gestos, preferencias alimentarias;
- d. Importancia de los símbolos, tabúes, prohibiciones y las actitudes rituales.
- e. Costumbres internas y externas.

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

2.1 Comportamiento del consumidor

“El análisis sub cultural permite a través de la segmentación del mercado llegar a las necesidades, motivaciones, percepciones y actitudes que son compartidas por los miembros de un grupo sub cultural específico”.⁶

⁶ *Ibíd.*, pág. 250.



“Una sub cultura es un grupo cultural distinguible que existe como un sector identificable dentro de una sociedad más grande y compleja. Sus miembros poseen creencias, valores y costumbres que los apartan de otros miembros de la misma sociedad.

Las principales categorías sub culturales son: la nacionalidad, raza, religión, localización geográfica, edad, sexo y educación”.⁷

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

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

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

- a. Nunca menospreciar a los jóvenes;
- b. Ser total, absoluta e incondicionalmente sincero;

⁷ *Ibíd.*, pág. 251.



- c. Reconocer a los jóvenes el mérito de estar motivados por valores racionales;
- d. Ser lo más personal posible;
- e. Subcultura de las personas de edad avanzada.
- f. Es necesario reconocer ciertas características desfavorables:
- g. Son conservadores;
- h. Poseen menos de la mitad del ingreso de toda la población;
- i. Sus facultades mentales pueden estar alteradas;
- j. Tienen mala salud;
- k. Suelen aislarse de la gente.

Los adultos mayores realizan compras cerca de su casa y muestran atención hacia las sugerencias de producto y marca que indica el vendedor. Una estrategia de promoción que da buenos resultados es la denominada transgeneración en la que adultos, niños y adultos mayores aparecen todos juntos.

Debe procurarse lo siguiente en la generación del mensaje sugerente:

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

2.2 Clase social

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

La ocupación ofrece generalmente una buena indicación de la clase social, al igual que la vivienda. La estructura de clases sociales tiene que cubrir un rango que va de dos a nueve clases. Se dividen en cinco grupos: alta, media alta, media, media baja, baja.

Los perfiles de cada una de estas clases indican que las diferencias socioeconómicas se reflejan en diferencias de actitudes, en actividades de tiempo libre y en hábitos de consumo, los cuales en la mayoría de las ocasiones son producto de costumbres arraigadas en el núcleo familiar.

La investigación ha revelado diferencia entre las clase en cuanto a los hábitos de indumentaria, decoración del hogar, uso del teléfono, uso del tiempo libre, preferencia de los lugares de compra y hábitos de ahorro, gastos y uso de créditos. Todo ello puede utilizarse estratégicamente en comercialización.

Los estudios de la insatisfacción del consumidor, revelan una relación entre el tipo de problemas que plantea el consumidor y la clase social.

2.3 Factores sociales

“Los grupos primarios son aquellos en que las relaciones personales son cara a cara con cierta frecuencia y a un nivel íntimo y afectivo. En estos grupos se desarrollan normas y roles.

La familia, los grupos de un trabajo, los amigos, son ejemplos de tales grupos. El grupo primario ejerce un control informal sobre sus miembros, un control no institucionalizado pero no por ello menos eficaz”.⁸

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

⁸ *Ibíd.*, pág. 253

⁹ *Ibíd.*, pág. 255.

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

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

El profesional tiene que identificar un líder de opinión dentro del grupo de referencia para vender un producto o marca. Se pueden clasificar en grupos aspiracionales positivos y aspiracionales negativos. Los grupos de referencia más utilizados son las personalidades y los expertos.

Las celebridades se utilizan para dar testimonio o apoyo o como voceros de la empresa. Los expertos pueden serlo realmente o ser actores desempeñando tal papel. El enfoque del hombre corriente se diseña para mostrar qué individuos como posibles clientes están satisfechos con el producto publicitado.

Las apelaciones a grupos de referencia son estrategias promocionales efectivas porque sirven para incrementar el recuerdo del producto y son útiles para reducir el riesgo percibido entre los clientes potenciales. Además, los productos son orientados para su consumo con mejores resultados puesto que vienen a llenar las necesidades específicas de todos estos grupos.

2.4 Factores personales

Existen al menos tres factores que influyen en la conducta del consumidor, estos son:

Personalidad: Se define como el patrón de rasgos de un individuo que dependen de las respuestas conductuales. Éstas se han empleado para estudiar el comportamiento del consumidor y explicar la totalidad organizada de su conducta.

Se sabe que la personalidad de una persona se refleja a menudo en la ropa que usa, la marca y el tipo de automóvil que conduce, los restaurantes donde come, pero lo que no se puede cuantificar son los rasgos individuales de cada individuo.

El auto concepto: Es la percepción de sí mismo por el sujeto. Y a la vez es la imagen que se piensa que los demás tienen sobre la persona. La importancia de estudiar el autoconcepto radica en qué, la persona se describe a sí misma a través del consumo.

Motivación: Sirve para entender por qué los consumidores observan determinada conducta. Es preciso preguntar primero que es lo que impulsa a una persona a actuar. Toda conducta se inicia con la motivación, el motivo o impulso es una necesidad estimulada que el sujeto trata de satisfacer.

Uno o más motivos en el interior de una persona desencadenan a la conducta hacia una meta que supuestamente procurará satisfacción. Es importante hacer notar, que la necesidad debe ser estimulada para que se convierta en motivo.

Algunas veces el hombre tiene necesidades que están latentes y por lo mismo, no activan la conducta porque no son suficientemente intensas, es decir no han sido despertadas. La fuente puede ser interna o ambiental.

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

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

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

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

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



2.5 Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario

En Guatemala está vigente la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, contenida en el Decreto 6-2003 del Congreso de la República. Esta ley cuenta con un reglamento, contenido en el Acuerdo Gubernativo número 777-2003. El objeto de dicha ley, tal como se encuentra en el Artículo 1º es el siguiente:

Esta ley tiene por objeto promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia.

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

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

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



A pesar de que en Guatemala antes de la emisión de esta ley ya existía una similar cuya aplicación correspondía al Ministerio de Economía, esta no era aplicada de forma efectiva y conforme el mercado crecía, la misma se tornó insuficiente para cubrir las necesidades que surgían en las relaciones de productores y consumidores.

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO ha cumplido bien sus funciones, pero lamentablemente los recursos materiales y humanos con que cuenta son limitados y por el hecho de ser una dependencia del Ministerio de Economía no cuenta con la autonomía y disponibilidad de presupuesto que sería deseable para una oficina tan importante.

Es fundamental que la Universidad de San Carlos de Guatemala, como genuina y competente representación del pueblo, apoye planes de divulgación y estudios para que la población guatemalteca se entere de la existencia de derechos que como consumidor potencial posee.

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

1. Debe de tratarse de una entidad autónoma;
2. Debe de contar con un órgano colegiado, que podría ser una Junta Directiva;

3. No ser unipersonal, pues concentraría mucho poder, sino de ser posible que existan de tres a cinco procuradores, subordinados al órgano colegiado.
4. La comisión de postulación de los miembros del órgano colegiado de la Procuraduría de Defensa del Consumidor y del Usuario debería estar conformada por los presidentes de los colegios profesionales.
5. El nombramiento de los miembros del órgano colegiado lo deberá hacer el Congreso de la República.
6. Los Procuradores serían nombrados por el órgano colegiado de la Procuraduría.
7. El presupuesto de la Procuraduría debe provenir de un aporte del Estado, similar al de la Procuraduría de los Derechos Humanos, sin perjuicio de que pueda tener ingresos propios.
8. La Procuraduría de Defensa del Consumidor y del Usuario deberá contar con una Fiscalía del Consumidor, por lo que tendrá que haber una coordinación con el Ministerio Público.
9. La Procuraduría de Defensa del Consumidor y del Usuario tiene que contener facultades de acción, a fin de garantizar que su actuación sea pronta y eficaz.

10. La divulgación tiene que llevar a la consolidación de la cultura del consumo, la cual orienta al consumidor a consumir solamente lo necesario, sin derroche y a defender y reclamar sus derechos.

En este punto es preciso recalcar que el guatemalteco está acostumbrado a callar o enmarcar sus actos a la llamada “cultura del silencio”, misma que debe desaparecer y dar lugar a la demanda de sus derechos y la denuncia de los abusos.

11. La Procuraduría defiende a los derechos de los consumidores y usuarios en todos los ámbitos del consumo, ya sea bienes o servicios, sin excepción.
12. Un aspecto muy importante es el de los servicios financieros: servicios bancarios, de tarjetas de crédito, de seguros; servicios de transporte, ya sea de personas o de cosas, urbano, extraurbano, aéreo o marítimo; servicios de telecomunicaciones; servicios profesionales y de servicios públicos.
13. También tiene que comprender, de manera importante, lo relativo al medio ambiente, pues la protección ambiental debe ser una constante en la protección del consumidor y del usuario.

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

Esta goza de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio nacional.

2.6 Acciones y alcances

La Procuraduría debe encargarse de imponer multas y sanciones a los proveedores que incumplen la normativa y abusen del consumidor. Se estipulan llamadas de atención, cierre de locales, inmovilización de bombas de expendio de combustible o incluso multas, en el caso de faltas gravísimas.

Todas estas acciones con el objeto de hacer valer tanto derechos como obligaciones de los proveedores y consumidores.

2.7 Cooperación bilateral

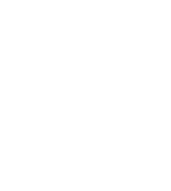
En la actualidad, la República de Guatemala está inmersa en un proceso de modernización y reestructuración de la política pública de protección al consumidor con el objeto de adaptarla a la realidad internacional del país.

Sólo así se podrá contar con la inversión de capital extranjero en la economía nacional y con una incursión de mejores productos a nivel centroamericano, lo cual sería de beneficio para el consumidor puesto que tendría más opciones de compra.



Las repúblicas de Honduras, El Salvador y México son potenciales proveedores de capital e insumos pero, también son consumidores del producto interno que se produce en nuestro país.

El consumidor es una parte importante dentro del ordenamiento jurídico mercantil del derecho de consumo. Debe ser protegido por las instituciones de derecho existente y por un grupo de normas positivas, con el objeto de que sus relaciones comerciales diarias ofrezcan condiciones óptimas de inversión y consumo.





CAPÍTULO III

3. Ley de Protección al Consumidor y Usuario

Es fundamental la existencia de garantías que se encuentren normadas en un cuerpo legal vigente, con el fin de que los consumidores y usuarios, en lo relacionado a la calidad de los productos de exportación y de consumo interno puedan contar con seguridad, salud y la protección de sus legítimos intereses económicos.

Guatemala, por medio de sus organismos de Estado, tiene el compromiso de cumplir y aplicar adecuadamente las directrices relacionadas con la protección del consumidor, en las cuales se establece lo que debe hacer el gobierno para llevar a cabo una adecuada protección, así como una debida salvaguarda de los intereses, inversiones y demás derechos que surgen en toda relación de productor y consumidor.

Asimismo está obligada a evaluar la normativa existente y proponer a través de los órganos correspondientes la creación de nuevas leyes que fortalezcan los derechos del consumidor.

También debe proponer la modificación de aquellas normas deficientes para adecuarlas a las necesidades de consumidores y usuarios, con el objeto de no permitir lagunas que pueden surgir en el desarrollo de las actividades económicas del mercado.

“En el país, el régimen tanto económico como social se basa en los principios de la justicia social y además es obligación del Estado la promoción del desarrollo económico, asegurando a su vez la obligación del mismo de elevar el nivel de vida de todos y todas las ciudadanas, garantizando el bienestar familiar”.¹⁰

El tercer considerando de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, señala que la dispersión de normas vigentes reguladas en el sistema económico no cuenta con eficacia y en la mayoría de ocasiones es inoperante y contraria a los intereses que tienen los consumidores, no respondiendo a las características con las cuales tiene que contar una economía abierta, moderna y dinámica.

Por esto, es fundamental contar con un marco legal unificado que sea encargado de promover y desarrollar de manera eficiente tanto las obligaciones como los derechos de los consumidores en relación a los proveedores.

3.1 Objeto

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

¹⁰ *Ibíd.*, pág. 23

3.2 Ámbito de aplicación

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

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

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

Dicha ley entro en vigencia el 26 de marzo de 2003, quince días después de su publicación en el Diario de Centroamérica, órgano oficial del Estado de Guatemala, iniciando el desarrollo de sus procedimientos y funciones.

Todas las disposiciones, procedimientos, penas, multas y demás componentes legales contenidas en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario son desarrolladas por el Acuerdo Gubernativo 777-2003, Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, publicado el 10 de diciembre de 2003 entrando en vigencia el 22 de diciembre del mismo año.

3.3 Definiciones

En el Artículo 3 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario se observan las siguientes definiciones, las cuales permiten que la comprensión de la misma sea mejor y esté al alcance de todos

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



- e) **Oferta:** Práctica comercial transitoria, consistente en el ofrecimiento al público de bienes o servicios a precios más bajos que los habituales en el respectivo establecimiento.

- f) **Promoción:** Práctica comercial transitoria, cualquiera que sea la forma utilizada en su difusión, consistente en el ofrecimiento al público de bienes y/o servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquellas que impliquen una oferta.

- g) **Proveedor:** Persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera que en nombre propio o por cuenta ajena, con o sin ánimo de lucro, realice actividades de producción, fabricación, transformación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores o usuarios y por las que cobre precio o tarifa.

- h) **Publicidad:** Comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar bienes o servicios.

- i) **Servicio:** Prestación destinada a satisfacer necesidades e intereses del consumidor o usuario y que se pone a disposición por el proveedor.

- j) **Servicios públicos:** Los servicios de energía eléctrica, telefonía celular, fija pública y domiciliar, transmisiones de televisión en sus distintas formas, telecomunicaciones en general y agua potable.

Estos servicios por lo general son prestados en el domicilio o locales del consumidor o usuario. Los drenajes, recolección de desechos, transporte público urbano y extraurbano, gas propano, diesel y gasolinas son servicios comunes que benefician a la comunidad completa.

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

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

Dentro de estas definiciones hace falta la de la garantía, puesto que el consumidor y usuario necesitaría conocer la misma para poder exigirla o demandarla al proveedor. El cumplimiento de este derecho es necesario para que exista justicia social.

3.4 Derechos de los consumidores y usuarios

Los derechos fundamentales tanto de los consumidores como de los usuarios se encuentran regulados en el Artículo 4 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, de los cuales consideraremos los siguientes:



- a) La protección a su vida, salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios.
- b) La libertad de elección del bien o servicio.
- c) La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios, indicando además si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre sus precios, características, calidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieran presentar.
- d) 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.
- e) 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.
- f) La devolución al proveedor de aquellos bienes que este le haya enviado sin su requerimiento previo.
- g) Recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones.

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

Los consumidores y usuarios tienen que pagar por los servicios y por los bienes en el modo, forma y tiempo que se establezca en el contrato. Los servicios y los bienes que utilizan tienen que hacerlo de conformidad a su utilización normal y mediante las especificaciones que proporciona el proveedor, cumpliendo de manera correcta las condiciones establecidas.

También es de importancia prevenir la contaminación del medio ambiente en lo relacionado al consumo racional de los bienes y servicios establecidos en el convenio o contrato.

Si los consumidores y usuarios de bienes electrodomésticos cumplen con las condiciones de compra de los proveedores, estos deben garantizar que estos bienes satisfagan sus necesidades de forma completa.

3.5 Organizaciones de consumidores y usuarios

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



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

Sería positiva la creación de una organización que velara por el cumplimiento de todos los certificados de garantía, extendidos por los distintos proveedores que distribuyen bienes electrodomésticos.

3.6 Personalidad jurídica

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

Las asociaciones para poder inscribirse en los registros correspondientes, tienen que presentar el primer testimonio de la escritura pública de su constitución en el cual consten sus reglamentos y sus estatutos, así como también de cualquier modificación y ampliación.

Para que la inscripción quede firme en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, se tiene que adjuntar la certificación de la inscripción en el Registro Civil, dentro de los quince días posteriores a la inscripción correspondiente.

3.7 Finalidades

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

- a) Promover, proteger y defender los intereses de los consumidores y usuarios.
- b) Difundir el contenido de las disposiciones de esta Ley y sus regulaciones complementarias.
- c) Informar, orientar y educar a los consumidores y usuarios por cualquier medio de difusión que consideren conveniente, en el adecuado ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de sus obligaciones y brindarles asesoría cuando la requieran.
- d) Estudiar y proponer medidas técnicas y legales encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y usuarios, y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo.
- e) Velar por el fiel cumplimiento de las leyes, decretos y resoluciones que hayan sido dictadas para proteger al consumidor y usuario.

3.8 Limitaciones

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

Las organizaciones de consumidores o usuarios en ningún caso podrán:

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

3.9 Impedimentos para integrar órganos directivos

El Artículo 12 de la normativa señalada regula que “El directivo de una organización de consumidores y usuarios, que tenga interés personal directo o indirecto en la deliberación y resolución de algún asunto en que participe o que le afecte por razones de amistad o parentesco, deberá manifestarlo a los demás directivos y abstenerse de participar.



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

El Artículo 13 de la norma señalada regula que: Las asociaciones de consumidores y usuarios podrán substanciar los reclamos de los consumidores de bienes y servicios ante la Dirección, que se deriven del incumplimiento de esta Ley.

En estas instancias, la función de las asociaciones de consumidores y usuarios será estrictamente de denunciante extrajudicial, su función se limitará a facilitar el acercamiento entre las partes.

3.10 Derechos, obligaciones y prohibiciones del proveedor

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

- a) Percibir las ganancias o utilidades que por sus actividades económicas apegadas a la ley, la ética y la moral les correspondan.
- b) Exigir al consumidor o usuario el cumplimiento de los contratos válidamente celebrados.



- c) El libre acceso a los órganos administrativos y judiciales para la solución de conflictos que surgieren entre proveedores y consumidores o usuarios.
- d) Los demás que establecen las leyes del país.

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

- a) Cumplir las disposiciones legales que le sean aplicables tanto nacionales como internacionales, derivadas de los convenios o tratados internacionales de los que Guatemala sea parte.
- b) Proporcionar la información básica sobre los bienes y servicios que provee.
- c) Cumplir con las leyes tributarias del país.
- d) Extender al consumidor y/o usuario la factura correspondiente de conformidad con la ley.
- e) 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.

- f) Traducir al idioma español las especificaciones completas de los productos importados que las traigan impresas en idioma extranjero, así como identificar plenamente al importador.
- g) Indicar con caracteres gráficos notorios cuando se ofrezcan al público productos deficientes, usados o reparados, así como la indicación de que son reconstruidos, lo cual deberá además constar en la factura.
- h) Entregar los bienes y sus accesorios completos cuando formen parte integrante del bien objeto de la transacción, o sean indispensables para su funcionamiento óptimo, en el tiempo y lugar convenidos.
- i) Responder por los vicios ocultos que tuvieren los productos motivo de la transacción o por daños a instalaciones, aparatos, u otros, imputables a personal del proveedor en la instalación de productos o servicios contratados.
- j) Devolver el pago de lo indebido mediante procedimientos sencillos y ágiles, cuando alguna persona creyéndose deudora emita pago a su favor.
- k) Cumplir sin mayores formalismos con las garantías a las que se hubiere obligado por medio del certificado o constancia que haya librado a favor del cliente.
- l) Atender los reclamos formulados por los consumidores o usuarios, sin condición alguna.

- m) Resarcir al consumidor y/o usuario de acuerdo a las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasione debido al incumplimiento de lo convenido con él, de las disposiciones de la presente Ley o de otras vigentes del país que sean aplicables.

Las prohibiciones a los proveedores se encuentran reguladas en el Artículo 16 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente en Guatemala:

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

- a) El cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicado. En todo caso, el consumidor tiene el derecho a pagar al proveedor el precio, tal y como se muestra en la información.
- b) La adulteración de los productos, sea en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad.
- c) La adulteración de peso, masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada en los productos que se ofrecen al público.
- d) La venta al público de cualquier clase de productos con posterioridad a la fecha de su vencimiento o adulterando dicha fecha.

- e) Cobrar por un servicio que no se ha prestado, o que no se ha prestado en su totalidad, o no se ha demostrado que se ha prestado mediante la factura correspondiente, salvo que así lo convengan las partes y exista constancia de ello.

3.11 Reclamos

Los reclamos tanto de los consumidores, como de los usuarios deberán registrarse en el libro de quejas, el cual está regulado en el Artículo 17 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Este recurso permite que desaparezca la cultura impuesta al consumidor, la cual en el pasado no le permitía expresar su descontento e inconformidad con los servicios y atención recibida.

A efecto de garantizar el derecho de reclamo de consumidores y usuarios, el proveedor deberá poner a disposición de los mismos en un lugar visible, un libro de quejas o cualquier medio autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.

Este deberá ser de acceso irrestricto al público, el que debe contener como mínimo los espacios en los que se indique el nombre del consumidor o usuario afectado, el tipo de reclamo y la fecha en que quedó solucionado el mismo.

Cuando el proveedor tenga agencias o sucursales deberá contar con un libro de quejas en cada una de ellas.



3.12 Importancia

El Artículo 18 de la normativa señalada regula que: Se considera básica la información relativa a las características de los bienes y productos, así como sus medidas, composición, peso, calidad, precio, instrucciones de uso y riesgos o peligros que represente su consumo o uso, condiciones de pago y garantía, fecha de fabricación y vencimiento, consignadas en etiquetas, envolturas, envases y empaques, la cual deberá ser veraz, exacta, clara y visible.

Los establecimientos comerciales deberán colocar a disposición del consumidor, toda la información que esté relacionada con los precios de los servicios y de los bienes que ofrecen. De conformidad con el tipo de actividad, la información se tiene que colocar de forma que sea visible al público y además se tiene que expresar en la moneda nacional.

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

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



La palabra garantía o cualquier leyenda equivalente, sólo podrá consignarse en etiquetas, documentos y en la propaganda del mismo. Cuando se señale claramente en qué consiste, deberá constar la forma y el lugar en el cual el consumidor o bien el usuario la puede llevar a cabo.

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

En las ofertas, promociones o liquidaciones de temporadas de bienes y servicios, los proveedores tienen que indicar en su publicidad, el plazo o en su caso el número de unidades o el volumen de mercaderías a promocionar así como las condiciones del negocio ofrecido.

Si no se indicare el plazo de duración se entenderá que la oferta, promoción y liquidación de temporada, durará hasta por lo menos un mes contado a partir de la publicación del último anuncio.

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

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

3.13 Prestación de servicios

Los sujetos encargados de la prestación de servicio de cualquier orden, se encuentran bajo la obligación del respeto de los plazos, estipulaciones, condiciones, modalidades, reservas y garantías, de conformidad a las que se han convenido, publicado y ofrecido en su promoción o propaganda.

Cuando el servicio consista en llevar a cabo reparaciones de bienes, el proveedor tiene que especificar en la orden de trabajo que corresponda, el tiempo estimado para prestar el servicio, así como la descripción del bien a reparar.

Antes de su entrega, el bien que se tiene que reparar, tiene que ser probado en presencia del usuario, antes de ser recibido a conformidad. El prestador de un servicio esta obligado a indicar por escrito el plazo por el cual garantiza el servicio o la reparación efectuada.

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

3.14 Seguridad de los productos y servicios

Los productos cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la vida, la salud o integridad física de los consumidores o usuarios o de los animales, para la seguridad de sus bienes, el proveedor deberá incorporar en los mismos o en instructivos anexos, las advertencias e indicaciones necesarias para que puedan ser utilizados con la mayor seguridad posible.

En lo que se refiere a la prestación de servicios riesgosos, el proveedor deberá adoptar las medidas necesarias para que se realicen en adecuadas condiciones de seguridad, informando previamente al consumidor o usuario. Estos extremos deben ser monitoreados para que su cumplimiento sea un hecho por parte de los establecimientos que distribuyan esta clase de productos.

3.15 Protección contractual

El Artículo 47 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente regula lo siguiente:



Se entenderá por contrato de adhesión, aquel cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por una de las partes, sin que la otra pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar.

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

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

- e) Incluyan espacios en blanco que no hayan sido llenados o inutilizados antes que se suscriba el contrato.

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

3.16 Atención y asistencia al consumidor

En la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, se menciona la creación de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor como una dependencia del Ministerio de Economía.

Esta gozará de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio nacional, siendo el órgano responsable de la aplicación de la misma, sin perjuicio de las funciones que competen a los tribunales de justicia.

El Artículo 54 de la normativa anotada regula que: Son atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor:

- a) Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.

- b) Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.

- c) Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor o usuario un mejor conocimiento de las características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.
- d) Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor y usuario.
- e) Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y usuario, así como prestar asesoría a consumidores, usuarios y proveedores.
- g) Iniciar las actuaciones administrativas en caso de presunta infracción a las disposiciones de esta Ley, sus normas reglamentarias y resoluciones que en consecuencia se dicten, de oficio o por denuncia de quien invocare un interés particular o actuare en defensa del interés general de los consumidores y usuarios.

3.17 Función de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

El Artículo 66 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente regula: La Dirección representará los intereses de los consumidores o usuarios, abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan en la protección al consumidor o usuario.

Para hacer operativa la función de protección antes indicada, la Dirección deberá implementar los siguientes programas:

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

3.18 Infracciones:

Las infracciones consisten en toda acción u omisión por parte de proveedores, consumidores y usuarios como también organizaciones de consumidores y usuarios que implique violación de normas jurídicas sustantivas.



En esta materia o el abuso del ejercicio de los derechos y obligaciones, además constituye infracción sancionable por la dirección, en la medida y con los alcances que en ella se establecen.

Los funcionarios y empleados de la dirección que en ejercicio de sus funciones tengan conocimiento de la comisión de un hecho que pueda ser constitutivo de delito, tienen que denunciarlo inmediatamente a la autoridad competente, bajo pena de incurrir en responsabilidad.

El Artículo 69 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en materia de sanciones a aplicar regula que: Sin perjuicio del derecho de defensa que tienen los proveedores o prestadores de bienes y servicios de ejercitar su derecho de defensa a través de los procedimientos administrativos para la solución de conflicto la Dirección, podrá imponer sanciones y el artículo 70 de la misma también deberá sancionar con multa a aquellos proveedores que incurran infracciones a la misma.

3.19 Casos especiales:

El Artículo 71 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario regula todo lo relativo a los posibles casos especiales que pudieran presentarse en el momento de la adquisición de cualquier bien. Con esto, se cubren los supuestos que pudieran darse en el momento de que el consumidor compruebe que lo que se le ha ofrecido por parte del proveedor no es real o no llena las expectativas creadas por este.

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

- a) **Precio Superior:** Quien cobre un precio superior al exhibido, informando o publicado, se le impondrá una multa.

- b) **Fraccionamiento del precio:** Quien fije precios fraccionados para los distintos elementos de un bien y servicio que constituye una unidad, cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio, se le impondrá una multa.

- c) **Condiciones de entrega:** Quien incumpla con las condiciones de entrega, plazos y características que fueron ofrecidas o pactadas con el consumidor, se le impondrá una multa.

- d) **Adulteración de productos:** Quien adultere productos, ya sea en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad, se le impondrá una multa.

- e) **Contenido inferior:** La fijación inferior en el envase o empaque, de la cantidad o del contenido neto de un producto, dará lugar a una multa en virtud que esto constituye un engaño al consumidor.



- f) **Obstrucción o resistencia:** Quien por cualquier acto o acción dolosa que obstaculice o impida la acción de investigación y fiscalización de la Dirección, se le impondrá una multa.

- g) **Publicidad:** Por la utilización de publicidad engañosa por parte del proveedor, se le impondrá una multa.

- h) **Garantía:** No extender garantía de productos que vende el proveedor, de conformidad con lo establecido en la presente Ley o por no extenderla completa, se le impondrá una multa.

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

Puesto que existe dentro del ordenamiento jurídico guatemalteco una ley que asiste al consumidor y usuario de bienes electrodomésticos en la mayoría de situaciones derivadas de su accionar comercial, puedo afirmar que es de imperativa necesidad contar con un cuerpo normativo que garantice de forma efectiva el cumplimiento de los derechos de garantía, los cuales devienen de un negocio jurídico de compra de bienes electrodomésticos.



CAPÍTULO IV

4. El mercado de electrodomésticos en Guatemala

El mercado guatemalteco está lleno de opciones para que el consumidor y usuario satisfaga sus diversas necesidades. Muchas de estas opciones incluyen el mercado de electrodomésticos, el cual es objeto de mucha demanda dado el avance de la tecnología y el crecimiento de las necesidades del usuario ya sea en su casa, negocio propio o lugar de trabajo.

A esto se suma el surgimiento de las ventas por catálogo, por teléfono o por medio del comercio electrónico, mecanismos que permiten que el intercambio comercial sea más rápido y al alcance de mas personas, haciendo que las opciones de compra se diversifiquen llegando a una mayor población de posibles compradores que buscan productos novedosos y económicos.

Antes del aparecimiento de electrodomésticos provenientes del mercado internacional, en especial del bloque oriental, han circulado en el espacio comercial muchas marcas de reconocido prestigio, algunas de las cuales subsisten a la fecha. Algunas de estas marcas son: RCA, SONY, ZENITH, FRIGIDAIRE, GENERAL ELECTRIC, PANASONIC, GOLDSTAR, TOSHIBA entre otras.

Dichas marcas poseen un respaldo de prestigio lo que las hace marcas confiables a nivel nacional e internacional en todos los mercados.



Además, dichas marcas cuentan con un amplio apoyo técnico a través de talleres de reparación autorizados y respaldados por los fabricantes de las mismas, esto en los casos en que los electrodomésticos que distribuyen presenten algún desperfecto o fallas mecánicas de origen o por el uso de los mismos.

4.1 La diversificación del mercado de electrodomésticos

Con la diversificación del mercado, la libre comercialización y la globalización de productos de consumo humano, muchos concesionarios de diversas marcas han incursionado en el campo de los electrodomésticos.

Y es que actualmente el consumidor y usuario encuentra muchas opciones para la compra de bienes de toda clase en el mercado formal e informal, mismos que en otro tiempo sólo podía adquirir en almacenes específicos.

Muchos de estos establecimientos ofrecen garantía y reparación en talleres autorizados para el efecto, en el caso que alguno de estos bienes presenten fallos o desperfectos, toda vez se compruebe que los mismos son responsabilidad del productor o distribuidor.

En la actualidad debido a la crisis económica que atraviesa el país, el consumidor y usuario dirige su mirada hacia los electrodomésticos de bajo costo. Estos ofrecen las mismas comodidades y diversidad que podría ofrecer cualquier electrodoméstico que sea de una marca reconocida y por lo tanto con un valor de compra más elevado.

Tal es el caso que, en algún momento preferirá comprar un electrodoméstico de marca no conocida aunque no cuente con el respaldo o garantía correspondiente lo que le representará en un corto plazo, correr el riesgo de perder su inversión.

También puede optar por realizar la compra de un bien en el mercado informal debido a que no tendrá que pagar recargo alguno y además cabe la posibilidad de negociar su valor original. Asimismo estos negocios no están limitados por horarios o días específicos de venta.

La incursión de productos provenientes de países como China, Japón y Taiwan satura el mercado de electrodomésticos, los cuales ofrecen al consumidor y usuario diversos beneficios que llenan sus expectativas comerciales, entre los cuales están:

- a. Precios bajos.
- b. Acceso libre.
- c. Diversidad en tamaño, formas y color.
- d. Compatibilidad con cualquier fuente de poder.
- e. Posibilidad de conseguirlos en el mercado informal.
- f. No están sujetos a pago de impuestos al valor agregado.

- g. Los puestos de venta de los mismos no están sujetos a horarios únicos, lo que resulta más cómodo para el usuario.

Podemos decir que estos beneficios, a corto plazo resultan en perjuicio e inconveniencia para el consumidor y usuario ya que no gozará de un respaldo en el caso de tener necesidad de hacer valer su derecho a la garantía correspondiente.

Así también, el mercado formal resiente esta actividad puesto que, los almacenes que son representantes de marcas de prestigio y con un respaldo total, en cuanto a garantía se refiere, se ven afectados en sus ventas por la adquisición por parte del consumidor y usuario de estos electrodomésticos.

4.2 Las marcas sin prestigio comercial

Dentro del mercado informal existen muchos establecimientos en cadena y otros de carácter transnacional que ofrecen desde hace algunos años, electrodomésticos de marcas no conocidas con precios muy por debajo de los ofrecidos en otros almacenes específicos de distribución de marcas de prestigio.

Estos establecimientos no respaldan con una garantía los electrodomésticos que distribuyen, puesto que no cuentan con asesores técnicos ni con un amplio surtido de repuestos y accesorios que estén al alcance del usuario de los mismos.



Algunas de estas marcas distribuidas por el mercado informal, son las conocidas con los nombres comerciales de COBY, JWIN, DURABRAND, EMERSON entre otras, las cuales respaldan electrodomésticos que no cuentan con una garantía plena, puesto que no existen talleres de reparación de los mismos ubicados dentro de las fronteras de Guatemala.

En el momento en el que el consumidor y usuario adquiere uno de estos bienes, el establecimiento vendedor le asegura únicamente de forma verbal que el mismo posee garantía y que puede hacerla efectiva con sólo presentar su factura y el bien correspondiente.

Pero esta garantía no representa la reparación o solución del posible problema o fallo, en el momento en que se presenta un inconveniente de esta naturaleza, el establecimiento distribuidor se limita a reemplazar a pedido del consumidor o usuario el bien dañado por otro en buen estado de la misma marca y características.

Esta acción viene a resultar en un engaño al consumidor y usuario, puesto que esta clase de electrodomésticos por lo regular están fabricados en serie y los problemas o defectos los tendrán todos los bienes de esta naturaleza.

Ahora bien, la garantía no se ve afectada en el aspecto tiempo en su duración, es decir si un electrodoméstico falla a los ocho meses de su compra, al consumidor y usuario sólo le quedan cuatro meses de garantía para su aparato y cuando recibe el bien reemplazado el mismo ya no goza de igual período de garantía.

Si el consumidor y usuario de los mismos, busca en el mercado algún repuesto de estos bienes no lo encuentra, ya que los fabricantes o casas matrices se ubican en otros países y salvo que se cuente con los recursos para viajar a los mismos, estos aparatos se quedan en los hogares de los consumidores y usuarios sin utilidad alguna.

Es importante resaltar que los establecimientos que los distribuyen actúan únicamente como distribuidores de los bienes, no importan un surtido de repuestos y accesorios por lo tanto, el derecho del consumidor y usuario a gozar de una garantía total, se ve violado por esta forma de mercado.

Además, no se le emite al consumidor o usuario un certificado de garantía, sino que el único documento que el proveedor ofrece como respaldo es la factura contable, documento que no especifica condiciones ni el procedimiento a seguir para que la garantía se haga efectiva dada la naturaleza estrictamente contable de la misma.

4.3 Artículos a considerar de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario

Esta ley recoge en su cuerpo normativo los siguientes artículos:

1. Artículo 4 Derechos de los consumidores y usuarios, literal e: “La reparación, indemnización, devolución de dinero o cambio del bien por incumplimiento de lo convenido en la transacción y la disposiciones de ésta y otras leyes o por vicios ocultos que sean responsabilidad del proveedor”.

2. Artículo 15 Obligaciones de los proveedores, literal q: “Cumplir sin mayores formalismos con las garantías a las que se hubiere obligado por medio del certificado o constancia que haya librado a favor del cliente.

3. Artículo 15 Obligaciones de los proveedores, literal t: “Resarcir al consumidor y/o usuario de acuerdo a las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasione debido al incumplimiento de lo convenido con él, de las disposiciones de la presente ley o de otras vigentes del país que sean aplicables”.

4. Artículo 23 Condiciones de la garantía. “Cuando el consumidor o usuario adquiera un bien nuevo de consumo duradero, el proveedor deberá extender un certificado de garantía de uso o funcionamiento. Los fabricantes, importadores y vendedores deben asegurar un servicio técnico adecuado y el suministro de partes y repuestos, sin costo adicional para el consumidor o usuario, mientras dure la garantía”.

Asimismo, el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario (Acuerdo Gubernativo 777-2003), en su tercer considerando establece que:

“Es imperativo para la implementación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, emitir las normas de carácter reglamentarias que desarrollen los procedimientos de carácter administrativo y legal que le permitan a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, cumplir con las atribuciones que le asigna el Artículo 54 de dicha ley”.

4.4 Leyes de otros ordenamientos jurídicos.

El 11 de septiembre de 2003, en los Estados Unidos Mexicanos entró en vigor la Ley sobre Garantías en los bienes de consumo (Ley 23-2003). La misma considera que el vendedor deberá responder de aquellos defectos del producto adquirido que lo hacen inútil para el uso a que está destinado, disminuyen su uso y, que de haber sido conocidos por el comprador, éste no lo hubiera adquirido o habría dado menos precio por el mismo.

Considera también que el plazo de garantía se amplía a dos años como mínimo para los bienes nuevos y un período de garantía mínimo de un año para los de segunda mano. Le da el derecho al consumidor a elegir entre la reparación y la sustitución del producto.

Si ésta no fuera posible o se demorara irrazonablemente, se podrá optar entre la rebaja del precio o la resolución del contrato (devolver el producto y recuperar el dinero). Menciona también esta Ley que la garantía comercial y los derechos de la misma se formalizarán por escrito. El documento de garantía deberá expresar el bien u objeto sobre el que recae, el nombre y dirección del garante (el vendedor), el plazo de duración y el alcance territorial.

El alcance de la nueva garantía legal de dos años, también se aplicará a los bienes de naturaleza duradera adquiridos por el sistema de ventas a distancia.



4.5 Necesidad de modificar el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

Esta propuesta surge, debido a que el reglamento actual no desarrolla este tema de forma amplia y específica, permitiendo con esto que cada proveedor imponga sus condiciones muchas veces arbitrarias.

Dado que toda obligación parte del principio expresado así “para que surta los efectos de su creación, toda obligación debe tener una fuente jurídica y originarse en un hecho o acto jurídico,”¹¹ es necesaria la modificación de este reglamento en virtud que los consumidores y usuarios están desprotegidos y sin el amparo proveniente de un cuerpo normativo positivo.

El Artículo 1 de la mencionada ley en su segundo párrafo literalmente dice: “Las normas de esta ley son tutelares de los consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público”.

Este mínimo de derechos y garantías se ampliarán con la creación un cuerpo legal adecuado a las condiciones actuales del mercado, con el que se podrá garantizar el cumplimiento de las obligaciones por parte de los distintos proveedores de estos bienes, mismas que se adquieren al momento de distribuir electrodomésticos sean de la marca que fueren y no importando la procedencia de los mismos.

¹¹ Brañas, Alfonso **Manual de derecho civil**. Pág. 267

La Universidad de San Carlos de Guatemala, debido al papel que la misma representa en la sociedad, debe promover iniciativas de ley al Congreso de la República, que propongan la modificación de este reglamento, con el fin de que ampare al consumidor y usuario de electrodomésticos en su derecho a gozar de una garantía plena.

Estas situaciones se presentan de forma paralela dentro del contexto comercial y es tarea y obligación del Estado, el tutelar y salvaguardar los derechos de los usuarios de bienes electrodomésticos.

Solamente contando con un cuerpo legal adecuado a las condiciones actuales del mercado, podrá garantizarse el cumplimiento de las obligaciones por parte de los distintos proveedores de estos bienes, las cuales adquieren al momento de distribuir electrodomésticos sean de la marca que fueren y no importando la procedencia de los mismos.

La modificación de este reglamento es de suma urgencia puesto que los consumidores y usuarios están desprotegidos y sin el amparo proveniente de un cuerpo normativo positivo que se encuentre en el haber jurídico del Estado.

El Artículo 1 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en su segundo párrafo literalmente dice: Las normas de esta ley son tutelares de los consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público.



Es evidente entonces que el consumidor y usuario cuenta únicamente con ese mínimo de derechos y garantías por lo cual, es necesario complementar este cuerpo legal existente con la modificación de los puntos relativos a las garantías que el proveedor debe extender en el momento de la compra de bienes electrodomésticos.

Esta modificación deberá realizarse tomando en cuenta las condiciones actuales del mercado, condiciones internacionales, avances en materia tributaria y mercantil y como algo muy importante, los principios básicos del derecho mercantil, mismos que proporcionan el sentido social a los cuerpos legales, sentido que no permite que la ley excluya a alguna persona en el ámbito de su aplicación.

Estos principios son:

- a. **La buena fe:** La cual constituye una conducta acorde a los principios éticos exigibles con la conciencia social actual.
- b. **La verdad sabida:** Se refiere a la palabra dada por las partes, la cual se considera como verdad sabida.
- c. **Toda prestación se presume onerosa:** Esto debido al carácter del Derecho Mercantil el cual presume que ninguna prestación se realiza en forma gratuita sino con el ánimo de obtener un beneficio.

- d. **Interés de lucro:** Se refiere a la motivación de los comerciantes para ejercer el comercio, es decir perseguir una ganancia siempre.

- e. **Ante la duda:** Sabemos que siempre la duda debe favorecer las soluciones que hagan más segura la transacción realizada por las partes.

Es pues, imperativo que por el bien del ordenamiento jurídico guatemalteco, pueda modificarse el reglamento en lo que respecta a la regulación de la garantía que debe tener todo bien que es adquirido por el consumidor y usuario.

Además, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario y su respectivo Reglamento tendrán un mejor desarrollo de sus enunciados, permitiendo que la Dirección de Atención al Consumidor (DIACO) tenga un mejor y más adecuado respaldo jurídico para hacer valer los derechos, tanto de consumidores como de los proveedores o distribuidores de bienes electrodomésticos, el cual es necesario dada la naturaleza protectora de esta ley y su reglamento.

4.6 Propuesta de modificación del Artículo 23 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

Puesto que existe una ley que debe ser desarrollada por un reglamento, se emitió el Acuerdo Gubernativo 777-2003, el cual en su Artículo 23 considera las garantías.



El tercer considerando de este reglamento afirma que es imperativo para la implementación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, emitir normas de carácter reglamentarias que desarrollen los procedimientos de índole administrativo y legal, lo cual permitirá que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, cumpla con las atribuciones que le asigna el Artículo 54 de dicha Ley.

En virtud de lo anterior, el autor de esta tesis considera que el Artículo 23 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, debe modificarse con el objeto de que el usuario de bienes electrodomésticos principalmente, cuente con una satisfacción plena al momento de su compra.

El actual contenido del Artículo 23 únicamente considera que el proveedor debe extender un certificado de garantía, el cual debe contener claramente las condiciones de forma, plazo y lugar en que el consumidor podrá hacer efectiva la garantía. La penalización que contiene este artículo se limita a sancionar a quien no extienda este certificado o lo extienda incompleto.

Si bien es cierto que se obliga al proveedor a que extienda el certificado de garantía a favor del consumidor, no indica objetivamente cuales deben ser los contenidos y cláusulas de los mismos, lo cual permite que el proveedor emita condiciones que beneficie únicamente a él mismo y no al consumidor, con lo cual se violenta el derecho que tiene el consumidor de gozar de una garantía plena que respalde su compra e inversión.



El autor considera además, que el proveedor que no extienda la garantía y/o no cumpla con las condiciones del certificado de la misma no solamente comete caso especial de infracción sino comete un caso especial de estafa, puesto que debe cumplir con lo ofrecido en el mismo.

Es por esto, que el Artículo 23 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario el cual considera las garantías, propongo quede de la siguiente manera:

Artículo 23. Garantías. De conformidad con lo establecido en los Artículos 22 y 23 de la Ley, el consumidor tiene el derecho a exigir el correspondiente certificado de garantía de uso o de funcionamiento, verificando que el mismo contenga claramente las condiciones de forma, plazo y lugar en que el consumidor podrá hacer efectiva la garantía, mismas que son mencionadas en el Artículo 24 de este reglamento.

El proveedor que no extienda garantía o la extienda incompleta comete caso especial de infracción y será sancionado conforme lo establecido en el Capítulo VI de la Ley.

4.7 Propuesta de adición del Artículo 24 al Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

Artículo 24. Condiciones de forma, plazo y lugar en que el consumidor podrá hacer efectiva la garantía. Las siguientes son el mínimo de condiciones que un certificado de garantía debe contener:

- a. El proveedor se compromete a reemplazar el bien adquirido por otro que cumpla con lo ofrecido originalmente en publicidad u otro medio de información.

- b. El proveedor se compromete a reembolsar el valor de compra del bien si este presentara fallos de fábrica y no fuera posible reemplazar el mismo por otro de iguales condiciones.

- c. El proveedor se compromete a mantener un stock de repuestos y accesorios completo de los bienes electrodomésticos que ofrece, así como un taller de reparaciones a donde el consumidor del bien podrá acudir en caso de necesitarlo. Los mismos deber estar localizados cerca de la sala de ventas.

- d. El proveedor deberá garantizar el bien electrodoméstico que ofrece por un período que no podrá ser inferior a un año. El período de garantía no será acumulable.

El autor considera que esta modificación a las condiciones de garantía, permitirá que el consumidor y usuario de bienes electrodomésticos vea respaldada su compra y sus derechos no sean violentados.



CONCLUSIONES

1. La poca consideración de aspectos en el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario vigente que regulen la garantía y sus condiciones, provoca que los consumidores y usuarios de bienes electrodomésticos se encuentren desprotegidos y por lo tanto no tengan un respaldo efectivo al momento de adquirirlos, además la Dirección de Asistencia al Consumidor (DIACO) no puede asumir su papel por no tener el instrumento legal adecuado para esto.
2. El derecho de consumo establece normas destinadas a la protección del consumidor y usuario, otorgándole y regulando ciertos derechos y obligaciones. Teniendo estas como referencia, es viable que se modifique el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en lo que respecta a la garantía y sus condiciones, con el fin de proteger al consumidor y usuario de bienes electrodomésticos.
3. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario (Decreto 006-2003) desarrolla y promueve en forma efectiva los derechos y obligaciones de los consumidores y usuarios de manera equitativa en relación a los proveedores. Pero no considera de manera específica la garantía y sus condiciones limitándose a conceder al consumidor el derecho de exigir un certificado de garantía en el cual no se especifica la forma de hacer valer el mismo.



4. La garantía es un derecho del consumidor el cual es violado constantemente desde el momento en que la misma es condicionada por el proveedor en cuanto a tiempo de duración y forma de hacerla efectiva, ya que en ningún caso satisface completamente al consumidor y usuario y la normativa que aparece en el reglamento vigente no abunda en detalles en relación al tema, además existe desconocimiento de las leyes que le protegen y le asisten.



RECOMENDACIONES

1. La Dirección de Asistencia al Consumidor (DIACO) oriente, asista e informe al consumidor y usuario en cuanto a sus derechos como tal para protegerle y garantizar su satisfacción completa. Asimismo, que esta Dirección intervenga para velar por el cumplimiento de la garantía de los bienes electrodomésticos adquiridos por el usuario, realizando monitoreos frecuentes en los distintos establecimientos que proveen bienes electrodomésticos.
2. El Congreso de la República de Guatemala a través de la Comisión de Asuntos Económicos promueva por medio de iniciativas la modificación del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, para que el derecho que tiene el consumidor y usuario de gozar de una garantía plena esté debidamente respaldado en el mismo.
3. Que los certificados de garantía sean emitidos en un formulario unificado que la Dirección de Asistencia al Consumidor (DIACO) autorice y distribuya, con el fin de que los mismos tengan el valor jurídico necesario para hacerlos efectivos en los juzgados correspondientes. Además, esto permitirá un mejor control de la emisión y contenido de los mismos, para que el consumidor y usuario de los bienes adquiridos tengan la certeza de que su derecho podrá hacerse válido.



4. Que la Universidad de San Carlos de Guatemala, mantenga una posición crítica e investigativa en relación al cumplimiento de las normas vigentes y por crearse o modificarse, toda vez que debe considerarse el efectivo respaldo al consumidor y usuario, para que los derechos del mismo no sigan siendo violados. Así también que se incluya en el pensum de estudio de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales el tema de los derechos del consumidor y usuario.



BIBLIOGRAFÍA

AYAU CORDÓN, Manuel. **El proceso económico**. 1ª. Ed.; Guatemala: Editorial CEES, 2004. pág. 20.

BRAÑAS, Alfonso. **Manual de Derecho Civil**. 2a. Ed.; Guatemala: Editorial Estudiantil FENIX, 2003. pág. 267.

COMIN, Paulo. **Consumo sostenible**. 1ª. Ed.; Argentina: Editorial Icaria, 1999. pág. 26.

Diccionario enciclopédico ilustrado de la lengua española. Editorial Larousse, España: 1996. pág. 898.

MARX, Carlos. **Economía Política**. 1ª. Ed.; Editorial MC Howard, 1859. págs. 23, 248, 250, 251, 253, 255.

OSSORIO, Manuel. **Diccionario de Ciencias Jurídicas y Sociales**. 1ª. Ed.; Editorial Heliasta, 2001. pág. 214.

Legislación:

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



Código Civil. Enrique Peralta Azurdia, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala,

Decreto Ley 106, 1963.

Ley del Organismo Judicial. Congreso de la República de Guatemala, Decreto 2-89,

1989.

Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Congreso de la República de

Guatemala, Decreto 06-2003, 2003.

Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Presidente de la

República de Guatemala, Acuerdo Gubernativo 777-2003, 2003.