

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
RECINTO UNIVERSITARIO RUBÉN DARÍO RURD”
“FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS”
DEPARTAMENTO DE DERECHO



TEMA:

“EFICACIA JURÍDICA DE LA LEY 182 “LEY DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES” RESPECTO A LA ADQUISICIÓN DE BIENES ELECTRODOMÉSTICOS EN LA CASA COMERCIAL “EL GALLO MAS GALLO”, EN MANAGUA DURANTE EL II SEMESTRE DEL AÑO 2010”

MONOGRAFIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN DERECHO

AUTORES:

- Br. REYES SÁENZ NEYSI TAMARA.
- Br. MARTÍNEZ ZÚNIGA ADONIS EFREL.

TUTOR:

DR. VICTOR YAHARY GONZÁLEZ VEGA.

Managua, Nicaragua 15 de Diciembre del 2011

AGRADECIMIENTOS

Doy Gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida y llenarme de la bendición de culminar con éxito mi carrera.

Quiero agradecer de todo corazón a todas las personas que día a día me instaron a salir adelante y las cuales siempre estuvieron ahí en todo momento incondicionalmente, dándome palabras de aliento y sobre todo muchas fuerzas y cariño desde el principio de mis estudios.

A:

Mi padre, Bayardo Adolfo Reyes Muñoz, quien desde el principio de mis estudios escolares ha estado siempre para mí, brindándome todo su apoyo y ayuda cuando más lo necesito y por ser la persona que con sacrificio me ha sacado adelante en todo momento.

Mi madre, Rosa Ivania Sáenz Urbina, la cual estuvo al pendiente del proceso de culminación de mi carrera y mi brindo muchos consejos para salir adelante.

A Dereck Lyon, por ser un excelente amigo y brindarnos la ayuda necesaria cuando lo necesitamos.

A nuestro tutor, el Msc. Víctor González, quien con su experiencia nos guió con sabiduría para culminar este trabajo monográfico.

Neysí Reyes

DEDICATORIA

A mis abuelitas, Arcadia del Carmen Muñoz Hernández y Gloria María Urbina de Sáenz q.e.p.d. aunque no estén conmigo en físico, siempre han estado presentes en mi corazón, las cuales siempre representaron para mí un ejemplo de lucha y superación, les dedico este trabajo porque sé que donde estén se sienten orgullosas de mi, como yo siempre lo estuve de ellas.

Neysí Reyes

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar le agradezco a Dios sobre todas las cosas, por haberme dado la sabiduría y las fuerzas necesarias para poder llegar a la culminación de mi trabajo Monográfico.

A mis padres quienes desde el principio y con mucho apoyo y sacrificio económico, sembraron en mí el espíritu de seguir adelante para poder concluir con mis estudios superiores.

A mi hermana Tatiana Selena Martínez Zúniga, quien aún en su silencio, siempre está conmigo.

A mi abuela Thelma Alfaro Tórrez quien siempre me brindó buenos consejos durante la trayectoria de mi carrera universitaria.

A mi novia Anielka Maricela Alfaro quien me cedió el tiempo que debía de estar con ella, para permitirme que lograra esta nueva meta en mi vida profesional.

Agradezco a la Lic. Olga Danelis Alfaro quien siempre me apoyó y cada vez que le solicite ayuda siempre estuvo conmigo y nunca se negó a ayudarme.

A mi compañera de trabajo Neysi Tamara Reyes, quien fue mi fuente de apoyo para la culminación de nuestro trabajo monográfico.

Quiero expresar un agradecimiento muy especial al cuerpo de docentes de quienes tuve la dicha de recibir sus cátedras, durante todo el desarrollo de esta carrera.

Adonís

DEDICATORIA.

A mis queridos padres: Francisco Fernando Martínez Alfaro y mi madre Isabel Cristina Zúniga Arana, dedico este trabajo que con tanto esmero y sacrificio he podido realizar, quienes fueron la fuente de mi inspiración, muestra de cariño, valentía, respeto y admiración, quienes me regalaron sus sabios consejos, llenándome de fortaleza en los momentos más difíciles de mi vida y me brindaron todo su amor y apoyo incondicional.

Adonís

INDICE

Págs.

Resumen

Introducción

Objetivos

Antecedentes

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL DERECHO DE CONSUMO.

A. ANTECEDENTES

1. Evolución del Derecho de los consumidores a nivel internacional..... 1
2. La Carta Europea de Protección a los consumidores 3
3. El Programa Preliminar y la Directivas de la Comunidad Económica Europea 5
4. Las Directrices de la ONU para la protección del consumidor 7
5. El Código Brasileño de Defensa al consumidor 8
6. Protección a los consumidores en América Latina 9
7. Evolución de la Legislación Nicaragüense en materia de Derecho 10
del consumidor.

B. DERECHO DE CONSUMO

1. Definición de Derecho de consumo 14
2. Naturaleza jurídica..... 15
3. Derechos básicos de los consumidores 17
 - 3.1 Derecho a la educación y a la organización..... 17
 - 3.2 Derecho a la información 18
 - 3.3 Derecho a reclamar y a la seguridad..... 18
 - 3.4 Derecho a la reparación 19
 - 3.5 Derecho de promoción y protección a los intereses económicos..... 19

4. Clasificación de los Derechos esenciales de los consumidores	20
4.1 Derechos primarios fundamentales	20
4.2 Derechos sustanciales	23
4.3 Derechos instrumentales.....	29
5. Concepto de electrodoméstico	31
6. Concepto de casa comercial	32

CAPÍTULO II: CONTRATOS DE ADHESIÓN.

1. Concepto de Contrato	33
2. Clasificación de los contratos.....	34
3. La libertad de contratar	38
4. Elementos de la Autonomía de la voluntad	40
5. Origen de los Contratos de adhesión	40
6. Conceptos de Contrato de Adhesión.....	42
7. Naturaleza Jurídica	43
8. Características de los contratos	44
9. Requisitos de los Contratos de Adhesión	45
10. Problemática de los Contratos de adhesión	47
11. Interpretación de los Contratos de Adhesión.....	50
12. Cláusulas vejatorias o abusivas en los contratos de Adhesión	51
13. Desventaja e inferioridad del consumidor.....	55
14. Procedimiento administrativo sancionador.....	57
15. La formación del contrato por adhesión	58
16. El pagaré.....	60
17. Análisis del contrato de Mutuo con prenda comercial del GMG.....	61

CAPÍTULO III: DESEMPEÑO DEL MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO

1. El estado como ente protector de los consumidores.....	64
2. Dirección de Defensa del Consumidor.....	65
3. Origen de la DDC.....	65
4. Funciones y facultades de la DDC	68
5. Estructura de la DDC.....	73
5.1 Departamento de Asuntos del Consumidor.....	75
5.2 Departamento de Instrucción del Proceso.....	81
5.3 Departamento de Verificación.....	85
5.4 Departamento de Divulgación y Educación al consumidor	87
6. Concepto de procedimiento administrativo.....	90
7. Objeto del procedimiento.....	90
8. Procedimiento administrativo regulado por la Ley 182	91
9. Procedimiento administrativo de reclamo	95

CAPÍTULO IV: MARCO JURÍDICO DE LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES EN NICARAGUA.

1. Fundamentos Constitucionales	99
2. Leyes especiales.....	103
3. Leyes Complementarias	124
4. Legislación supletoria	125

Hipótesis

Matriz descriptores

Diseño metodológico

Análisis e interpretación de resultados

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Abreviaturas utilizadas

Anexos

RESUMEN

En el tema que nos ocupa se realizó una valoración acerca de la protección jurídica que poseen los consumidores al momento de adquirir bienes electrodomésticos en la Casa Comercial "El Gallo mas Gallo". Así mismo, se identificó la manera en que se acuerda el pago del bien adquirido, como también se valoró el papel que desempeña la institución encargada de velar por los derechos de los consumidores, Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

Con respecto a la metodología utilizada, el análisis que se realiza en esta investigación es cualitativo, al mismo tiempo que es un estudio de tipo descriptivo y transversal.

El primer capítulo abarca los Aspectos Generales de los Derechos de los Consumidores, en el que señalamos la evolución histórica que han tenido los Derechos de los Consumidores a nivel Internacional así como en nuestro país. Al igual, en este capítulo señalamos los derechos que nuestra legislación establece, en donde los derechos fundamentales son: Derecho a elegir, Derecho a reclamar, Derecho a la seguridad, Derecho a la información. Para desarrollar este capítulo se recurrió a la revisión documental de la bibliografía disponible, así como de la legislación pertinente.

Dedicamos el segundo capítulo al estudio de los Contratos, su origen, conceptos, clasificaciones así como la estructura, ventajas y desventajas de estos. Los contratos de adhesión son utilizados como medio de agilización por parte de los proveedores, el cual al momento de la compra están debidamente formulados, sin darle posibilidad al consumidor de negociar alguna cláusula. Del mismo modo, en este capítulo se hacen nuestras aportaciones personales.

Al igual, dedicamos el tercer capítulo al análisis de las funciones de la Institución Estatal encargada de velar por los Derechos de los Consumidores, Ministerio de

Fomento Industria y Comercio, en el cual se abarcó el origen de esta institución, el marco legal que establece sus funciones, las facultades que tienen para el desempeño de sus labores y la estructura con que cuenta esta institución.

En el último capítulo se abarcó el marco legal que abarca la protección de los Derechos de los Consumidores, desde la Ley suprema (Constitución Política de Nicaragua) hasta la Leyes supletorias.

Para recolectar información, los medios que utilizamos fueron:

- **ENTREVISTAS:**

- I. A funcionarios de la Dirección de Defensa del Consumidor (Órgano encargado de hacer cumplir la Ley 182 LDC)
- II. A encargados de atención al cliente en la casa comercial "El Gallo mas Gallo".
- III. A especialistas en materia de Derecho del Consumidor.

- **ENCUESTAS:**

- I. Las cuales fueron elaboradas y orientadas a consumidores que hayan adquirido electrodomésticos en la casa comercial "El Gallo mas Gallo".

- **REVISIÓN DOCUMENTAL**

- I. Mediante el cual se revisaron los antecedentes del tema, buscando en libros, internet, boletines informativos, revistas, leyes, monografías, etc.

Como resultado de los instrumentos utilizados algunas de las conclusiones a las que llegamos fueron:

- Consideramos que la falta de dominio de sus derechos por parte de los usuarios y consumidores permite que los fabricantes elaboren y comercialicen sus productos en un mercado con muy pocos reclamos.
- Las políticas económicas de libre mercado y competencia que promueve el gobierno, crean un terreno favorable para que los empresarios vean en los usuarios y consumidores nicaragüenses un terreno fértil para desarrollar la promoción y publicidad de sus productos sin objeciones.

Al concluir el presente estudio monográfico, se realizaron recomendaciones, de las cuales, algunas son:

- Las normas establecidas para la regulación de la defensa del consumidor y Leyes conexas, deben ser aplicadas de manera eficaz en la práctica, empleando métodos coercitivos en cuanto a las sanciones y penas impuestas a los que infrinjan la Ley.
- Las resoluciones que dicte la Dirección de Defensa del Consumidor, deben tener fuerza legal para su correspondiente ejecución y de esta manera darle una efectiva seguridad al consumidor.

INTRODUCCION

El reconocimiento de la defensa y derechos de los consumidores, ha sido a nivel internacional, un paso trascendental y necesario para lograr la adopción de mecanismo que equilibren la disparidad de fuerzas existentes entre empresarios, proveedores y consumidores, sin embargo en nuestra Nicaragua, es un tema sumamente novedoso e incipiente, ya que es hasta el año de 1994 que la Ley de Defensa de los Consumidores entró en vigencia y hasta en 1999 que fue reglamentada.

Los derechos de usuarios y consumidores tienen su base en cuerpos legales que van desde la Constitución Política pasando por leyes ordinarias o especiales, según la materia, hasta Reglamentos, Normativas u otras disposiciones para Usuarios o Consumidores. De estos cuerpos de leyes se presentan extractos que abordan específicamente los derechos y deberes de los consumidores, las instancias y plazos para los reclamos y para la interposición de los Recursos Administrativos.

Estando conscientes que en nuestro país, ha evolucionado muy lentamente la organización tanto del marco legal, como de las estructuras destinadas a la protección y defensa de los consumidores, por lo que con esta investigación se pretende responder al problema ¿cuál es el nivel de protección jurídica que poseen los consumidores al adquirir bienes electrodomésticos en la Casa Comercial "El Gallo mas Gallo" durante el año 2010 y que tan efectivo ha sido el desempeño de la Institución Estatal encargada de velar por los derechos de los consumidores?

El realizar esta investigación es de vital importancia, ya que los consumidores somos el grupo de la economía más grande en el mercado, pero desafortunadamente es el grupo más débil por el desconocimiento de sus derechos y porque no existe cultura para el consumo y motivación suficiente para

la organización, que les permita hacer valer sus derechos frente a la violación de los mismos.

Con esta investigación se pretende brindar conocimientos esenciales e información general a la población sobre el Derecho del Consumidor para darles a conocer la importancia de estar informado acerca de las leyes que resguardan sus derechos e impedir de esta manera el abuso continuo por parte de los proveedores ante la adquisición de bienes electrodomésticos.

OBJETIVO GENERAL

- Analizar el nivel de aplicación de la Ley 182 “Ley de Defensa de los Consumidores” en la adquisición de bienes electrodomésticos en la Casa Comercial “ El Gallo más Gallo, ” en Managua durante el II semestre del año 2010 para evaluar su eficacia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar el nivel de cumplimiento de la Ley 182, “Ley de Defensa del consumidor” en los contratos para la adquisición de bienes electrodomésticos en esta Casa Comercial.
- Valorar el desempeño de la Dirección de Defensa del Consumidor en cuanto a la defensa de los derechos de los consumidores al adquirir éstos bienes electrodomésticos.
- Investigar el grado de conocimiento que tiene la población sobre sus derechos como consumidores.

ANTECEDENTES

Fue presentado en Diciembre del año 2005 un estudio monográfico en la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad Centroamericana UCA, por los entonces bachilleres, Fátima del Carmen Ríos y Juan Carlos Rubí Velásquez, como requisito para optar al título de Licenciados en Derecho, relacionado con el objeto de estudio de la presente investigación, titulado: "*Valoración Jurídica de los Consumidores que adquieren bienes y servicios en el Mercado Oriental de Managua*". Esta fue una tesis monográfica la cual se planteó como objetivo *valorar la situación jurídica del consumidor en cuanto a la protección de la salud, la vida y la economía familiar en el Mercado Oriental de Managua.*

El estudio realizado es de tipo descriptivo, en donde se abordaron los aspectos relacionados a los derechos de los consumidores en el Mercado Oriental de Managua, las manifestaciones de inseguridad que el centro comercial presenta para el consumidor; además analítico, ya que se analizó el marco jurídico de protección al consumidor, mediante la utilización de instrumentos, tales como: encuestas, entrevistas, fotos y periódicos. Se utilizó la observación bibliográfica y de campo, con el fin de ahondar más en la investigación y obtener un resultado objetivo en donde las principales conclusiones a las que se llegaron en ese estudio fueron las siguientes:

- Es evidente que en el Mercado Oriental, por ser el centro de comercio más grande de Centroamérica, existen prácticas de comercio que atentan contra la salud y que ponen en riesgo la vida del consumidor, debido a los abusos por parte de algunos proveedores de productos alimenticios que no reúnen los requisitos establecidos en las normas de higiene y calidad, y que no respetan en ningún sentido los Derechos con los que cuentan los consumidores.

- Es manifiesta la falta de coordinación de las instituciones para dirigir programas y proyectos en pro de la eficacia jurídica de protección al consumidor.
- Es positivo que en nuestro país existe un ordenamiento jurídico dirigido a garantizar la protección y defensa de los derechos de los consumidores, pero no es suficiente, ya que en el Mercado Oriental de Managua no se respetan estos derechos, porque el sistema de aplicaciones es eficiente.

Del mismo modo, en este trabajo se recomienda:

- Mayor beligerancia por parte del Estado como órgano rector a través del MIFIC en coordinación con las diferentes instituciones (Alcaldía, MINSA, PN, COMMEMA, Asociaciones de consumidores) para la aplicación efectiva del Régimen Jurídico de Protección al Consumidor en el Mercado Oriental de Managua.
- Se necesita mayor coordinación de parte de las autoridades involucradas para evitar las prácticas abusivas por parte de los proveedores de bienes y servicios que vayan en detrimento de los derechos de los consumidores.

El trabajo monográfico antes referido comprende al igual que nuestra investigación el estudio del consumidor ante la adquisición de bienes electrodomésticos, sin embargo este lo abarca desde un punto de vista completamente diferente, ya que toma como el espacio de su estudio el Mercado Oriental de Managua y nuestro trabajo se encuentra enfocado en las Casas Comerciales.

CAPÍTULO PRIMERO

ANTECEDENTES

CONTENIDO

1. Evolución del Derecho de los consumidores a nivel internacional.
 - a) La carta Europea de Protección a los consumidores.
 - b) El programa Preliminar y las Directivas de la Comunidad Económica Europea.
 - c) Las Directrices de la ONU para la protección del consumidor.
 - d) El Código Brasileño de Defensa al consumidor.
 - e) Protección a los consumidores en América Latina.
2. Evolución de la Legislación Nicaragüense en materia de Derecho del consumidor.
3. Derecho de consumo.
4. Derechos de los consumidores.
5. Concepto de Casa Comercial.

CAPITULO 1

ASPECTOS GENERALES DEL DERECHO DE CONSUMO

A. ANTECEDENTES

1. Evolución del Derecho de los consumidores a nivel Internacional.

La protección al consumidor data desde unos 2000 años A.C. El Código Hammurabi que regía en Asiria, Reino de los Sumerios, regulaba el crédito, el arrendamiento, la calidad de los alimentos y servicios, los precios, las pesas y las medidas¹.

Los derechos del Consumidor, como conjuntos de Derechos que se confieren específicamente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios han sido reconocidos solo a partir de la segunda mitad del siglo XX².

Con anterioridad, tales derechos se hacían derivar de los contratos que los consumidores celebraban con los proveedores, con base en el Código de Comercio o en el Código Civil, los cuales en términos generales, no otorgaban una protección específica a los consumidores y se basaba en el principio de la autonomía de la voluntad o de libertad de estipulaciones. El consumidor, con su poca información sobre los bienes y servicios del mercado y sobre sus derechos y obligaciones, debía enfrentar solo sus relaciones de consumo con proveedores que contaban con mayor información y experiencia.³

Sin embargo, desde la primera mitad del siglo XX se manifestaron los primeros movimientos de los consumidores (consumerism), que reclamaron nuevas

¹ Jiménez Serrano Pablo, "El Derecho del consumidor", Universidad de Sao Paulo, Brasil, 1998, pág 12.

² Ovalle Favela, José. Derechos del Consumidor, 1ra Edición, México 2000, página 9.

³ Ídem

regulaciones sobre cuestiones específicas, particularmente en los Estados Unidos de América.⁴

El movimiento inicial se desarrolló en el primer decenio del siglo XX y fue provocado, entre otros factores por el aumento de los precios, los escritos polémicos de Upton Sinclair y los escándalos relativos a las sustancias farmacéuticas. Este movimiento culminó con la aprobación de la Ley sobre Genuinidad de las Sustancias Alimenticias y Farmacéuticas de 1906; de la Ley sobre Inspección de Carne del mismo año y con la creación, en 1914, de la Comisión Federal para el Comercio⁵.

La segunda protesta de los consumidores tuvo lugar sobre la mitad del decenio de los treinta y fue motivada por un desmesurado incremento de los precios al consumidor en plena depresión económica, el escándalo de la sulfanilamida y la huelga de las amas de casa en Detroit. La protesta culminó con las reformas para fortalecer la Ley sobre Genuinidad de las Sustancias Alimenticias y Farmacéuticas y con la ampliación de los poderes normativos de la Comisión Federal para el Comercio, para combatir las actividades y las prácticas ilícitas o fraudulentas⁶.

Por último, el tercer movimiento de los consumidores se inició a la mitad del decenio de los sesenta, y es el resultado de una compleja convergencia de circunstancias, de las cuales una de las más importantes es el contraste entre las prácticas habituales del comercio y los intereses a largo plazo de los consumidores.⁷

En marzo de 1962, el presidente John F. Kennedy propuso el *derecho a ser informado* como un derecho fundamental de los consumidores en la directiva que

⁴ Ídem.

⁵ Ovalle Favela, José. "**Derechos del consumidor**". 1ra Edición. México 2000, pág. 4.

⁶ Ídem.

⁷ Ídem

formuló al Consejo de Consulta de los Consumidores, y el cual ha sido la base para muchas batallas en defensa de los intereses de los consumidores⁸.

En el decenio de los sesenta, el movimiento de los consumidores se extiende también a los países europeos. Surgen asociaciones privadas de consumidores; se imprimen revistas y artículos en defensa de los consumidores; aparecen las primeras transmisiones radiofónicas y televisivas dedicadas a la información y a la educación de los consumidores; se realizan congresos, mesas redondas, debates sobre la posición del consumidor y sus derechos, y en fin, se crean organismos administrativos para la tutela de los intereses de los consumidores en Francia, Inglaterra, Suecia y Holanda⁹.

2. La Carta Europea de Protección de los Consumidores¹⁰.

En 1973, la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa emitió la resolución 543/73, con la que aprobó el texto definitivo de la Carta Europea de Protección de los Consumidores. Esta carta reconoció los siguientes cuatro derechos de los consumidores:

- ❖ *El derecho a la protección y a la asistencia de los consumidores*, que se debe manifestar, según las directivas del Consejo de Europa, en un *fácil acceso a la justicia* y en una *racional administración* de la misma. Además los consumidores deben ser protegidos de todo daño, económico o material, provocado por bienes de consumo.

- ❖ *El derecho a la reparación del daño*, que soporte el consumidor por la circulación de productos defectuosos, o por la difusión de mensajes *engañosos o erróneos*. En este sentido, la Carta señala que los

⁸ Ovalle Favela, José "Derechos del Consumidor". 1ra Edición. México 2000. Pág. 5

⁹ Ídem.

¹⁰ Ovalle Favela, José "Derechos del Consumidor" 1ra. Edición. México 2000. Pág. 6

ordenamientos de los países miembros del Consejo de Europa deberán establecer “*reglas generales que provean a la seguridad de bienes y servicios*”; que instituyan controles sobre los productos del mercado y sobre su composición y etiquetado; y que protejan los intereses económicos de los consumidores con controles sobre las condiciones generales de contratación. En la carta se invita a cada país miembro a una revisión periódica de la legislación en materia de prácticas comerciales desleales y, en general de todas las prácticas que resulten abusivas, incorrectas o poco deseables desde la perspectiva de la protección al consumidor.

❖ *El derecho a la información y la educación*, que la Carta prevé no sólo para la obtención, por parte del consumidor, de informaciones correctas sobre la calidad de los productos, sino también para verificar la identidad de los proveedores y para cualquier otro aspecto del producto, el cual deberá poder ser usado “con toda seguridad y con plena satisfacción” por el consumidor.

❖ *El derecho de los consumidores a organizarse en asociaciones y a ser representados* en diversos organismos, para expresar opiniones sobre decisiones políticas y económicas inherentes a la disciplina del consumo. Al lado de estas organizaciones de consumidores, cada país deberá instituir una “autoridad fuerte, independiente y eficaz, que represente a los consumidores y a las categorías comerciales”, con facultades tanto para expresar pareceres a los órganos legislativos y gubernativos sobre todo los problemas de tutela de los consumidores, cuanto para aplicar la ley y los reglamentos destinados a regular las operaciones de mercado desde la perspectiva de dicha tutela.

3. El Programa Preliminar y la Directivas de la Comunidad Económica Europea¹¹.

¹¹ Ovalle Favela José. “**Derechos del Consumidor**”. 1ra Edición. México 2000. Pág. 7.

El 14 de abril de 1975, el Consejo de las Comunidades Europeas aprobó el Programa Preliminar de la Comunidad Económica Europea para una política de Protección e información a los Consumidores, que reordenó en forma sistemática todas las iniciativas para la tutela del consumidor. En el Programa se reconocieron los siguientes cinco derechos fundamentales del consumidor:

- ❖ *El derecho a la protección de la salud y la seguridad de los consumidores.* Los bienes y servicios puestos en el mercado a disposición del consumidor deben ser tales que, utilizados en formas normales o previsibles, no presenten peligro para su salud o seguridad; *cuando presenten peligro deben poder ser retirados del mercado con procedimientos rápidos y sencillos.* De manera general, los riesgos que pueden provenir de un uso previsible de los bienes y servicios, tomando en cuenta su naturaleza y a las personas a las cuales son destinadas, deben ser puestos en conocimiento previo de los consumidores por medios apropiados. *El consumidor debe ser protegido contra las consecuencias de daños corporales causados por mercancías y productos defectuosos provistos por productores de bienes y prestadores de servicios.*

- ❖ *El derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores.* Los compradores de bienes o servicios deben ser protegidos contra los abusos de poder del proveedor; en particular, contra los contratos tipo (o de adhesión) establecidos unilateralmente, la exclusión abusiva en los contratos de derechos básicos, las condiciones abusivas de crédito, el requerimiento de pago de mercancías no ordenadas y los métodos de venta agresivos. El consumidor *debe ser protegido contra los daños provocados a sus intereses económicos por un producto defectuoso o un servicio deficiente.* La presentación y promoción de bienes y servicios, incluyendo los servicios financieros, no deben ser concebidos de forma que engañen, directa ni indirectamente, a la persona a la que se le ofrecen o a través de las que se solicitan. Ninguna forma de publicidad visual o auditiva debe

inducir a error al cliente potencial del producto o del servicio. El autor de cualquier tipo de publicidad debe justificar la veracidad de lo que afirma por medios apropiados. Todas las informaciones proporcionadas en la etiqueta, tanto en el lugar de venta como en la publicidad deben ser exactas. El comprador de bienes de consumo duradero debe poder beneficiarse de un servicio posventa satisfactorio, el cual debe comprender la obtención de las piezas de recambio o refracciones que sean necesarias para efectuar las reparaciones. La gama de las mercancías puestas a disposición del consumidor debe ser tal que permita a éste hacer una elección adecuada.

- ❖ *El derecho a la reparación de los daños.* El consumidor debe recibir asesoramiento y asistencia en materia de quejas y en caso de perjuicios sufridos debido a la compra o utilización de productos defectuosos o de servicios insuficientes. Tiene derecho, además, *a una justa reparación de tales perjuicios por medio de procedimientos rápidos, eficaces y poco costosos.*
- ❖ *El derecho a la información y a la educación del consumidor.* Por una parte, el comprador de bienes o servicios debe disponer de una información suficiente que le permita conocer las características esenciales de los bienes y servicios que se le ofrecen, tales como su naturaleza, cantidad, calidad y precio; hacer una elección racional entre los bienes y servicios que compiten en el mercado; utilizar con plena seguridad y de modo satisfactorio dicho bienes y servicios; así como reclamar la reparación de los perjuicios eventuales que resulten de los productos o servicios recibidos.
- ❖ *El derecho a la representación (el derecho a ser escuchado).* Los consumidores deben ser consultados y oídos cuando se preparen las decisiones que les conciernen, en particular, a través de las asociaciones interesadas en la protección e información de los consumidores.

Estos cinco derechos fundamentales fueron confirmados por un segundo Programa de una Política de Protección e Información de los Consumidores, adoptado por el Consejo de las Comunidades Europeas el 19 de Mayo de 1981.

Con el Tratado de la Unión Europea adquiere el tema de los derechos de los consumidores, el rango de verdadera política comunitaria.¹²

4. Las Directrices de la ONU para la protección al consumidor¹³.

Por otra parte, como resultado de las gestiones que realizó la Organización Internacional de Uniones de Consumidores, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó el 16 de abril de 1985 la resolución 39/248, que establece las Directrices para la Protección al Consumidor, que es un conjunto de bases sobre las cuales los Estados miembros deben desarrollar sus políticas y leyes de protección al consumidor.

Las Directrices de la ONU vienen a dar a los derechos del consumidor un carácter universal que rebasa el ámbito europeo reconocido en la Carta de 1973 y en el Programa Preliminar de 1975.

Las Directrices reconocen en forma implícita los siguientes seis derechos fundamentales de los consumidores:

- ❖ *La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad.*
- ❖ *La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores.*
- ❖ *El acceso de los consumidores a una información adecuada.*
- ❖ *La educación del consumidor.*

¹² SACRISTAN REPESA, Marcos; ob.cit; pág. 1446

¹³ Ovalle Favela, José "Derechos del Consumidor". 1ra Edición, México 2000, página 14.

- ❖ *La posibilidad de compensación efectiva al consumidor.*
- ❖ *La libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores.*

5. El Código Brasileño de Defensa del Consumidor¹⁴.

El Programa Preliminar y las Directrices influyeron en el Código de Defensa del Consumidor de Brasil (Ley Federal número 8,078, del 11 de septiembre de 1990), en cuyo artículo 6º se reconocen como *derechos básicos del consumidor* los cuatro siguientes, en términos similares a los establecidos en el Programa Preliminar y las Directrices:

- ❖ *El derecho a la protección de la salud y la seguridad* (aunque también se agrega la protección a la vida, que lógicamente se encuentra implícita en la salud y la seguridad).
- ❖ *El derecho a la educación.*
- ❖ El derecho a la información.
- ❖ El derecho a la prevención y a la reparación de daños.

El derecho a la prevención de los daños, en el Programa Preliminar y las Directrices, forma parte del derecho a la protección de la salud y la seguridad.

Aunque en el Código Brasileño no se reconozca de manera expresa el *derecho a la protección de los intereses económicos* de los consumidores, sí se prevén manifestaciones específicas de ese derecho, al establecerse el derecho a la protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos desleales, y contra cláusulas abusivas impuestas en el abastecimiento de productos y servicios, así como el derecho a la modificación de cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a causas de hechos supervenientes que las hagan excesivamente onerosas.

¹⁴ Ovalle Favela, José "**Derechos del Consumidor**". 1ra. Edición. México 2000, página 17.

En cambio, el Código Brasileño agrega, como derechos básicos, el derecho de los consumidores al acceso a los órganos jurisdiccionales y administrativos, con el objeto de prevenir o reparar los daños patrimoniales y morales, individuales, colectivos o difusos, asegurando la protección jurídica, administrativa y técnica a los necesitados; así como la facilitación de la defensa de sus derechos, inclusive mediante de la carga de la prueba a su favor, cuando, a criterio del juez, fuere inverosímil la alegación o fuere suficiente, según las reglas de la experiencia. También establece el derecho básico a la adecuada y eficaz prestación de los servicios públicos en general.

6. Protección a los Consumidores en América Latina.

Los países de América Latina no se quedaron atrás con esta evolución, pues durante la década de los 60 y 70, se empezó a tomar interés por la protección de las relaciones de consumo, es así, por ejemplo, que en el año de 1976 se crea en Brasil el grupo ejecutivo de Protección al Consumidor (PROCON), en base a la idea de que existe un gran desequilibrio entre el consumidor y las empresas, las que pueden cometer o cometen toda clase de abusos de forma anómala¹⁵.

En América Latina nos encontramos con dos tendencias legislativas. La primera, es aquella normativa específica sobre el derecho de los consumidores, tal es el caso de Argentina, Brasil, Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Perú, Venezuela. La segunda modalidad, consiste en que las normativas sobre derecho de competencia dedican un capítulo al derecho del consumidor, es el caso de Costa Rica y Panamá. En su gran mayoría estas disposiciones corresponden a finales de los años ochenta y los noventa, es decir nos referimos a leyes con una vigencia reciente. En el caso de Centroamérica dichas Leyes corresponden a los años noventa¹⁶.

¹⁵ Jiménez Serrano Pablo, "El Derecho del Consumidor", Op. Cit. Pág. 13

¹⁶ Orúe Cruz José René, "Análisis sobre el régimen jurídico de protección al consumidor en Nicaragua", Managua, Nicaragua, Editorial Hispamer, 1ra Edición, 2003, Pág. 26.

Actualmente se encuentran organizaciones de defensa al consumidor en 16 países de América Latina y el Caribe. El primer país de América Latina que adoptó y creó medidas de protección al Consumidor fue Colombia, pero en el año de 1980 ya habían tres países Latinoamericanos que contaban con un instrumento legal dirigido expresamente a la protección de los consumidores, estos son México, con su Ley Federal de Protección al Consumidor del 18 de Diciembre de 1985, Puerto Rico con la Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor del 23 de Abril de 1973 y La Ley Venezolana¹⁷.

7. Evolución de la Legislación Nicaragüense en Materia de Derechos del Consumidor.

En nuestro país encontramos los primeros antecedentes en lo referente a la Protección de los Consumidores en una ley creada en 1955, siendo ésta la "**Ley de Defensa al Consumidor de Artículos Nacionales de Primera Necesidad en Períodos de Escasez**", dictada a través del Decreto número 122. Esta Ley tenía un carácter temporal, ya que su vigencia dependía de la duración del estado de emergencia económica, el cual dependía de que fuese declarado por el poder ejecutivo en la rama de economía. La situación de escasez y la misma ley, contemplaba aspectos tales como la regulación de exportación e importación de los artículos declarados escasos¹⁸.

Posteriormente, es hasta en el período de la administración revolucionaria, que fue creada la Ley de Defensa de los Consumidores a través del Decreto número 323; del 22 de Febrero de 1980, en este derecho se facultó al Ministerio de Comercio

¹⁷ Reyes López María José y Abellán Tolosa Luis, "**Derecho de Consumo**" Op. Cit. Págs. 22 y 23.

¹⁸ Diario Oficial La Gaceta No. 154 del 26 de Junio de 1955. Decreto No. 122 "**Ley de Defensa del Consumidor de Artículos Nacionales de Primera Necesidad en Período de Escasez**".

Interior (MICOIN), actualmente Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) para que distintamente regulara los precios de los productos básicos¹⁹.

Luego, con el Decreto No. 1466, del 26 de junio de 1984, fue creada la Ley de Defensa de los Consumidores, la cual fue elaborada, según el considerando IV, con la finalidad de establecer un marco jurídico dentro del régimen de economía mixta, que le permitiera al Estado intervenir directamente en el proceso de circulación de mercancías para regular los precios y distribución cuando esta se considere indispensable para la población. Esta constaba de 18 artículos, derogando la ley anterior en su artículo 17.²⁰

En el año de 1985, el día 27 de agosto fue creada la Ley No. 9, "**Ley de Regulación de Comercio y Defensa de los Consumidores**"²¹ derogando la anterior Ley de Defensa de los Consumidores o cualquier otra que se le oponga en su artículo 17. Esta faculta al Ministerio de Comercio Interior (MICOIN), para fijar los precios de los bienes básicos de consumo popular, así como también determina las sanciones administrativas a los infractores de la misma. El reglamento de esta ley fue creado por Decreto No. 5666 del 18 de diciembre de 1985²².

En fecha veintiuno de enero del año de 1986, con el Decreto No. 150, constando de 5 artículos fue creada la "**Ley Creadora del Registro de los Consumidores**". El objetivo de ésta era crear el registro de los consumidores, que consistía en la constitución de un sistema único que controlara y ordenara toda la información

¹⁹ Diario Oficial La Gaceta No. 50 del 22 de febrero de 1980. Decreto No. 323 "**Ley de Defensa de los Consumidores**".

²⁰ Diario Oficial La Gaceta No. 129 del 3 de julio de 1984. Decreto No. 1466 "**Ley de Defensa de los Consumidores**".

²¹ Diario Oficial La Gaceta No. 188 del 2 de octubre de 1985. Ley No. 9 "**Ley de Regulación del Comercio y Defensa de los Consumidores**".

²² Diario Oficial La Gaceta No. 247 del 24 de Diciembre de 1985. Decreto No. 5666. "**Reglamento a la ley de Regulación del Comercio y Defensa de los Consumidores**".

relativa a los consumidores en cada región o zona especial del país²³. En fecha 25 de marzo de 1986 fue creado el reglamento de la ley en mención.²⁴

Posteriormente a través del Decreto No. 151 del 27 de Enero de 1986, fue creada la "Ley del Inspector Popular de Comercio Interior y su Reglamento, publicados en el Diario Oficial La Gaceta No. 20 del 29 de Enero de 1986 y en la Gaceta No.150 del 17 de julio de 1986", respectivamente, con la finalidad de formar una estructura a nivel popular de vigilancia y control del comercio, la cual dependía de MICOIN.

En la actualidad está vigente la Ley 182²⁵, creada en el año de 1994, la cual consta de 43 artículos, habiendo sido aprobada y entrado en vigencia a los veintitrés días del mes de septiembre del mismo año y su Reglamento publicado en el año de 1999, 5 años después que la ley, entró en vigencia hasta 90 días después de su publicación en el Diario Oficial La Gaceta y consta de 127 artículos²⁶.

Los derechos de los consumidores²⁷ contenidos en el ordenamiento jurídico de Nicaragua, son una compilación de derechos que han evolucionado y que han sido adoptados por los distintos países de América Latina, lo que ha proporcionado un régimen de protección jurídica eficiente para los consumidores.

Con esta legislación en materia de consumo, se faculta al Poder Ejecutivo para que a través de la Ley 290 "Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo",²⁸ tutele los derechos anteriormente descritos a través del

²³ Diario Oficial La Gaceta No. 16 del 23 de enero de 1986. Decreto No. 150. "**Ley Creadora del Registro de los Consumidores**".

²⁴ Diario Oficial La Gaceta No. 152 del 21 de Julio de 1986. Decreto No. 152. "**Reglamento a la Ley Creadora del Registro de los Consumidores**".

²⁵ Diario Oficial La Gaceta No. 169 del 3 de septiembre de 1999. Decreto No. 2187. "**Ley de Defensa de los Consumidores**".

²⁶ Diario Oficial La Gaceta No. 169 del 3 de septiembre de 1999. Decreto No. 2187 "**Reglamento a la Ley de Defensa de los Consumidores**".

²⁷ Artículo 12 de la Ley No. 182. "**Ley de Defensa de los Consumidores**".

²⁸ Aprobada el 27 de Marzo de 1998 y publicada en la Gaceta Diario Oficial No. 102 del 3 de Junio de 1998.

Consejo Nacional para la Defensa de los Derechos de los Consumidores²⁹, órgano adscrito al Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), y elimine la tradicional situación de inferioridad e indefensión en que se encuentran los consumidores.

²⁹ De conformidad al artículo 37 de la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores" y artículo 7 del Reglamento de dicha Ley, Decreto No. 2187.

II. Derecho de Consumo

A. Consumidor.

Nuestra legislación define a consumidor como *“toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final bienes o servicios de cualquier naturaleza.”*³⁰

Rodríguez Cano³¹, dispone que es: “La persona física o jurídica que es destinatario final de los productos o servicios que adquiere fuera del ámbito de su actividad profesional o empresarial”.

1. Definición de Derecho de Consumo.

En torno al concepto de derecho del consumidor, algunos autores han discrepado sobre este término jurídico referido a la materia encargada de proteger los derechos de los consumidores. Dentro de las distintas opiniones, unos afirman que debería ser denominado Derecho del Consumidor y otros plantean que el término correcto sería Derecho del Consumo.

El tratadista Antonio Herman Benjamín, en su obra denominada “El Derecho del Consumidor en estudio sobre el consumo”, plantea que Derecho del Consumidor *“Es la disciplina jurídica que propone tutelar al consumidor en sus relaciones de consumo”*³². Teniendo como finalidad primordial compensar la situación de inferioridad económica en que se encuentran los consumidores frente a los proveedores de bienes y servicios públicos o privados; en el cual la existencia del

³⁰ Ley de Defensa de los Consumidores. Arto. 4 Publicada en la Gaceta No. 213, del 27 de septiembre de 1994.

³¹ Rodríguez-Cano A. Bercovitz, **“Apuntes de Derecho Mercantil”**, 2da Edición, Editorial Aranzadi, Madrid, España, 2001, Pág. 136.

³² Benjamín, Hernán Antonio “Derecho del Consumidor”, Editorial Platense, 1998, pág. 48.

proveedor en dicha relación constituye el elemento esencial que justifica la intervención del Estado.

En nuestra legislación la terminología utilizada es Derecho de los Consumidores, así lo establece la Ley de Defensa de los Consumidores.

En este sentido, el consumidor no es considerado ya solamente como un comprador o un usuario de bienes o servicios para un uso personal, sino como una persona a la que conciernen los diferentes aspectos de la vida social que pueden afectarle directa o indirectamente como consumidores.

La noción de consumidor final debe comprender todo usuario de un producto o de un servicio sin tener que considerar la naturaleza de la relación jurídica operada por el transferente del bien o de la prestación, ni de la misma existencia de la transacción. Esta noción corresponde al denominado sistema subjetivo, que es el que siguen la mayoría de las legislaciones, incluso la nuestra (nicaragüense).³³

2. Naturaleza Jurídica.³⁴

El derecho del consumo se ha defendido desde dos tipos de planteamientos, uno más radical que el otro. El primero, desarrollado especialmente por la doctrina Alemana, el cual parte de la necesidad de tutela del consumidor (posición débil) y de su equiparación con la posición de los trabajadores en el mercado laboral, de ahí que se fije como paradigma regulativo el Derecho Laboral.

El derecho especial de consumidores conviviría con un derecho civil o general de los ciudadanos y con el derecho mercantil o especial de los empresarios. La crítica a esta primera formulación parte de lo injustificado de la ruptura de la unidad de

³³ BOTANA, Gema y RUIZ M.: Curso sobre protección jurídica de los Consumidores, Mc Graw Hill, Madrid 1999, Pág. 30.

³⁴ Reyes López María José y Abellán Tolosa Luis, "Derecho de Consumo", Op. Cit. Págs. 22 y 23.

derecho privado y de los principios que los conforman, especialmente el principio de autonomía privada.

No se considera que la alegada posición de desigualdad del consumidor en el mercado se pueda generalizar, ni que se puedan excluir sin más a todos los empresarios, pues el caso del pequeño comerciante no queda lejos del consumidor. Con todo, plantear la cuestión en términos de desigualdad económica como presupuesto de hecho legitimador, además de insuficiente resulta francamente difícil de aplicar porque habría que determinar qué diferencias son relevantes y cómo se reflejan en la norma esas diferencias.

La conclusión no puede ser otra que negar legitimidad a ese presupuesto económico, sino viene acompañado de otras circunstancias, son por tanto razones de seguridad y previsibilidad jurídica las que aconsejan no apartarse del régimen general de derecho privado.

El otro planteamiento menos radical parte de la idea de un derecho del consumo, no como categoría dogmática sino funcional, en el sentido de que "es la finalidad de proporcionar a los consumidores y usuarios la protección que precisan, desde el punto de vista jurídico, la que unifica y da sentido propio a la categoría".

No se debe de hablar del derecho de consumo como un derecho nuevo y autónomo, las diversas disposiciones en protección de los consumidores se integran en las áreas tradicionales en las que se ordena y sistematiza la ciencia jurídica. No se reconocen unos principios generales que las distingan suficientemente de éstas, sino que responden a los esquemas consolidados en el derecho.

Sin embargo, Javier Arce Gargollo³⁵, no considera que la protección al consumidor sea una rama autónoma del derecho privado pues, según este autor, no contiene

³⁵ Arce Gargollo, Javier, "Contratos Mercantiles Atípicos, Editorial PORRUA, México, 2005, Pág. 103".

principios o una normativa sistemática que ameriten tal autonomía. **Se trata de una parte del Derecho Mercantil, que recoge un nuevo enfoque de índole social para normar ciertas relaciones en beneficio de los consumidores, originalmente considerados como clase.**

3. DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.

La Ley De Defensa De Los Consumidores³⁶, establece cuales son los derechos de los consumidores.

Estos derechos son:

3.1 Derecho a la educación y organización.

Consiste en la enseñanza que debe brindarse a la población con respecto a la organización y sistematización.

El doctor Orúe Cruz³⁷ dice que "educación para el consumo es uno de los pilares de la estrategia a impulsar para asegurar la tutela de los derechos del consumidor, actividad que debe comenzar por el estado al establecer planes y programas de estudios obligatorios en primaria y secundaria, en los centros de formación vocacional y universidades, todo con el fin de instruir al consumidor".

Es indispensable el requerimiento de una actitud asociativa de los consumidores destinada a reaccionar grupalmente frente a ciertos comportamientos de las empresas.

³⁶ Ley No. 182 "Ley de Defensa de los Consumidores". Arto. 12

³⁷ Orúe Cruz José René "Análisis sobre el Régimen jurídico de protección al consumidor", Op. Cit. Pág 12.

3.2 Derecho a la información.

La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y, en general, toda la información de los bienes y servicios que te ofrezcan debe ser oportuna, completa, clara y veraz de manera que se pueda elegir con facilidad qué comprar con pleno conocimiento.

La Ley de Defensa del Consumidor³⁸ señala que todo proveedor de bienes brindará al consumidor información clara, veraz y suficiente al menos sobre las siguientes características:

- Composición, finalidad y aditivos utilizados;
- Cantidad de productos;
- Fecha de producción y vencimiento del producto;
- Instrucciones e indicación para su uso;
- Advertencia, riesgos e incompatibilidades con otros productos.

3.3 Derecho a reclamar y a la seguridad.³⁹

- Los consumidores tienen derecho de acceder a los órganos administrativos o judiciales correspondientes para la protección de sus derechos y legítimos intereses.
- Reclamar a las instituciones del Estado la negligencia por los servicios públicos prestados.

Ellos tienen el derecho de acudir a las instancias administrativas correspondientes, para hacer valer los mismos casos que hayan sido violados.

³⁸ Ley No. 182 "Ley de Defensa del Consumidor", arto. 13

³⁹ Ley No. 182 "Ley de Defensa de los Consumidores" Arto. 12. Inc. h, l.

Es por ello que los productos, actividades o servicios que traen consigo riesgos, no pueden ofrecerse en el mercado por que se atentaría contra la salud de los individuos que accedan a estos.

3.4 Derecho a la reparación.

El consumidor tiene derecho en caso de daños y perjuicios sufrido por la adquisición de un bien o servicio, a la reposición del producto si este se encuentra en mal estado (fecha de caducidad) o a la devolución de la suma pagada cuando el producto sea de inferior calidad al que fue ofertado o al indicado en el envase o etiqueta del producto.

En la práctica actualmente este derecho no se cumple ya que el proveedor somete al consumidor a una serie de procedimientos administrativos que al final termina violentando los derechos de los consumidores.

3.5 Derecho de promoción y protección de los intereses económicos.

De acuerdo a nuestra Ley de Defensa del Consumidor⁴⁰; el consumidor tiene el derecho a exigir el cumplimiento de las promociones y ofertas cuando el proveedor no cumpla.

Le corresponde a la dirección de defensa del consumidor (DDC) requerir del proveedor la información relacionada con las promociones.

- ❖ El consumidor tiene derecho a un trato equitativo y no abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios.

⁴⁰ Ley No. 182 "Ley de Defensa de los Consumidores". Arto. 30.

4. Clasificación de los Derechos esenciales de los consumidores.

El Dr. Gabriel Stiglitz⁴¹ clasifica los Derechos de los consumidores de la siguiente manera:

4.1 Derechos primarios fundamentales.

Se encuentran en relación con el propio posicionamiento del consumidor como sujeto activo del mercado. Se tratan de atributos cuya garantía dependen directamente del cumplimiento de deberes y funciones irrenunciables del estado y en particular de desarrollo de políticas económicas que no marginen a determinados sectores de la población, del acceso mismo al consumo⁴².

4.1.1 Derecho de acceso al consumo.⁴³

Se plantea como una prerrogativa primaria de los consumidores frente a los empresarios y al propio estado, pues es menester que los gobiernos garanticen a todos los sectores de la población su participación en el mercado, es decir que los consumidores puedan elegir y adquirir libremente los productos que necesitan.

4.1.2 Libertad de elección.⁴⁴

La libre elección se basa en precios justos y variedad de productos y servicios, supone un adecuado funcionamiento de las reglas de libre competencia y abastecimiento, fundamentalmente la eliminación de políticas económicas que excluyen determinados sectores de la población del acceso al consumo.

⁴¹ Stiglitz, Gabriel A., Rubén S., "Derechos y defensa del Consumidor", Op. Cit. Pág 39.

⁴² Ídem.

⁴³ Íbid pág. 40

⁴⁴ Ídem pág 42

Es decir que el Estado debe garantizar una protección efectiva contra prácticas que perjudiquen la posibilidad a los consumidores de elegir en el mercado, en el cual debe reinar la competencia leal y efectiva para brindar a todos los consumidores la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos, lo cual implica igualdad de oportunidades para todos.

Este derecho, según Orúe Cruz⁴⁵ "está referido a los monopolios y al mercado agresivo, los cuales afectan la libertad de elección de los consumidores, lo que implica que las personas no tienen oportunidad de elegir libremente, sino que son conducidos por técnicas muy bien elaboradas, dirigidas a explotar a fondo las debilidades humanas".

Este derecho pone en relieve que la protección de los consumidores se vincula con la protección del propio sistema competitivo, pues el principio esencial de la economía de mercado es que el consumidor actúa de árbitro, es el que da el éxito a los competidores, puesto que es él, con su elección el que adquiere los productos o servicios de uno u otro de los empresarios que participan en el mercado⁴⁶.

4.1.3 No discriminación ni arbitrariedad.⁴⁷

Un complemento del derecho de acceso al consumo y libertad de elección, está representado a no sufrir discriminación ni arbitrariedad en el mercado. En la misma línea y específicamente, se requiere asegurar la protección especial a favor de los consumidores y de los que sufren de situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

⁴⁵ Orúe Cruz José René "Análisis sobre el Régimen Jurídico de Protección al Consumidor" Op. Cit. Pág 28

⁴⁶ Rodríguez- Cano A. Bercovitz, "Apuntes de Derecho Mercantil", Op. Cit. Pág. 336.

⁴⁷ Stiglitz, Gabriel A., Stiglitz, Rubén S., "Derechos y Defensa del Consumidor", Op. Cit. Pág 44 y 45.

4.1.4 Acceso digno y equitativo en el consumo.⁴⁸

Supone el derecho a un acceso digno y equitativo, sin menoscabo de los atributos esenciales del consumidor como ser humano, los que aparecen afectados no solo en razón de tratos discriminatorios o arbitrarios por parte de los empresarios, sino también cuando el aprovechamiento menoscabe la dignidad y equidad del público.

Se trata de asegurar al consumidor a través de las herramientas jurídicas de protección, que al procurar la abstención de los bienes y servicios aptos para la satisfacción de sus necesidades vitales, no se encuentre sometido a sacrificar atribuciones esenciales que hacen a su dignidad como ser humano.

Este Derecho lo recoge el Artículo 12 de la Ley No. 182 "Ley de Defensa de los Consumidores" inciso d) que hace referencia a que el consumidor debe recibir un trato equitativo y no abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios, lo que en la práctica no siempre sucede.

4.1.5 Derecho a la educación para el consumo.⁴⁹

La educación para el consumo es una primería media necesaria para lograr la concientización generalizada de la población sobre la trascendencia de su rol en el mercado, su situación en las relaciones con la empresa, derechos que le asisten y mecanismos para hacerlos valer.

El derecho a la educación del consumidor persigue la adquisición de conocimientos idóneos para actuar fuera de riesgos y peligros en el

⁴⁸ Íbid. Pág 46

⁴⁹ Íbid. Pág. 47

consumo de productos y servicios, con sentido crítico frente a las técnicas de publicidad y comercialización, atentos a las modalidades y condiciones de contratación e instruido y despierto para efectuar elecciones y afrontar la lucha de las situaciones cotidianas.

Este derecho se encuentra regulado por el artículo 12 inciso b) de la Ley de Defensa de los Consumidores y por el artículo 3 inciso b) y 45 del Reglamento de dicha ley.

4.2 Derechos sustanciales.⁵⁰

La efectivización de estos derechos, sin perjuicio de la incidencia directa de la función estatal, se concreta a través de las soluciones emergentes de normas de fondo: acciones preventivas, deberes pre contractuales, normas de control de publicidad, la comercialización y el contenido del contrato, régimen de garantías y responsabilidades.

4.2.1 Derecho a la seguridad.⁵¹

Este derecho básico sustancial es una prolongación hacia las figuras del consumidor y de las prerrogativas consagradas en los distintos ordenamientos constitucionales, que rodean la pretensión vital de garantía de la integridad psicofísica del género humano, desde su vida hasta la salud, incluyendo la salubridad del medio ambiente y la prevención de todo tipo de daños.

⁵⁰ *Ibíd.* Pág. 39 y 40.

⁵¹ *Ibíd.* Pág. 50.

4.2.3 Derecho a la vida, la salud e integridad.⁵²

La protección, frente a los riesgos para la salud y seguridad, dirigida a la tutela de la seguridad física de los consumidores debe adoptar medidas para garantizar que los productos sean adecuados para el uso al que se destinan, así mismo deben adoptarse políticas en virtud de las cuales, si un producto adolece de un defecto grave o constituye un peligro considerable, aún cuando se utilice en forma adecuada, los fabricantes y distribuidores deben retirarlos del mercado, también se debe facilitar a los consumidores instrucciones sobre el uso adecuado de los productos e información sobre los riesgos que éstos tengan.

Este derecho está consagrado en el Artículo 12 inciso a) de la Ley de Defensa de los Consumidores de Nicaragua que dice: *“Protección de la salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios”*.

Pues, los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores deberán ser tales que, utilizados en condiciones normales o previsibles, no presenten peligro para la salud y la seguridad de estos últimos, de ser así, los consumidores tendrían derecho a ser indemnizados por los daños que le causaren dichos productos o servicios.⁵³

4.2.4 Protección del Medio Ambiente.⁵⁴

La aspiración ecológica de los ciudadanos y sus derechos como consumidores se unen en una misma reivindicación por el mejoramiento de la calidad de vida, la que se ve amenazada por los efectos perversos de un

⁵² *Ibíd.* Pág. 51.

⁵³ Orúe Cruz José René, “Análisis sobre el régimen jurídico de protección al consumidor en Nicaragua”, Op. Cit. Pág. 27.

⁵⁴ Stiglitz, Gabriel A., Stiglitz, Rubén S., “**Derechos y Defensa del Consumidor**”, Op. Cit. Pág 52.

sistema económico de producción masiva y explotación irracional de los recursos naturales.

La protección del medio ambiente establecido como imperativo dentro del marco de los derechos de los consumidores es el resultado de un carente interés por parte de los mismos hacia el factor ecológico el que se traduce en la orientación de elecciones hacia productos menos nocivos para el medio ambiente.

Por ello, es necesario cumplir y hacer cumplir lo establecido en el Artículo 12 inciso i) de la Ley de Defensa de los Consumidores de Nicaragua que cita: "La preservación de un medio ambiente adecuado que garantice la conservación y desarrollo de los recursos naturales".

Según Orúe Cruz⁵⁵ con este derecho se sugiere a los gobiernos adoptar medidas sobre los plaguicidas y sustancias químicas con el fin de educar a los consumidores acerca del uso y almacenamiento de los mismos, pues de su actuar dependerá, el que se proteja debidamente el ambiente en el que el consumidor se mantiene, es decir, que los bienes ofertados no signifiquen riesgos a la seguridad y salud de los consumidores, al igual que no afecte el Medio Ambiente.

4.2.5 Derecho a la información.⁵⁶

La información es uno de los derechos básicos ya que versa sobre el adecuado conocimiento de las condiciones de la operación realizada, de sus derechos y obligaciones consiguientes y esencialmente de las características de los productos (calidad, composición, precio, fecha de

⁵⁵ Orúe Cruz José René "Análisis sobre el Régimen jurídico de Protección al Consumidor en Nicaragua", Op. Cit. Pág. 95.

⁵⁶ Stiglitz, Gabriel A., Stiglitz, Rubén S., "Derechos y Defensa del Consumidor", Op. Cit. Pág. 54.

vencimiento, riesgos por consumir o utilizar un producto, así como cualquier contraindicación) y servicios comercializados.

Es así que el deber de informar para satisfacer esta necesidad legítima de los consumidores, ya sea en etapa pre-contractual como en la fase de formalización y ejecución del contrato, corresponde en primer término a los empresarios, al Estado y a las propias organizaciones de consumidores, a través de los medios de comunicación y otros instrumentos de divulgación pública.

El artículo 12 inciso c) de la Ley de Defensa de los Consumidores de Nicaragua establece que al consumidor se le debe brindar una información veraz, oportuna, clara y adecuada sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado, es por ello que del cumplimiento de los deberes de información, depende la posibilidad concreta del consumidor de emplear los productos y servicios con plena seguridad y de modo satisfactorio para sus intereses económicos.

4.2.6 Derecho a la protección de los intereses económicos.⁵⁷

Este derecho tiene un contenido estrictamente patrimonial y está estrechamente ligado a la protección de calidad de los productos y servicios, a la vigencia de una verdadera justicia contractual y de un sistema de compensación efectiva en materia de reparación de daños.

El consumidor debe recibir asesoramiento y asistencia en materia de quejas y en caso de perjuicios sufridos debido a la compra o utilización de productos defectuosos o de servicios insuficientes, teniendo derecho a la

⁵⁷ Stiglitz, Gabriel A., Stiglitz, Rubén S., "Derechos y Defensa del Consumidor", Op. Cit. Pág. 55.

justa reparación de tales perjuicios mediante procedimientos rápidos, eficaces y pocos costosos⁵⁸.

El artículo 12 inciso e) de la Ley de Defensa de los Consumidores de Nicaragua establece que el consumidor tiene derecho a una reparación integral, oportuna y adecuada de los daños y perjuicios sufridos que sean responsabilidad del proveedor.

4.2.7 Calidad de productos y servicios.⁵⁹

Éste atañe al interés legítimo del consumidor en torno a que los mismos sean de acuerdo con su naturaleza y características, idóneos para satisfacer la finalidad a la que están destinados y llenar las expectativas y necesidades de los consumidores.

El Estado debe velar por que al consumidor se le brinde un máximo beneficio de sus recursos, exigiendo que los artículos satisfagan los requisitos normales de durabilidad, utilidad y fiabilidad y sean aptos para el fin que se destinan, así mismo el vendedor debe velar para que estos requisitos se cumplan y que los mismos recaudos rijan la prestación de servicios, también el Estado debe velar por que los empresarios cumplan con sus deberes en la etapa de ejecución de los contratos y en particular, de servicios domiciliarios.

4.2.8 Justicia contractual.⁶⁰

El imperativo de justicia contractual entre empresarios y consumidores, constituye otro de los componentes del derecho del consumidor a través de la protección de sus intereses económicos.

⁵⁸ Alcalá Díaz, María de los Ángeles, Roncero Sánchez, Antonio, "Derecho de Consumo", Op. Cit. Pág 20

⁵⁹ Stiglitz, Gabriel A., Stiglitz, Rubén S., "Derechos y Defensa del Consumidor", Op. Cit. Pág. 56.

⁶⁰ Ídem.

En la relación de consumo entre proveedor y usuario puede resultar frustrado el interés económico del consumidor ocasionado por deficiencias en la calidad de productos y servicios ya sea por motivos de prácticas informativas como publicitarias o de comercialización, cláusulas agresivas o abusivas en los contratos, así como empleo de técnicas de comercialización que restringen su libertad de contratar, condiciones generales abusivas en los contratos por adhesión que afectan la libertad contractual.

Todas estas situaciones son el resultado de una posición dominante del empresario que le permite imponerlas en virtud de la necesidad de los consumidores de acceder a los bienes y servicios obtenidos imprescindibles para la vida cotidiana.

La Ley de Defensa de los Consumidores en su artículo 21 y 22 regula lo relacionado a los contratos de adhesión en aras de proteger al consumidor estableciendo una serie de requisitos con los que se debe cumplir.

4.3 Derechos Instrumentales.⁶¹

No constituye un fin en sí mismo, pues no tienden a satisfacer directamente un interés del consumidor, sino a dotarles de mecanismos de implementación que le permitan ejercer efectivamente y hacer valer los derechos sustanciales.

4.3.1 Derecho a la organización.⁶²

Se trata de un interés ligado a la aptitud asociativa de los consumidores que es indispensable para la realización de sus derechos a través de un ajuste grupal, hacia la satisfacción de necesidades análogos, es decir, que las

⁶¹ *Ibíd.* Pág. 40

⁶² *Ibíd.* Pág. 61

asociaciones de consumidores establecen como principal objetivo el cumplimiento efectivo de todos los derechos de los consumidores.

Este derecho está contemplado en el artículo 12 incisos g) de la Ley de Defensa de los Consumidores de Nicaragua que establece que los consumidores tienen derecho de asociarse y constituir agrupaciones de consumidores.

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

4.3.2 Derecho de participación.⁶³

Los consumidores tienen derecho de participar, tanto individualmente como en organizaciones, reconociéndoseles una serie de prerrogativas relativas a su participación social, así mismo el derecho de estar representados ante la administración pública y ante los empresarios para actuar en los distintos ámbitos de discusión y decisión en torno a cuestiones que afectan los intereses de los consumidores.

A partir de lo anterior viene el derecho de expresar su opinión sobre distintas materias lo que significa ser destinatario de consulta en torno a ellas y ser efectivamente oído. Todo esto exige la creación de una autoridad administrativa fuerte, independiente y eficaz que atienda el interés de los consumidores.

⁶³ *Ibíd.* Pág. 62.

4.3.3 Derecho de acceso a la solución de conflictos.⁶⁴

Este derecho supone la recepción de asesoramiento y asistencia, la facilitación al acceso de la justicia, a la participación en instancias conciliatorias y en procedimientos judiciales administrativos y rápidos, justos y eficaces así como lo establece en el artículo 12 inciso h) de la Ley de Defensa de los Consumidores de Nicaragua que dice: “Acceder a los órganos administrativos y judiciales correspondientes para la protección de sus derechos y legítimos intereses”.

4.3.4 Asesoramiento y asistencia.⁶⁵

Aquí es necesario que los consumidores reciban información adecuada sobre los mecanismos instrumentales, como reclamaciones, procedimientos, organismos de aplicación, etc. a través de los cuales se puede hacer valer sus derechos sustanciales.

Por ello, el asesoramiento y asistencia de los órganos administrativos (Dirección de Defensa del Consumidor) y asociaciones privadas (Asociaciones Civiles de los Consumidores) constituyen un derecho esencial de los consumidores destinado a facilitar el ejercicio de sus derechos sustanciales.

5. Concepto de Electrodoméstico.

Un **Electrodoméstico** es una máquina o aparato eléctrico que nos permite realizar y agilizar algunas tareas domésticas de rutina diaria. Estos nos ayudan a preparar y cocinar nuestros alimentos, sirven para la limpieza del hogar y pueden ser utilizados por las instituciones, industrias, negocios, entre otros. Además de

⁶⁴ *Ibíd.* Pág. 63

⁶⁵ *Ídem.*

aquellos que preparan nuestros alimentos, también se consideran como electrodoméstico a nuestros televisores y equipos de sonido, pero estos pertenecen a otra línea.

Podemos clasificar a los electrodomésticos en tres líneas:

Línea Blanca.- Allí se incluyen a aquellos que sirven para la cocina, el lavado, la refrigeración y la ventilación.

Línea Marrón.- Los aparatos de televisión, vídeo y audio pertenecen a este rubro.

Pequeños Electrodomésticos.- Pertenecen a esta línea las batidoras y otros electrodomésticos menores que son utilizados en las cocinas, además de otros que usamos para nuestro cuidado personal.

Los electrodomésticos funcionan con energía eléctrica, abarcan un campo muy amplio que va desde una lavadora, un televisor o un teléfono móvil.

6. Concepto de Casa Comercial.

Es un local acreditado para el comercio de venta de bienes.

El Gallo más Gallo es una Casa Comercial, en la cual basamos nuestra investigación por el hecho de que en la actualidad la mayoría de la población adquiere bienes electrodomésticos por medio de éstas, sin saber cuáles son sus derechos que como consumidores el Estado protege.

El Gallo más Gallo está estructurado de la siguiente manera:

- Atención al Cliente.
- Gerencia.

- Cartera y Cobro.
- Digitadores (Administradores)
- Cajeros.
- Ventas (Garantías).

Contando con sucursales por todo el Departamento de Managua en: Ciudad Jardín, Las Américas, Zumen, Tipitapa, Bello Horizonte, Roberto Huembes, Multicentro Las Américas y Ciudad Sandino.

CAPÍTULO SEGUNDO

CONTRATOS

CONTENIDO

1. Concepto de contratos.
2. Clasificación de los contratos.
3. La libertad de contratar.
4. Elementos de la Autonomía de la voluntad.
5. Origen de los contratos de Adhesión.
6. Conceptos de contrato de Adhesión.
7. Naturaleza jurídica.
8. Características de los contratos de Adhesión
9. Requisitos de los contratos de Adhesión.
10. Problemática de los contratos de Adhesión.
11. Interpretación de los contratos de Adhesión.
12. Desventaja e inferioridad del consumidor.
13. Procedimiento administrativo sancionador.
14. La formación del contrato por adhesión.
15. El pagaré.
16. Análisis del contrato del GMG.

CAPITULO II

CONTRATOS DE ADHESIÓN

Ahora empezaremos a hablar de los contratos que usan las empresas comerciales en sus negociaciones mercantiles con los consumidores, por lo cual nos vemos en la necesidad de definir qué es un contrato, su clasificación, objeto, alcance y naturaleza jurídica, según nuestro marco legal vigente tanto en materia civil como mercantil, para después llegar a puntualizar los tipos de contrato que en concreto hacen las casas comerciales con los consumidores.

Empecemos esta labor definiendo los diferentes conceptos de contrato:

1. Conceptos de Contratos.

Según el Código Civil de Nicaragua en su artículo 2435 C⁶⁶. Expresa que el contrato **es un acuerdo de dos o más personas para constituir, regular o aclarar entre las mismas un vínculo jurídico**".

El profesor DÍEZ PICAZO⁶⁷ expresa que el contrato **"es todo acuerdo de voluntades por medio del cual los interesados se obligan"**.

Los contratos Mercantiles tienen en general las mismas características que los contratos civiles. En su gran mayoría son consensuales, su validez no depende de la observancia de formalidades o requisitos determinados, como en los contratos civiles, sino que cada uno se obliga en la manera y termino en que quiso obligarse.

⁶⁶ Código Civil de la República de Nicaragua. Tomo II. Editorial. Bitecsa. 2003.

⁶⁷ DÍEZ PICAZO, Fundamentos del derecho civil patrimonial I, pág. 122.

2. Clasificación de los Contratos.⁶⁸

- a- **Nominado**: porque es determinado de manera específica por la Ley.
- b- **Parcialmente Típico**: ya que se han dispuesto normas específicas que lo constituyen en un régimen jurídico específico.
- c- **Son atípicos**: porque carecen de reglamentación específica por tanto no son formas jurídicas modeladas por la ley, sino combinaciones de ellas o estructuras convencionales totalmente novedosas.
- d- **Consensual**: porque se perfeccionan por el simple consentimiento de los contratantes sobre los elementos esenciales del contrato sin que sea necesaria alguna formalidad o solemnidad.
- e- **Bilateral**: ya que genera obligaciones recíprocas por las partes.
- f- **Oneroso**: porque se genera una retribución monetaria del usuario al prestatario de servicio.
- g- **Formal**: porque se expresan las voluntades de manera escrita.
- h- **Por adhesión**: porque el usuario carece de la libertad de configuración, ya que debe adherirse a las condiciones y cláusulas predispuestas por el proveedor del servicio.
- i- **De consumo**: porque el titular es considerado como usuario final de los servicios que presta la entidad emisora, la que cumple con el papel de proveedor de servicios, conforme a la Ley de Defensa del Consumidor.

⁶⁸ Iván Escobar Fornos. Derecho de Obligaciones. Segunda Edición. Editorial. Bitecsa. 1996

- j- **De crédito:** porque el titular tiene que cumplir con el pago para la prestación del servicio.

2.1 Según el Código Civil:

- a- **Compraventa**⁶⁹: La compra y venta es un contrato por el cual una de las partes le confiere a la otra el dominio de cosas determinadas por un precio cierto.
- b- **Promesa de Venta**⁷⁰: Es un contrato que tiene por objeto la futura celebración de una compraventa. No es la venta misma, sino una promesa obligatoria de celebrar la compraventa.
- c- **Permuta**⁷¹: Es un contrato por el cual cada una de las partes se obliga a dar una cosa para recibir otra.
- d- **Donación entre vivos**⁷²: Es un acto por el cual una persona transfiere de su libre voluntad gratuitamente la propiedad de una cosa a otra persona que acepta.
- e- **Arrendamiento**⁷³: Se llama arrendamiento o locación el contrato por el cual dos partes se obligan recíprocamente, la una a conceder el uso o goce de una cosa, o a ejecutar una obra o a prestar un servicio; y la otra a pagar por este uso, goce, obra o servicio, un precio determinado y cierto.

⁶⁹ Código Civil de la República de Nicaragua, art. 2530 C.

⁷⁰ Código Civil de la República de Nicaragua, art. 2541 C.

⁷¹ Código Civil de la República de Nicaragua, art. 2748 C.

⁷² Código Civil de la República de Nicaragua, art. 2756 C.

⁷³ Código Civil de la República de Nicaragua, art. 2810 C.

- f- **Sociedad**⁷⁴: el contrato en virtud del cual los que pueden disponer libremente de sus bienes o industrias, ponen en común con otra u otras personas, esos bienes o industrias, o los unos y los otros juntamente con el fin de dividir entre sí el dominio de los bienes y las ganancias y pérdidas, que con ello se obtengan, o sólo las ganancias y pérdidas.

- g- **Mandato**⁷⁵: Es un contrato en virtud del cual una persona llamada mandante confía en otra llamada mandatario la gestión de uno o varios negocios que ejecuta por cuenta y riesgo del mandante.

- h- **Mutuo o préstamo de consumo**⁷⁶: habrá contrato de mutuo o préstamo de consumo, cuando una persona llamada mutuante entregué a otra llamada mutuario una cantidad de cosas que esta última está autorizada a consumir devolviéndole en el tiempo convenido, igual cantidad de cosas de la misma especie y calidad.

- i- **El comodato o préstamo de uso**⁷⁷: Cuando una de las partes entregue a la otra (llamada comodatario) alguna cosa no fungible, mueble o raíz, con facultades de usarla y la obligación de devolverla a la conclusión del contrato.

- j- **Del depósito**⁷⁸: En general es un acto por el cual se recibe la cosa ajena con la obligación de custodiarla y restituirla en especie, sin facultad de usarla ni a provecharse de ella.

⁷⁴ Código Civil de la República de Nicaragua, art. 3175 C.

⁷⁵ Código Civil de la República de Nicaragua, art. 3293 C.

⁷⁶ Ídem, art. 3390 C.

⁷⁷ Ídem, art. 3416 C.

⁷⁸ Ídem, art. 3449 C.

k- **Seguro**⁷⁹: es el contrato por el cual una persona se obliga mediante un premio, a responder de los riesgos y daños que por caso fortuito pueda sufrir la cosa de otro.

l- **Juego y apuesta**⁸⁰: El contrato de juego tendrá lugar cuando dos o mas personas entregándose al juego se obligan a pagar a la que ganare una suma de dinero, u otro objeto determinado.

De acuerdo con el artículo 3608 C, la apuesta sucederá cuando dos o más personas que son de una opinión contraria sobre cualquier materia, convinieren que aquella cuya opinión resultare fundada recibirá de la otra una suma de dinero, o cualquier otro objeto determinado.

m- **Renta Vitalicia**⁸¹: cuando alguien por una suma de dinero, o por una cosa apreciada en dinero, mueble o inmueble que otro le da, se obliga hacia una o muchas personas a pagarles una renta anual durante la vida de uno o muchos individuos designados en el contrato.

n- **Fianza**⁸²: Es una obligación accesoria en virtud de la cual una o mas personas responden de una obligación ajena, comprometiéndose para con el acreedor a cumplirla en todo o parte, si el deudor principal no la cumple. La fianza puede constituirse no sólo a favor del deudor principal, sino de otro fiador.

o- **Anticresis**⁸³: es un contrato por el que se entrega al acreedor una cosa raíz para que se pague con sus frutos.

⁷⁹ Código Civil de la República de Nicaragua, art. 3539 C.

⁸⁰ Ídem art. 3607 C.

⁸¹ Ídem, art. 3625 C.

⁸² Ídem, art. 3653 C.

⁸³ Ídem, art. 3899 C.

p- **De la Prenda**⁸⁴: el deudor puede asegurar el cumplimiento de su obligación entregando al acreedor o a quien le represente, algún objeto mueble para que le sirva de garantía.

La prenda es un contrato real y accesorio en virtud del cual el deudor entrega al acreedor la tenencia de un mueble para que le sirva de garantía real de su crédito y concede los derechos de persecución, retención y venta en caso de incumplimiento de la obligación.

q- **Hipoteca**⁸⁵: Es un derecho constituido sobre los bienes inmuebles o derechos reales del deudor o de un tercero en beneficio de un acreedor, para asegurar sobre los mismos el cumplimiento de una obligación.

3. La libertad de contratar.

La muy conocida "Autonomía de la voluntad," es uno de los principios de la libertad de contratar, ya que ofrece la posibilidad de hacer todo lo que no está prohibido; incluyendo el poder de contratar y el poder obligarse según se desee, siempre y cuando no se dañe la moral ni el orden público, que son conceptos abiertos de la autonomía de la voluntad.

Así mismo, en nuestro Código Civil⁸⁶ está consagrado en el artículo 2437, que "los contratantes pueden establecer los pactos, cláusulas y condiciones que tengan por conveniente, siempre que no sean contrarios a las leyes, a la moral, ni al orden público".

⁸⁴ Código Civil de la República de Nicaragua, art. 3728 C.

⁸⁵ Ídem, art. 3771 C.

⁸⁶ Código Civil de la República de Nicaragua, Bitesca, 2003.

Esto significa que no es simplemente un poder auto normativo entregado a particulares, sino que es un conjunto de leyes privadas y públicas; por lo que está limitado por normas razonables de contenido imperativo.

Esa libertad de contratación comprende la posibilidad para un sujeto de decidir libremente si va a concluir un contrato, con quien va a hacerlo y el establecimiento de su contenido. El contratante puede imponer su voluntad a otro, si está obligado por la necesidad de adherirse sin discusión, este contrato solo expresa la ley del más fuerte⁸⁷.

El contrato se relaciona también con la libertad contractual que permite hacer todo lo que no está prohibido y dentro de su ámbito se encuentra la actividad privada, que tiene su típica expresión en el negocio jurídico y se manifiesta en dos aspectos:

1. El de la libertad de contratar y el de establecer en el contrato las cláusulas, pactos y condiciones que estimen convenientes y
2. Las condiciones generales de los contratos, que son la máxima expresión de la autonomía de la voluntad para la parte contractual que las incluye y por lo contrario constituye una limitante de la misma, porque sin haberlas establecido tienen que aceptarlas sin opción a modificarlas o cambiarlas, lo que contiene el carácter de normativas mixtas⁸⁸.

La concepción actual del contrato es el convenio por el que se crea, extingue o modifican las relaciones jurídicas de naturaleza patrimonial y debe entenderse como los derechos y obligaciones disponibles dentro del derecho patrimonial, también se actúa en función de libertades propias de la empresa y productores, ahí prima la iniciativa privada y la libre competencia.

⁸⁷ Stiglitz Rubén y Gabriel "Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor".

⁸⁸ O'callaghan, Xavier. Control y requisitos de los contratos. 1994. Pág. 201.

4. Elementos de la autonomía de la voluntad.⁸⁹

- a) Soberanía de la voluntad: es la única que tiene el poder de comprometer a los individuos. Solo hay contrato cuando las partes lo han querido.

Únicamente se consideran como disposiciones de un contrato aquellas que aceptan los contratantes. Si la voluntad solo existe en apariencias no hay contrato. La soberanía de la voluntad significa que el contrato debe ejecutarse de conformidad con lo que han querido las partes. Así mismo, da amplia base a la existencia de los contratos innominados, que las partes pueden pactar sobre la base de este principio.

- b) La fuerza obligatoria de la voluntad: el contrato es ley entre las partes contratantes. (arts.1836 y 2479 C.)

De estos dos elementos se pueden deducir varias consecuencias:

- a) Aplicación de la responsabilidad contractual en caso de incumplimiento, especialmente culpable, del contrato.
- b) La voluntad unilateral no permite sustraerse a un contrato.
- c) Tampoco puede obligar a individuos que no han consentido en él.

Contratos de Adhesión.

5. Origen de los contratos de Adhesión.⁹⁰

La expresión *contrato de adhesión* fue empleada por primera vez por el jurista Francés Raymond Saleilles en su libro *De la Déclaration de volonté*, publicado en París en 1901, en donde los caracterizó como el contrato en el que hay un

⁸⁹ Bendaña Guerrero Guy, "Estudio de los contratos" 2001. Pág. 16

⁹⁰ Jiménez Serrano Pablo, "El Derecho del consumidor", Universidad de Sao Paulo, Brasil, 1998, pág. 25.

predominio exclusivo de una sola parte, la cual obra como una voluntad unilateral que dicta su Ley a una colectividad indeterminada y espera la adhesión de quienes esperan someterse al contrato.

El origen de los contratos de adhesión se relaciona estrechamente con la formación de la sociedad de consumo, fenómeno marcado por la gran empresa y la producción en serie de bienes y servicios.

A su vez, el tráfico de masa se ve estimulado por la ampliación del número de consumidores y éstos resultan influidos por la necesidad, a veces artificial, de adquirir los productos. En medio de este proceso resulta inevitable la tendencia a la uniformidad o estandarización, tanto en el aspecto de la producción como en la comercialización de los bienes.

El tráfico económico se convierte entonces en un tráfico de masa y queda superado el molde contractual de las negociaciones preparatorias y de la oportunidad para que las partes discutan y establezcan libremente el contenido a negociar.

La empresa por su parte se enfrenta a una contratación masiva que requiere otro ritmo, ideando la elaboración de contratos en serie, rígidos e invariables en su clausulado, aspecto que elimina el papel de la voluntad del consumidor en cuanto a la determinación del contenido de tales cláusulas.

El esquema contractual que de este modo se impone, no deja más opción al consumidor que aceptarlo en bloque o renunciar a los bienes y servicios objetos del negocio. Podríamos afirmar que la autonomía de la voluntad sigue vigente, en tanto es posible decidir entre contratar y no hacerlo; pero la libertad contractual queda limitada por este nuevo orden económico.

En efecto, el contrato de adhesión es un supuesto particular de desplazamiento del principio de libre contratación, que rompe por ello el modelo clásicamente individualista de formación del contrato.

Dicho de otra forma; tradicionalmente, el contenido contractual ha sido el producto de la libre discusión y debate de las partes, pero nunca la imposición de una de ellas a la otra.

Modernamente, la celeridad del tráfico contractual ha permitido que una de las partes, la más fuerte económicamente de la relación contractual, pueda elaborar unilateralmente el contenido del contrato, al cual la otra parte se adhiere en bloque, aceptando en forma general todas las estipulaciones o cláusulas.

6. Conceptos de contrato de Adhesión.

Desde un punto de vista lingüístico, "adhesión" deriva del verbo "adherir", que significa "convenir en un recurso o dictamen utilizado por la parte contraria". Por su parte, "convenir" significa "coincidencia de dos o más voluntades causando obligación".

"Adhesión" significaría coincidencia con lo expresado por otro; en tanto que desde el plano jurídico, la "adhesión" se ubicaría en la etapa de formación del contrato, cuando su contenido es establecido por iniciativa de una persona y adoptado por otra que limita su actividad a expresar su consentimiento.

De acuerdo con la Ley de Defensa del Consumidor. Ley 182⁹¹. "Se entiende por contrato de adhesión, aquel cuyas cláusulas se establecen unilateralmente por el proveedor de bienes o servicios sin que el consumidor pueda discutir o modificar sustancialmente su contenido al momento de contratar".

⁹¹ Ley 182. Gaceta No. 213. 1994. Art. 21

Según Guillermo Cabanellas⁹² contrato de adhesión "es aquel en el que una de las partes fija las condiciones uniformes para cuantos quieran luego participar en él, si existe mutuo acuerdo sobre la creación del vínculo dentro de las inflexibles cláusulas".

7. Naturaleza jurídica de los contratos de Adhesión.

La naturaleza jurídica de estos actos ha sido muy discutida, pues algunos autores consideran que en los mismos no existe libertad contractual, por lo que niegan que tengan el carácter de verdaderos contratos⁹³.

Si bien es cierto que en esta clase de contratos el acuerdo de voluntades se obtiene mediante el contrato elaborado unilateralmente por el proveedor y aceptado por el consumidor, sin que se otorgue a este último la posibilidad de discutir las cláusulas del contrato, no se debe desconocer que ambas voluntades concurren o, al menos, deben concurrir libremente, es decir, hay libertad para contratar o no, aunque no la haya para discutir los términos del contrato.

En este sentido pronuncia Deguit en sus transformaciones generales del Derecho privado, para quien no hay aquí dos voluntades, sino una sola voluntad que ha establecido un estado de hecho y otra voluntad se adhiere al mismo. Sin embargo, la mayoría de los tratadistas, como Planiol, Ripert, Esmein, Colin y Capitant, etc., Siguen sosteniendo que los contratos de adhesión son verdaderos contratos. En cuanto a la desigualdad entre las partes, ésta existe en todos los contratos, sean o no de adhesión.

⁹² Guillermo Cabanellas de Torres. Diccionario Jurídico Elemental. Editorial Heliasta. 1997.

⁹³ Bendaña-Guerrero, Guy. Estudio de los Contratos. 1ª. Edición. 2001.

8. Características de los contratos de Adhesión.

- a) La oferta tiene un carácter general y permanente, va dirigida a persona indeterminada y se mantiene por tiempo ilimitado o por cierto tiempo. Sin embargo, esta característica en modo alguno podría reputarse exclusiva de los contratos de adhesión, puesto que cualquier tipo de oferta, cuando no existe otro contratante determinado, podría presentar los mismos rasgos.

- b) La oferta emana de un contratante que tiene a su favor un monopolio de hecho o de derecho, o al menos, gran poder económico, bien sea por sus propias fuerzas o por unión con otras empresas análogas.

Esta característica, aunque sea común en este tipo de contratos, no puede tomarse como criterio de diferenciación, porque entonces habría que concluir que resulta de adhesión todo contrato en el que una de las partes sea económicamente poderosa, lo cual no es acertado.

- c) El objeto del contrato es la prestación de un servicio privado con utilidad pública, pretendido por todo el mundo y que solamente una persona determinada puede proporcionar.

No creemos que se pueda enunciar como una característica general de todos los contratos de adhesión, puesto que no siempre la empresa es la única que ofrece el producto o el servicio. En realidad se trata de una de las condiciones que propiciaron la existencia de este tipo de contratos, pero que no necesariamente se presenta en todos los casos.

- d) La oferta aparece bajo la forma de un contrato tipo, cuyas condiciones generales, cuidadosamente estudiadas, forman un conjunto que se presenta en bloque a los adherentes particulares; generalmente esos

contratos-tipos están impresos y comprenden numerosas cláusulas difíciles de comprender y aún de leer para los concedores del derecho.

Es claro que los contratos tipo constituyen una limitación a la libertad contractual en grado supremo, puesto que la determinación del contenido del negocio viene impuesto por una tercera voluntad que es ajena a la de los contratantes.

- e) El contrato comprende una serie de cláusulas establecidas, todas ellas, en exclusivo interés del oferente; unas sancionan con extremo el incumplimiento eventual del adherente, otras suprimen o limitan la responsabilidad contractual del oferente.

Esencialmente consiste en la presentación de un proyecto contractual redactado e impreso unilateralmente por una de las partes, que no se perfecciona por ese solo hecho sino que requiere la aceptación voluntaria por parte del adherente y hasta ese momento es que alcanza relevancia y validez jurídica.

9. Requisitos de los contratos de adhesión.

En nuestra Ley de defensa de los Consumidores se establece en su art. 22, que los contratos de adhesión deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- A) Estar escritos en idioma español: en comunidades indígenas que se expresan en lenguas autóctonas, el contrato deberá estar escrito en sus propias lenguas. Así dicho precepto guarda consonancia con nuestra Constitución Política, que en su art. 11, prevé que el idioma oficial es el español y de las lenguas de las comunidades de la Costa Atlántica.

B) Redactados en términos claros y sencillos: toda relación contractual presupone que exista el consentimiento de las partes. En este orden de ideas, ciertas disposiciones de nuestra Ley de Defensa del Consumidor imponen a los proponentes de contrato de adhesión la carga de redactarlos con claridad e imprimirlos de manera legible, para que puedan ser conocidos y entendidos por los adherentes, tanto en su lenguaje jurídico como económico.

Este requisito no es muy bien cumplido, ya que en la mayoría de los casos, lo dispuesto en estos contratos no es entendible para una persona común.

C) Legible a simple vista por una persona de visión normal: En el Reglamento a la Ley de Defensa del Consumidor se establece en el art. 99: "la redacción de estos contratos deberá ser realizada de forma clara y sencilla.

Se prohíbe en los contratos de adhesión la utilización de letras más pequeñas de las que pueden ser leídas a simple vista, por una persona de visión normal". Debido a que la tipografía y demás caracteres de los textos utilizados en contratos de consumo, así como en presupuestos, garantías y documentos de venta, porque pueden desalentar o dificultar su lectura por la famosa "letra china", o por el conocimiento de su contenido, con el eventual perjuicio que ello puede significar para los consumidores, pero la realidad es otra, debido a que este es uno de los métodos más utilizados por los empresarios, del cual se valen para que el consumidor no comprenda en realidad lo que está firmando.

D) No ser remitidos a textos o documentos que no se faciliten al consumidor, previa o simultáneamente a la celebración del contrato, cuando tales textos o documentos no sean del conocimiento público. En consecuencia el texto suscrito por el adherente puede remitir a otros documentos registrados o no, siempre y cuando, en palabras del legislador, "se faciliten al

consumidor previa o simultáneamente a la celebración del contrato de adhesión.” La manera más obvia de facilitar al adherente el documento respecto del cual existe la remisión es entregárselo en sus manos. Pero también es posible facilitárselo por otras vías, por ejemplo, electrónicamente.

A nuestro entender, consideramos que nuestra ley expresa de forma completa los requisitos que deben contener los contratos de adhesión, pero en la práctica lamentablemente muchos empresarios hacen caso omiso a los mismos, debido a que no existe un verdadero control y los recursos necesarios para realizar el efectivo cumplimiento de nuestra ley.

10. PROBLEMÁTICA DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN.

Con el auge que ha venido tomando la comercialización del comercio y de las actividades de producción a tal punto que pareciéramos tender hacia una cultura económica desprovista de fronteras, de nacionalidades y en ocasiones hasta de escrúpulos, la contratación por adhesión reasume su gran importancia y no hay solo que verlo en función de ser el contrato por excelencia, sino que constituye además, para bien o para mal, el esquema contractual que por necesidad debemos utilizar con vista hacia los tiempos actuales y por venir.

Sin embargo, la libertad contractual exige que ambas partes puedan negociar en situación de igualdad el contenido del contrato o, al menos que, este venga determinado por la libre competencia en el mercado. Pero ni los consumidores tienen ninguna posibilidad de negociar los contratos ni existe libre competencia sobre el contenido de las condiciones generales. Y ello es así porque los consumidores no están capacitados para comparar los formularios de los distintos empresarios, ni estos lo proporcionan.

Por ello son muchas las dificultades que presenta este tipo de contrato, muchos lo califican de ilegal porque en ellos no se respetan los derechos de la población, ya que se contrata en situaciones de desventaja donde los proveedores ofertan a precios exagerados, tasa de interés muy alta en casos de compras al crédito y se comercializan productos de mala calidad, lo que acarrea gran perjuicio para la economía de todos los ciudadanos.

En esencia la problemática que presentan los contratos de adhesión es en lo referente a la validez del consentimiento. Hasta en épocas recientes del derecho civil y Mercantil, entendían el consentimiento contractual como el resultado de una relación bilateral entre dos o más personas, las cuales llegaban a un entendimiento que se reflejaba en las cláusulas del contrato. Esta relación equilibrada se rompe con la aparición del contrato de adhesión, la compleja naturaleza Jurídica, técnica o científica, provoca evidentes desequilibrios contractuales ante su incuestionable validez observando objetivamente que:

- a) El consumidor, por lo general, por su entendible prisa de adquirir un bien o contratar un servicio, entrega importantes sumas de dinero, desconociendo totalmente las obligaciones y responsabilidades que están asumiendo; debido a que solo firman el documento sin revisarlo o estudiarlo previamente.
- b) Hay contractualmente, un número importante de exigencias y obligaciones para el consumidor y obligaciones mínimas para la parte pre disponente, por ejemplo, en la mayoría de estos contratos existe la incomprensible ausencia de multas para esta última (en caso de incumplimiento parcial o total).
- c) Las desproporciones contractuales también se manifiestan entre los medios en que dispone el consumidor normal ante el poderío informativo, organización humana idónea y técnicas avanzadas de las empresas. Todo

ello posibilita que los grupos poderosos agoten al consumidor en su reclamo, ejemplo de ello es la conocida mecánica de llevarlo de instancia a instancia, para que ante cualquier conflicto, finalmente agotado y desmoralizado, desista de su queja.

- d) Mientras que el vendedor podrá permitirse la contratación de expertos que lo asistan en la redacción del acto, puesto que distribuirá el costo de esas diligencias de asesoría en un número abundante de clientes y contratos, el consumidor casi nunca estará en condiciones de permitirse un gasto correlativo para obtener información clara e imparcial sobre las ofertas que existen en el mercado y encargar a un abogado.

Algunos sostienen que, cuando el contratante emite su declaración de voluntad; lo que hace con discernimiento, con intención, pero con una libertad viciada por la "presión" que ejerce el estipulante sobre el adherente a través de condiciones generales. Frente a este vicio en la libertad del adherente es que debe acudir el jurista y los jueces para brindar una protección legal basada en la existencia de tal vicio.

En una aceptación actual ha de entenderse que frente al acto voluntario realizado por el adherente se ejerció una suerte de violencia económica, una especie de presión psíquico-económica; una nueva violencia contractual, que tiene su origen en el desequilibrio de los contratantes y cuando es perjudicial, en los abusos, en los excesos de esa situación de preponderancia contractual debe ser objeto de nulidad.

11. Interpretación de los contratos de adhesión.

El alcance que se debe brindar a los actos jurídicos de los particulares y hasta la duda sobre existencia misma se resuelve a través de la interpretación, la cual es

fundamental, porque de ella depende la posterior calificación jurídica y los defectos que el ordenamiento asigna a la manifestación de la voluntad de las partes y consiste en la atribución de significado a un texto.

El punto esencial radica en que el juez a la hora de interpretar tiene que basarse en la voluntad común de las partes partiendo del contrato mismo y solo después acudir a otros recursos (doctrina, jurisprudencia etc.). Sin embargo algunos autores sostienen que en el contrato de adhesión no es posible interpretar una voluntad común, la cual es la del pre disponente.

Pero la forma de los contratos de adhesión, no ha dejado de manifestarse en el aspecto interpretativo, es allí entonces que la teoría las ha considerado de manera diferente, con principios aplicables distintos, destacándose los siguientes:

- a) Las cláusulas oscuras se interpretan contra el estipulante, lo cual se trata de una regla antigua y muy difundida, debido a que el contenido contractual se origina de una sola parte, atribuyéndose a esta la responsabilidad, ya que estaba en sus manos haberse expresado con mayor claridad.
- b) En caso de cláusulas que sobrecarguen unilateralmente a una de las partes, se apela de la buena fe, de manera que si se trata de una cláusula de no responsabilidad por defectos, ésta se tendrá por no puesta.

La interpretación típica de estos contratos no puede fundarse en singularidades o subjetivismos, pues las condiciones no se establecen para casos particulares y determinados, sino que configuran el fundamento contractual para un número grande e indeterminado de supuestos particulares. Por aplicación del principio de igualdad que debe regir en todo Estado de Derecho, las cláusulas que figuran en millares de contratos no deben recibir una interpretación distinta por el Juez que

debe aclarar su significado, lo cual tiene un sentido práctico, ya que no es posible que una misma cláusula reproducida en millares de ejemplares pueda dar lugar a una multiplicidad de procesos idénticos, pero con diversidad de soluciones, lo que sería incoherente y de gran desigualdad, ya que las cláusulas declaradas nulas seguirán apareciendo en los contratos de adhesión, sucediendo además que tanto estipulantes como adherentes ignoran la jurisprudencia y se creen obligados por dichos contratos y no por las decisiones judiciales .

12. Cláusulas vejatorias o abusivas en contratos de adhesión.

Dentro de la contratación contractual existen situaciones que la legislación individual de cada país debe plantearse a fin de buscar soluciones a los problemas que enfrentan a diario sus consumidores, estas son: ¿cuáles son las cláusulas abusivas?, y ¿cuál es la sanción aplicable a las mismas? Así que depende de la regulación individual que realicen los estados a fin de brindar, en vista de su desarrollo una protección eficaz a sus ciudadanos.

Es importante aclarar que nuestra legislación no contempla de manera específica una definición de cláusulas abusivas, solamente enuncia las cláusulas que serán consideradas nulas de pleno derecho. Por lo cual consideramos que el legislador debe incorporar una noción de las cláusulas abusivas para que la autoridad competente encargada de analizarlas y detectarlas en el contrato de adhesión pueda tomar como punto de partida los elementos contemplados en la ley y poder determinar si se está o no ante una cláusula abusiva y poder sustentarse y dar una resolución en el caso respectivo.

La doctrina entiende por cláusula abusiva “Aquella que se incluye en los contratos y es contraria a la buena fe y al justo equilibrio entre los derechos y obligaciones entre las partes (consumidor y proveedor) en perjuicio del consumidor y no ha sido negociado individualmente entre las dos partes”.

De mucho tiempo atrás data, en materia contractual, la denominación de cláusulas vejatorias que se establecen para hacer referencias a aquellas que generan un desequilibrio evidente en las prestaciones a cargo de las partes, y si bien pueden encontrarse en contratos de cualquier naturaleza, es en los contratos de adhesión que aparecen con mayor asiduidad por la característica propia de estos, relativa a las circunstancias de que sus condiciones son preestablecidas por una de las partes (el ofertante) y aceptados por la otra (el adherente).

Sobre las cláusulas vejatorias, gravosas o de carácter leonino como indistintamente se las identificó; en nuestros días su tratamiento tomó auge con la protección y defensa de los consumidores, usuarios y adherentes a las condiciones generales de contratación, empleándose la expresión cláusulas contractuales abusivas o simplemente cláusulas abusivas. Las cuales atentan contra los principios básicos de buena fe que deben regir en toda relación contractual dirigido al logro de un cabal equilibrio en las contraprestaciones a cargo de las partes. En esencia pueden considerarse cláusulas abusivas las que en alguna medida alteren el marco de la equidad contractual.

La existencia de esas cláusulas, evidencia la más grave lesión directa sobre los derechos del consumidor, sin contar las modalidades o prácticas comerciales que se generan gracias a ellas; por que al ser permitidas dan lugar a otros tipos de cláusulas abusivas (fraude, estafa, publicidad engañosa). Esa confusión permite enmascarar o eludir la responsabilidad contractual de los proveedores frente al consumidor y a la sociedad.

Dichas cláusulas se refieren a un ejercicio abusivo de la facultad de predisponer el contrato, que requiere vicios de legitimidad a través de la autonomía de la voluntad y de la libertad de configuración del contenido contractual, quedando desnaturalizado el sistema cuando el predisponente aprovecha su situación para desequilibrar la contratación mediante cláusulas leoninas o vejatorias, por ejemplo el acuerdo con las empresas proveedoras para formar un frente único ante el

consumidor, imposición a la parte débil de renunciaciones o exoneración de responsabilidad etc.

Sin embargo, nuestra Ley de Defensa del Consumidor pasa por alto que las cláusulas abusivas pueden tener un sin número de formas, y la enumeración que hace la ley de estas cláusulas es un poco corta, ya que por la modernidad del mercado se presentan una serie de situaciones no contempladas en dicho listado y de igual forma debe incorporarse una cláusula en blanco que determine situaciones generales como “y otras” o “entre otras”, por los cambios que puedan contemplarse en un futuro. Solamente enumera 6, según lo establecido en el art. 24, las cuales son:

- a) Modificación unilateral del contrato o la rescisión del mismo por parte del proveedor, en perjuicio del consumidor.
- b) Exoneración del proveedor de su responsabilidad civil, salvo que el consumidor caiga en incumplimiento del contrato.
- c) Fijación del término de prescripción inferior a lo establecido en el código civil.
- d) Limitar u obstaculizar el derecho de acción del consumidor contra el proveedor, o invertir la carga de la prueba en perjuicio del consumidor.
- e) Imposición obligatoria del arbitraje.
- f) Renuncia de los derechos del consumidor contenidos en la presente ley.

Pero la doctrina ha identificado algunas cláusulas que deberán ser siempre consideradas abusivas, estas son:

- ✓ La que limitan la responsabilidad del pre disponente y no lo hace responsable de desperfectos en el bien o en el mal servicio prestado, eximiéndose así de cualquier responsabilidad.
- ✓ La que trasladan los riesgos al consumidor.

- ✓ Las que restringen la facultad del adherente de oponer determinadas excepciones, como por ejemplo, las excepciones provenientes de caso fortuito o fuerza mayor, por las cuales el consumidor no pudo cumplir con su obligación.
- ✓ Las que invierten la carga de la prueba en perjuicio del consumidor, imponiéndole a este la obligación de acreditar circunstancias que muchas veces escapan de su control.
- ✓ Las que le permiten al pre disponente dar por terminado unilateralmente el contrato, esas naturalmente se presentan cuando el deudor no cumple con alguna de las obligaciones contraídas en el contrato que suscribió, pero no se le otorga esa misma facultad en caso que el acreedor incumpla de igual forma.
- ✓ La que prorrogan la competencia territorial de alguna autoridad, renunciando el consumidor expresamente a su domicilio y sujetándose al que elija el acreedor o proveedor.
- ✓ Las que establecen caducidades especiales, estableciendo términos de prescripción inferiores a los establecidos en la legislación.
- ✓ Las que permitan al pre disponente modificar unilateralmente alguna condición del contrato.
- ✓ Las que impone al adherente obligaciones accesorias, como los gastos de papelería y tramitación para adquirir un determinado bien o servicio.
- ✓ Las que le otorgan el carácter de exclusivo al contrato, obligando al consumidor a no celebrar contratos con otro proveedor que distribuya los mismos bienes o preste igual servicio.

Por tanto para determinar si una cláusula es abusiva es necesario analizar su contexto dentro del contrato de adhesión.

13. Desventaja e inferioridad del consumidor.⁹⁴

En el Gallo más Gallo como una poderosa empresa representan a quienes dirigen masivas negociaciones con los consumidores, iniciando las relaciones con éstos mediante ofertas publicitarias y concretándolas (en la mayoría de las celebraciones) adhiriéndolas a sus contratos pre-impresos en formularios⁹⁵.

Por lo que respecta al contenido íntegro de algunos contratos, sólo un instruido en la materia puede entenderlo o interpretarlo. Y si intentamos leerlo en forma pausada al momento de contratar, nos apremian los promotores (con cualquier excusa) para limitar el tiempo material de lectura con tal de lograr la aceptación firmada, ya que significa una mayor comisión de venta para ellos.

3.1 LOS CONSUMIDORES CARECEN DE FACULTAD NEGOCIADORA.⁹⁶

En primer lugar, las decisiones que adopta el consumidor están condicionadas por las modernas técnicas de mercadeo; pero además se enfrenta con la realidad que al contratar se encuentra con modelos impresos de contratos, los cuales contienen cláusulas de adhesión. Es decir, los denominados contratos injustos que contienen cláusulas que no permitirán tomar decisiones, donde tiene dos opciones: Acepta las disposiciones generales de contratación o se ve obligado a rechazarla.

Estas cláusulas establecen condiciones que benefician y protegen al empresario, en detrimento de los derechos del consumidor.

El consumidor se presenta solo y débil frente a los contratos por adhesión, con la única opción de aceptarlo sin posibilidad de discusión, caso contrario deberá

⁹⁴ Orúe Cruz José René. "Análisis sobre el régimen jurídico de protección al consumidor en Nicaragua". 2003

⁹⁵ <http://www.proconsumer.org.ar/capitulo9htm>, Dr. Marcelo Vencentini, "Contratos escritos de consumo y sus cláusulas abusivas", pág 2.

⁹⁶ Orúe Cruz José René, "Análisis sobre el Régimen Jurídico de protección al consumidor en Nicaragua", Managua, Nicaragua, Editorial Hispamer, 1ra Edición, 2003, Pág. 36.

declinar sin adherirse y perdiendo en la mayoría de los casos, la única posibilidad que le ofrece el mercado para poder adquirir un bien.

13.2 LOS CONSUMIDORES CARECEN DE FACULTAD DE APRECIACIÓN.⁹⁷

Esto significa que el consumidor no dispone, al momento de contratar, de la información técnica, de la formación profesional, de los conocimientos necesarios para analizar y determinar las calidades y características de los bienes y servicios que se ofrecen.

El consumidor no está en condiciones de juzgar o estudiar en la mayoría de los casos por sí mismo la idoneidad o inteligencia del contenido de los contratos, porque el que los suscribe pertenece lógicamente a un público masivo e inexperto, por ello los oferentes redactan las cláusulas de tal manera que le resulten intelectualmente imposibles de comprender cuáles serán sus obligaciones.

Por tanto no tiene capacidad para identificar los problemas que presentan los productos y servicios que son dañinos.

14. Procedimiento administrativo sancionador.⁹⁸

El consumidor tiene la opción de que en caso de violación de sus derechos por cualquier proveedor de bienes y servicios puede acudir a presentar su reclamo ante este dentro de un plazo de quince días a la fecha de recepción del bien o dentro de treinta días cuando se trate de un servicio, el proveedor deberá dar respuesta al reclamo en un plazo que no exceda de diez días (LDC, art. 32). Si el proveedor da contestación no favorable al consumidor, este tiene la posibilidad de

⁹⁷ *Ibíd.* Pág. 37.

⁹⁸ Ver anexo No. 5

acudir ante el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), quien intervendrá para hacer valer sus derechos (art. 33 LDC).

Una vez interpuesta la demanda o denuncia, ya sea de forma verbal o escrita (usualmente en la práctica esta debe ser presentada por escrito), el funcionario notificará a la parte que corresponda el reclamo presentado, para que dentro del término de 48 horas después de notificado este acuda a dicha institución para contestar demanda y acudir a trámite conciliatorio (art.17 RLDC). Si el demandado no comparece por si o por representante en el término establecido, ni contesta la demanda, se le citará por segunda vez en la forma correspondiente. En caso de que no comparezca ni conteste demanda en la segunda citación, se le tendrá por confeso y se dictará la resolución que corresponda.

Concurriendo las partes a trámite conciliatorio, si estas llegan a un acuerdo quedará constancia en un acta firmada por las partes del proceso y en caso de que no lleguen a ningún acuerdo el funcionario de la DDC procederá a abrir inmediatamente a pruebas el caso, notificando a las partes en un plazo de veinticuatro horas.

Se presentan pruebas en un plazo de ocho días, el funcionario tiene la facultad de solicitar mayor información a las partes o a terceros para mejor proveer, debiendo fallar a los tres días de vencido el término.

En caso de que una de las partes apele debe acudir ante el MIFIC en un plazo de dos días a partir de la notificación, disponiendo dicho funcionario de tres días para fallar (LCD art.34). Esta resolución agota la vía administrativa.

La LCD, por medio del art.24 inc. e) deja abierta la posibilidad de que las partes recurran al arbitraje.

15. La formación del contrato por adhesión.

Una de las notas salientes de los contratos por adhesión, está referida a su formación. Si bien es cierto que nos hallamos en presencia de una declaración de voluntad común destinada a reglar los derechos de las partes y que se manifiesta por medio de una oferta y de una aceptación, el esquema predispuesto o formulario impreso de oferta tiene un destinatario genérico: el público consumidor o usuario, y no va dirigido a persona determinada. Sirve a una pluralidad indeterminada de personas y recién se individualiza con el perfeccionamiento de cada contrato particular⁹⁹.

Ocurre que el consumidor o usuario adhiere un esquema contractual que le llega predeterminado. Y lo hace a través de una manifestación de voluntad particular y concluyente, que se traduce a una oferta. De tal manera que esta parte de adherente, quien propone contratar sobre la base de las condiciones generales predispuestas por el profesional o empresario, quien a pesar de que la oferta es soportada por un formulario de cuyo contenido es su autor exclusivo, se reserva el derecho de aceptarla, en consideración a las condiciones específicas que le son ofrecidas.

Pero hay que tomar en cuenta que la doctrina señala deberes que debe cumplir el empresario en esta etapa de formación del contrato como:

- a) Existen numerosas disposiciones que imponen a los empresarios la obligación de suministrar a la otra parte contratante cierta información cuando llevan a cabo su oferta de contrato. Es decir, se imponen lo que le suele denominarse deberes precontractuales de información. La imposición de estos deberes tiene como fin garantizar que el adquirente de bienes y servicios va a contar con los datos suficientes para poder comparar las

⁹⁹ Stiglitz, R. S y Stiglitz G. A. "El Control de las cláusulas contractuales predispuestas en el proyecto de unificación de la legislación Civil y comercial. Revista de Derecho del Consumidor. 2000. Pág. 2 "

distintas alternativas que le ofrece el mercado y optar por la que mejor le convenga.

- b) Este precepto, que impone el carácter vinculante de la información suministrada, está dirigido a evitar que el consumidor resulte defraudado a consecuencia del incumplimiento por su contratante de las condiciones ofrecida o anunciadas en la publicidad.

De lo expuesto surgen las siguientes etapas que integran el íter formativo¹⁰⁰:

- a) El pre disponente provee una solicitud de propuesta, ya impresa, reservándose, el derecho de aceptar o no.
- b) El consumidor o usuario, oferente o adherente, con la propuesta inicia el íter formativo, pues con ella emite su declaración de voluntad, dirigida a comenzar la formación definitiva del contrato.
- c) La aceptación por el pre disponente, hace perfecto el contrato. Lo expresado presupone que el consumidor ha adherido el texto de las condiciones generales predispuestas. Y si el contrato se alcanza a perfeccionar es porque el profesional o empresario, acepta la oferta en su plenitud, lo que incluye las condiciones particulares, que es donde se consignan los elementos específicos de la relación singular.

Cabe mencionar que, aunque la Ley de Defensa del Consumidor estipule cuáles pueden señalarse como cláusulas abusivas, ni ésta ni su reglamento contienen normas que sancionen las prácticas abusivas permitiendo que los proveedores puedan realizar modificaciones.

¹⁰⁰ Stiglitz, Gabriel. Defensa de los Consumidores de productos y servicios. Editorial la Rocca. 1994

16. El pagaré

Es una promesa escrita de pagar cierta cantidad de dinero a determinada persona o a su orden, en el plazo que se establezca, transmisible por endoso y que confiere al titular legítimo el derecho incondicional de hacerse pagar una suma determinada en dinero por el emisor, llamado suscriptor.

Este instrumento de crédito se ha convertido en una herramienta importante para las transacciones comerciales, al momento de adquirir el bien electrodoméstico.

El pagaré a la orden deberá contener¹⁰¹:

1. La denominación de pagaré a la orden escrita en el texto mismo y expresado en el idioma empleado en la redacción del título.
2. La promesa incondicionada de pagar una cantidad determinada de dinero;
3. La indicación del vencimiento;
4. La indicación del lugar en que debe efectuarse el pago;
5. El nombre de la persona a quien o a la orden de quien debe hacerse el pago;
6. La indicación de la fecha y el lugar en que se suscriba el pagaré; y
7. La firma de la persona que expide el pagaré (suscriptor), o de la persona que lo haga en su representación.

17. Análisis del contrato de Mutuo con Prenda Comercial del "Gallo más Gallo."¹⁰²

Al analizar este contrato se reflejan las cláusulas que tienden a violentar el derecho de los consumidores y usuarios de la Casa comercial "El Gallo más Gallo". Los parámetros que se siguieron para el análisis de los mismos fueron: en

¹⁰¹ Ley General de Títulos Valores, art. 175.

¹⁰² Ver Anexo No.7

1er lugar, la Constitución Política de Nicaragua y en 2do. Lugar la Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores.

Como se ha mencionado anteriormente los contratos formulados por las Casas comerciales son contratos de adhesión, en donde la parte predominante redacta las cláusulas del contrato limitándose el consumidor a adherirse al mismo o bien a rechazarlo.

En este contrato la parte predominante es la Casa Comercial "El Gallo más Gallo," (GMG FINANZAS NICARAGUA, S.A.) y la parte adherente es cualquier ciudadano mayor de edad que esté interesado en adquirir un bien electrodoméstico en esta Casa comercial.

El formulario pre-elaborado por el GMG y que presenta al usuario para su aceptación sin modificación o discusión, consta de 10 cláusulas, pero solo se analizarán las que sean abusivas a los derechos del consumidor.

En la 3r. Cláusula se habla de que si el deudor faltare a uno de los pagos en la fechas señalas o en el incumplimiento de sus obligaciones. El acreedor podrá dar por vencido el presente contrato y exigir de inmediato el pago de todo lo adeudado, que se resolverá de pleno derecho sin necesidad de requerimiento alguno, judicial o extrajudicial.

Esta es una cláusula compromisoria y a la vez abusiva porque el cliente no tiene opción de discutir ninguna condición y a la vez el proveedor está en plena facultad de rescindir del contrato sin necesidad de notificar al cliente, pasando por alto el artículo 24 inciso a) de la Ley de Defensa de los consumidores, Ley 182 "No producen ningún efecto las cláusulas de un contrato cuando en ellas se establezca alguna de las siguientes circunstancias: a) Modificación unilateral del contrato o rescisión del mismo por parte del proveedor, en perjuicio del consumidor."

La 4ta cláusula es abusiva, estipulando, que en caso de pérdida y deterioro de los bienes dados en prenda, El deudor se compromete a restituir la garantía con otro bien de igual o mayor valor a juicio de El Acreedor. Si por cualquier causa El deudor no pudiere cumplir con lo anteriormente enunciado, El acreedor podrá dar por terminado el plazo pactado y exigir lo adeudado de inmediato.

El artículo 23 de la Ley de Defensa de los consumidores estipula "Las cláusulas de los contratos serán interpretados del modo más favorable al consumidor."

En la cláusula 8va. Referida a las renunciaciones, se establece a todo lo que renuncia el consumidor, entre las que están:

- *A su domicilio,*
- *Al derecho de ser notificado de la cesión de este crédito,*
- *A toda excepción proveniente del caso fortuito o fuerza mayor,*
- *Derecho de ser intimado o requerido judicial o extrajudicialmente para incurrir en mora,*
- *Al depósito o administración de los bienes que se prendaron en la garantía del préstamo,*
- *Al derecho de discutir en la vía ordinaria los derechos que le pudieren asistir a causa de la ejecución,*
- *Al derecho de apelar del acta de subasta en caso de remate a un tercero,*
- *Al derecho de pedir liquidación previa para que este crédito pueda ejecutarse,*

Todo esto es contrario a lo que señala el incisos b y f del artículo 24 de la Ley de Defensa de los Consumidores, el cual dice "No producen ningún efecto las cláusulas de un contrato cuando en ellas se establezca alguna de las siguientes circunstancias: b) Exoneración del proveedor de su responsabilidad civil; salvo que el consumidor caiga en incumplimiento del contrato, f) Renuncia a los derechos del consumidor contenidos en la presente Ley."

CAPÍTULO TERCERO

DESEMPEÑO DEL MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO

CONTENIDO

1. El estado como ente protector de los consumidores.
2. Dirección de Defensa del Consumidor.
3. Origen de la DDC.
4. Estructura de la DDC.
5. Procedimiento administrativo de la Ley 182.

CAPÍTULO 3

DESEMPEÑO DEL MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO.

Al tenor de la Ley 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimiento del Poder Ejecutivo, se crea la Dirección de Defensa del Consumidor bajo la tutela del Ministerio de fomento, Industria y Comercio, MIFIC. La Dirección de Defensa del Consumidor es la instancia encargada de velar y hacer cumplir la Ley 182 y su respectivo Reglamento

1. EL ESTADO COMO ENTE PROTECTOR DE LOS CONSUMIDORES.

MIFIC.

Ministerio del Estado creado por la Ley 290 “Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo” publicada en La Gaceta Diario Oficial No. 102 del 3 de junio de 1998, reformada mediante Ley 612 “**Ley de Reforma y Adición a la Ley No. 290, Ley De Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo**”, publicada en La Gaceta No. 20 del 29 de enero del 2007. Una de las principales metas de este Ministerio es contribuir al desarrollo integral de Nicaragua mediante la formulación e implementación de políticas que contribuyan al incremento sostenible de la actividad productiva y empresarial del país y por ende al bienestar de los nicaragüenses.

Funciones principales son:

- a) Promover el acceso a mercados externos y una mejor inserción en la economía internacional, a través de la negociación y administración de convenios internacionales, en el ámbito de comercio e inversión;
- b) Promover la eficiencia, defender los derechos del consumidor en todos los mercados internos de bienes y servicios. Organizar, dirigir y supervisar los sistemas nacionales de normalización y metrología;

c) Apoyar al sector privado para que aproveche las oportunidades en los mercados internacionales, así como promover y facilitar la inversión en la economía del país, tanto nacional como extranjero, con énfasis en los mercados de exportación.

d) Administrar el Registro de la Propiedad Industrial e Intelectual;

e) Impulsar la productividad, eficiencia y competitividad de cadenas y enjambres intersectoriales, la industria y otros sectores no agropecuarios, apoyándose en el desarrollo, transferencia de la tecnología y la capacitación gerencial con énfasis en la pequeña y mediana empresa.

2. DIRECCION DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR.

3. ORIGEN DE LA DDC.

En el período de administración revolucionaria, donde existía un comercio y abastecimiento de los productos de primera necesidad (canasta básica) controlado por el Estado, fue creada por la Junta de Reconstrucción Nacional, a través del Decreto 323, la **Ley de Defensa del Consumidor**, la cual facultaba al Ministerio de Comercio Interior (MICOIN), para regular los precios de venta de bienes y servicios, estableciendo un departamento de control de precios que publicará periódicamente la lista oficial de artículos, bienes y servicios con sus correspondientes precios.¹⁰³

En 1984 por medio del Decreto No. 1466, **Ley de Defensa de los Consumidores**, se facultó a una delegación del MICOIN y de la Policía Sandinista en conjunto o indistintamente, a aplicar las sanciones administrativas a los infractores de la presente ley de conformidad con el procedimiento establecido en el Reglamento a esta Ley, cuando por conocimiento propio o por denuncia de los ciudadanos

¹⁰³ Diario Oficial La Gaceta No. 50 del 28 de febrero de 1980. Decreto No. 323. "**Ley de Defensa de los Consumidores**". Arto. 1 y 2.

comprobaren la violación de las disposiciones señaladas.¹⁰⁴ También MICOIN fue facultado por la Ley No. 9, **Ley de Regulación del Comercio y Defensa de los Consumidores**, en su artículo 1, para que fije los precios de los bienes básicos que sean necesarios e indispensables para el consumo popular y publicar periódicamente la lista oficial con sus correspondientes precios de venta oficial y a aplicarles sanciones a los infractores de la presente ley.

Por medio del Decreto No. 150, **Ley Creadora del Registro de los Consumidores**, se creó el Registro de los Consumidores (Arto. 1), y su reglamento, el cual establece que éste es la dependencia administrativa que dependería orgánica y estructuralmente del MICOIN.

El 27 de enero de 1986, por el Decreto No. 151, fue creada la **Ley del Inspector Comercial de Comercio Interior**, en la cual a través de su arto. 1 se creó la Inspectoría Popular, la que estaba a cargo de los Inspectores Populares de Comercio, cuya función era la vigilancia y control del comercio. En el Reglamento a esta ley publicado en La Gaceta No. 150 del 17 de Julio de 1986 encontramos, que una de sus funciones era la de "supervisar el cumplimiento de la política oficial de precios de los productos de consumo popular, así como el abastecimiento y distribución de los establecimientos de comercio y su forma de venta al público consumidor". otras funciones de los inspectores eran "Investigar las denuncias expuestas por los sectores afectados sobre infracciones a las leyes de comercio" y "Realizar periódicamente encuestas públicas promovidas MICOIN, sobre políticas de precios, distribución y comercialización de los productos, así como las sanciones que se imponen a quienes infrinjan la ley", constituyendo estos enunciados verdaderos precedentes de la DDC Y MIFIC.

Posteriormente en 1993, bajo la administración del gobierno de la Sra. Violeta Barrios de Chamorro, se dan los indicios de una oficina que atienda las demandas

¹⁰⁴ Diario Oficial La Gaceta No. 129 del 3 de julio de 1984. Decreto No. 1466. "**Ley de Defensa de los Consumidores**". Artos 7- 10.

de los consumidores, surgiendo la Oficina de Protección al Consumidor (OPC), la cual fue creada por el Ministerio de Economía y Desarrollo, para algún reclamo de consumidores que se presentaran al Ministerio.

El 3 de marzo de 1994 fue presentada ante el Presidente de la Asamblea Nacional, por la Bancada del Partido Social Cristiano, conformada en ese entonces por los diputados Cairo Manuel López, Luisa del Carmen Larios, Armando Zambrana y Azucena Ferrey, una iniciativa de "Ley de Defensa de los Consumidores", la cual constaba de 34 artículos. Ésta en su artículo 14 ya hacía referencias a la Dirección de Defensa del Consumidor, denominándola Oficinas y Servicios de Información al Consumidor o Usuarios. Este proyecto de ley fue enviado a la Comisión de Producción, Distribución y Consumo de la Asamblea Nacional quienes dictaminaron favorablemente el mismo, pues no se oponía a la Constitución Política ni a las leyes y estaba de acuerdo a lo establecido en la misma, siendo aprobada por el Plenario de la Asamblea Nacional la "**Ley de Defensa de los Consumidores**" Ley 182 y Publicada en La Gaceta No. 213, del 14 de noviembre de 1994.

En este mismo sentido, en 1995 se crea la Dirección de Derechos del Consumidor (DDC), fundamentado en la Ley de Defensa de los Consumidores, nombre también dado por el Ministerio de Economía y Desarrollo.

En marzo de 1997, la Oficina de Protección al Consumidor (OPC) se subordina a la Dirección de Derechos del Consumidor (DDC) y ésta última responde a la Dirección General de Comercio Interno (DGCI).

En septiembre de 1998 a través de la Ley 290, la DGCI se convierte en la Dirección General de Competencia y Transparencia en los Mercados (DGCTM) y la DDC se convierte en la **DIRECCIÓN DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR**, definiéndola como la instancia encargada de velar y hacer cumplir lo estatuido en la Ley 182 y en su Reglamento, según el arto. 4 del Reglamento a la misma Ley,

el cual textualmente reza: "La Dirección de Defensa del Consumidor DDC, creada en virtud de la Ley 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos al Poder Ejecutivo y del arto. 115 de su Reglamento, será la Instancia del Ministerio de Fomento Industria y Comercio, encargada de velar y hacer cumplir lo estatuido en la Ley 182 y en el presente reglamento."

El arto. 41 de la Ley 182 expresamente, establece que 6 meses después de la entrada en vigencia de la misma, el Presidente de la República tenía que dictar y publicar su Reglamento, pero ésta nunca lo hizo, luego entró en vigencia la reforma constitucional de 1995, según la cual, cuando han transcurrido 60 días sin dictarse el reglamento y así lo ha encomendado la Asamblea Nacional, esta última recobrará la potestad reglamentaria, por esta razón la Asamblea Nacional fue la que dictó el reglamento a la Ley 182 a los doce días del mes de mayo de 1999.

4. FUNCIONES Y FACULTADES DE LA DDC

Las funciones de la DDC se encuentran establecidas de manera general en diversos marcos legales, siendo éstos el Reglamento de la Ley 290 y el Reglamento de la Ley 182 en su arto. 6, y existe una normativa interna que define funciones específicas para cada uno de los Departamentos de la Dirección de Defensa al Consumidor, las cuales desarrollaremos ampliamente al señalar la estructura en que está organizada esta Dirección.

Funciones establecidas por el Reglamento de la Ley 290 "Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo" en su arto. 115 y el arto. 6 del Reglamento de la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores".

- 1 *Diseñar e implementar planes de capacitación para orientar a la población en el ámbito nacional, sobre los derechos y deberes de los consumidores, así*

mismo el art. 6 de la Ley 182 en su inciso g, establece como función de la DDC, procurar el desarrollo e implementación de los programas de educación e información para beneficio de los consumidores.

La capacitación a la población referente a sus derechos como consumidores, se realiza por medio del Departamento de Divulgación y Educación al Consumidor, a través de capacitaciones y con campañas educativas a los consumidores en algunos departamentos en coordinación con las asociaciones de los consumidores. Debido al poco presupuesto existente para esta tarea, las capacitaciones son escasas.

2 Administrar la Ley y Reglamento de Defensa del Consumidor, conocer y resolver denuncias y quejas de los consumidores. Esta función la encontramos contenida y ampliada en los incisos b y d, del art. 6 del Reglamento a la Ley 182.

La administración de la Ley 182 y su reglamento por delegación del MIFIC la realiza la DDC a través de sus cuatro departamentos, el de Asuntos del Consumidor, Verificación y Control, Instrucción de Procesos y el de Divulgación y Educación al consumidor.

En cuanto al conocimiento, resolución de las denuncia y quejas de los consumidores, esta tarea la lleva a cabo el departamento de Asuntos del Consumidor, quien se encarga de recepcionarlas y al Departamento de Instrucción de Procesos, le corresponde la tramitación del proceso en general, una vez llevado a cabo éste, el expediente se le entrega al Director de la DDC para que emita la resolución correspondiente, las cuales según el art. 122 del Reglamento a la Ley 182, debidamente certificadas tienen carácter de presunción en la vía judicial.

3 Mantener coordinación en el ámbito municipal, a fin de obtener apoyo para las actividades de defensa de los consumidores.

La DDC, actualmente no tiene presencia en ninguna de las municipalidades, excepto en la Capital, lo cual dificulta el trabajo de las asociaciones de consumidores en los departamentos en donde existen, pues sus gestiones deben dirigirlas hasta la sede de Managua, viniendo a incrementar el problema de retardación de justicia que existe en nuestro país. Sus actividades, la DDC las realiza a través de éstas, ya que ellas son las que reciben los reclamos. En los lugares donde no existen los consumidores se encuentran en total indefensión, a menos que el afectado realice sus propias gestiones ante la DDC Managua. En algunos casos existen grupos que aglutinan a los consumidores, pero que no gozan de personería jurídica, por lo tanto no los pueden representar ante la DDC.

4 Mantener coordinación con las asociaciones u organizaciones de consumidores, a fin de facilitar el cumplimiento de la Ley. Igualmente están contenidas estas funciones en la Ley, en su art. 6 inciso f.

La DDC trabaja en coordinación con las asociaciones en la defensa de los derechos de los consumidores, en el sentido de atender las demandas y denuncia de éstos, cuando el reclamo no se resuelve por las gestiones realizadas ante la Empresa prestadora de servicio o ente regulador.

En cuanto a las capacitaciones, la DDC trabaja en coordinación con las asociaciones de consumidores, quienes convocan a sus asociados y a la población, para la realización de las mismas, y una vez preparadas las condiciones de local, etc., la DDC las imparte y supe el material didáctico para las mismas. Debido al poco presupuesto existente, las capacitaciones que se brindan son muy pocas.

5 *Elaborar propuestas de políticas de programas de trabajo anuales para el logro de sus objetivos, en concordancia con esta función, encontramos los incisos K) y L) del art. 6 de la Ley, que establecen la elaboración de los procedimientos administrativos que sean necesarios para el desarrollo de sus funciones, así como recomendar nuevos instrumentos legales y administrativos que se consideren necesarios para mejorar la calidad de los bienes y servicios en el país.*

En este sentido la DDC ha elaborado algunas normativas a nivel interno para el desarrollo de las funciones de cada Departamento.

6 *Establecer un registro de las asociaciones de consumidores sin fines de lucro, así como controlar la ejecución de los fondos que otorga el Ministerio, conforme el art. 40 de la Ley.*

Existe un sistema computarizado, a través del cual se lleva un registro de las asociaciones con los datos de sus orígenes y la información general de sus asociados.

7 *Promover entre las partes un avenimiento a través del procedimiento establecido en el capítulo IV del presente reglamento.*

El Departamento de Instrucción de Proceso, es el encargado de llevar a las partes a un trámite conciliatorio, el cual en caso de lograrse, es beneficioso tanto para las partes como para la institución, porque éste da fin al caso.

8 *Realizar inspecciones a los proveedores a través de sus funcionarios debidamente acreditados. Estas inspecciones podrán ser realizadas de oficio, por queja o por denuncia de los consumidores.*

Con las visitas periódicas que la DDC realiza, a través del departamento de Verificación y Control, a los diferentes mercados y supermercados, se hace un control de los precios de los productos de la canasta básica y de los fármacos en las distribuidoras y farmacias.

El Departamento de Asuntos al Consumidor, lleva una base de datos, donde se encuentran los precios de todos los medicamentos, manteniendo periódicamente la autorización por el deslizamiento de la moneda, de esta manera le informa al Departamento de Verificación y Control, si existe alguna variante en precios de medicamentos o por prestaciones de servicios.

En la actualidad no existen visitas periódicas a las casas comerciales, solamente se hacen visitas por parte del MINSA y del MITRAB.

9 Para efectos de resolver las causas que ante ésta se interpongan, la DDC podrá auxiliarse de expertos para realizar peritajes.

Durante el desarrollo del proceso, en la etapa probatoria, el Departamento de Instrucción de Proceso, se auxilia de Peritos, para la valoración de la prueba en caso de que haya dudas o inconformidad de las partes. Este peritaje, se puede realizar de oficio o a solicitud de parte.

10 Solicitar la colaboración de otras instituciones, para el desempeño de sus funciones.

En caso que sea necesario, el auxilio o coordinación con otras instituciones, para dictar la resolución final, la DDC, se auxilia de Instituciones como el MINSA, la Policía y otras.

El Reglamento establece en su arto. 113 Inc 3) que es función de la Dirección General de Competencia y Transparencia en los Mercados, administrar la

aplicación de la política y legislación en materia de promoción de la competencia y defensa del consumidor, también el inciso 5) refiere, que otra función es apoyar y aplicar la legislación en esta materia, también corresponde al Ministerio de Fomento, Industria y Comercio MIFIC, defender los Derechos del consumidor en todos los mercados internos de bienes y servicios según el arto. 22 inciso b) de la Ley 290.

11 Recomendar nuevos instrumentos legales y administrativos que se consideren necesario para mejorar la calidad de los bienes y servicios en el país.

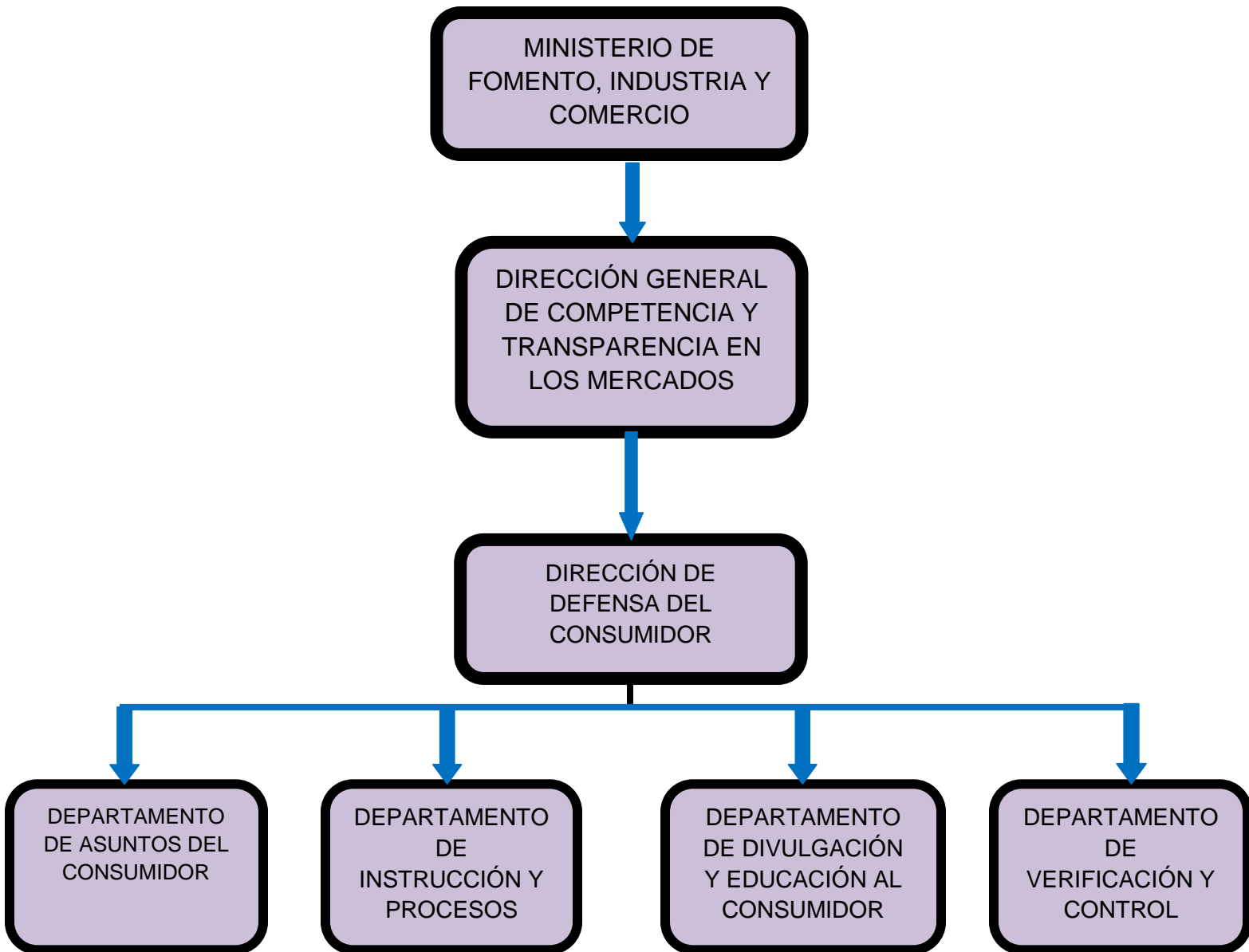
12 Todas las funciones complementarias para el logro de sus objetivos.

5. ESTRUCTURA DE LA DDC.

Para su funcionamiento la DDC está estructurada en cuatro Departamentos:

1. Departamento de Asuntos del Consumidor,
2. Departamento de Instrucción y Proceso,
3. Departamento de Divulgación y Atención al Consumidor,
4. Departamento de Verificación y Control.

ESTRUCTURA DE LA DIRECCIÓN DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR



5.1 Departamento de Asuntos del Consumidor.

La Dirección de Defensa del Consumidor actualmente cuenta con 18 funcionarios públicos, de estos el 50% son abogados, el resto de ellos es personal administrativo, tales como administrador de empresas, economistas, educadores, estadígrafos, técnicos medios y personal de apoyo.¹⁰⁵

Entre las principales funciones de este departamento están:

- *Recepción demanda y denuncias interpuestas por los consumidores contra los proveedores de bienes y servicios públicos y privados para darle el trámite de Ley.*

Esta primera función del Departamento de Asuntos al Consumidor de la Dirección de Defensa del Consumidor, reviste una gran importancia, porque son los trámites iniciales de tercera instancia que el consumidor tiene que realizar para tratar de hacer valer sus derechos. Según información suministrada por funcionarios de este departamento, del 100% de las demandas presentadas por los consumidores, solamente un 20% se presentan con sus documentos completos, el resto tiene que invertir más tiempo en completar la información que contempla la Ley 182.

Completar esta información por el ciudadano en muchos casos les lleva desde una semana hasta dos semanas en promedio y otra parte de ellos desiste por completo, ya que el costo económico se incrementa. Esto indica además la poca información que tiene el consumidor sobre la Ley 182 y de los requisitos que esta misma completa.

¹⁰⁵ <http://www.mific.gob.ni/dirmercados/defConsumidor/deptosddc.htm> (Mayo 2010)

Los requisitos que contempla la ley son la que la demanda o denuncia podrá ser verbal o escrita y deberá contener los siguientes requisitos:

1. El nombre y generales del demandante o denunciante.
2. Nombre y dirección exacta del establecimiento demandado o denunciado.
3. La exposición clara y precisa los hechos en que se funda.
4. La especificación de lo que se pide o reclama, determinado con la mayor precisión posible.
5. La indicación del lugar y fecha en que se plantea.
6. Presentación en original de la factura o comprobante de adquisición del bien o servicio, la que una vez razonada se le devolverá al demandante.
7. La firma del demandante o denunciante o de la persona que firma a su ruego, si no sabe o no puede firmar.
8. La demanda o denuncia escrita se acompañará de un duplicado, que será entregado a la parte demandada al momento de notificarla.

El ciudadano consumidor una vez presentada la demanda o denuncia en la forma debida, deberá esperar un máximo de 72 horas hábiles para que este departamento por los canales que establece la Ley, primero notifique en un plazo no mayor de 24 horas a la parte que corresponda (demandado). El demandado o denunciado tendrá un plazo de 48 horas después de notificado, para contestar y asistir al trámite conciliatorio.

La notificación al supuesto infractor se hará por medio de cédula que le será entregada personalmente en su establecimiento si se hallará en él, y no hallándose, la entrega se hará a cualesquiera que se encuentre en el local. La Cédula de Notificación deberá contener:

1. La autoridad que la expide;

2. El nombre y apellido de la persona a quien se haga la citación y el carácter con que se cita;
3. El motivo por el cual se hace la citación;
4. El lugar, día y hora en que se debe comparecer el citado a contestar la demanda y para el trámite conciliatorio que se hará en la misma audiencia.
5. El lugar y fecha en que se expide,
6. La firma del funcionario autorizado.

Ahora bien si el demandado o denunciado no comparece por sí o por medio de representante en el término establecido, ni contesta la demanda, se le citará por segunda vez en la forma comprendida en párrafos anteriores. En caso de que no comparezca ni conteste la segunda citación, se le tendrá por confeso y se dictará la resolución que corresponda.

- *Promover entre las partes un avenimiento a través del procedimiento establecido en el capítulo IV del Reglamento de la Ley 182.*

Una segunda función de importancia es el trámite de conciliación entre las partes, si el demandado concurre ante la Dirección de Defensa al Consumidor, para ellos se establece que:

1. Deberá estar presidida por un funcionario de la Dirección de Defensa del Consumidor, quien deberá leer la demanda;
2. La actuación del funcionario es la de moderador, dando la palabra a los comparecientes quienes debatirán en asunto aduciendo las razones que estimen convenientes, finalizando el mismo cuando el funcionario lo considere oportuno;

3. El funcionario hará un resumen objetivo del caso, haciendo ver a los comparecientes la conveniencia de resolver el asunto en forma amigable y los invitará a que propongan una forma de arreglo;
4. Los resultados de lo ocurrido en la audiencia conciliatoria se dejará constancia en un Acta que firmarán, el funcionario, los comparecientes y el secretario. Si los comparecientes no quisieren o no pudieren firmar, se hará constar en el Acta.

Los acuerdos a que llegaren las partes en el Trámite Conciliatorio producirán los mismos efectos que las resoluciones firmes y se cumplirán en la misma forma. En caso de no llegar a ningún acuerdo durante el Trámite Conciliatorio o cuando el demandado opte sólo por contestar la demanda o denuncia, el funcionario de la DDC, procederá a abrir inmediatamente a pruebas el caso, notificando a las partes en un plazo de 24 horas. A partir de este momento los trámites que indica la Ley 182 son asumidos por el Departamento de Instrucción de Procesos.

Las partes dispondrán de un plazo de 8 días hábiles a partir de la notificación para presentar las pruebas y documentos que corresponda, pudiendo el funcionario encargado, dentro de este período, solicitar mayor información a las partes o a terceros, para mejor proveer. La Dirección de Defensa del Consumidor resolverá lo que en derecho corresponda dentro del plazo de 3 días hábiles, notificando a las partes de su resolución. El plazo para interponer el Recurso de Apelación ante el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio será de dos días a partir de la notificación. Esta resolución agota la vía administrativa. Las resoluciones emitidas por las Delegaciones Departamentales y Regionales de la Dirección de Defensa del Consumidor, tienen la misma fuerza que las dictadas por la Dirección. Las Apelaciones de estas resoluciones serán conocidas y resueltas por el Ministro.

Esta función es la de mayor aplicación y ejecución por la Dirección de Defensa del Consumidor, ya que según funcionarios de esta dirección un 80% de los casos se resuelven bajo esta vía.

- *Disponer y regular los precios máximos de referencia al consumidor de los medicamentos así como de productos de consumo básico, que por circunstancias excepcionales en virtud de la Ley estén sometidos a control.*

El control de calidad y precios de los medicamentos para consumo humano, estará a cargo de dos instancias de gobierno, el Ministerio de Salud en cuanto a la calidad del medicamento y al Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, en cuanto a los precios.

En este caso la unidad ejecutora será la Dirección de Defensa del Consumidor, esta operará mediante precios máximos de venta por productos, el que deberán observar los integrantes de la cadena de comercialización. Para determinar el precio máximo, se utilizará como parámetro el precio CIF (precio+ seguro+ Flete) de los productos más un margen global y razonable para cada uno de los integrantes de la cadena de comercialización, tomando en cuenta las características comerciales del producto así como el mercado nacional y centroamericano. De esta manera se establecerá un precio máximo de venta a nivel mayorista y detallista; dichos precios máximos permitirán e inducirán a la competencia de precio en beneficio de los consumidores.

La Dirección de Defensa del Consumidor pondrá listas de precios máximos de los productos farmacéuticos autorizados, publicará las disposiciones complementarias necesarias para su cumplimiento.

La publicación de la lista de precios y control de los precios será garantizado a través de mecanismos de información suministrada en forma sistemática y clara,

de tal manera que los consumidores puedan elegir, mediante la información obtenida, precios, calidad, descuentos y mejor atención al público, que brinden las farmacias en el ejercicio de una libre competencia.

Otra de las funciones de la Dirección de Defensa al Consumidor en coordinación con el Ministerio de Salud es la ejecución de acciones destinada a impedir la importación, fabricación y comercialización de medicinas adulteradas, falsificadas, que no se encuentren debidamente registradas o que representen un riesgo para la salud del consumidor. Estas acciones coordinadas comprenderán, el decomiso de los productos o el cierre definitivo de los establecimientos o farmacias en caso de reincidencia, sin perjuicio de las acciones penales que se puedan emprender contra los presuntos culpables, de conformidad con el Código Penal.

En el caso de los productos básicos de consumo necesarios para la subsistencia humana a que hace referencia el artículo 8 de la Ley 182, la Dirección de Defensa al Consumidor deberá preventivamente evitar el acaparamiento y cuando esto ocurra, implementará las acciones que considere necesarias para disminuir sus efectos.

La calidad de los bienes y servicios que se oferten en el país, deberá corresponder a lo ofertado por el proveedor y el precio pagado por el consumidor; la instancia correspondiente emitirá las normas oficiales necesarias en materia de calidad de los productos, sobre todo de aquellos que determine como básicos de consumo, necesarios para la subsistencia humana, de conformidad con la Ley de Normalización Técnica y Calidad. La Dirección de Defensa al Consumidor, deberá tutelar que los productos tengan la calidad, peso y medida conforme al importe pagado por los mismos.

Debemos señalar de forma categórica, que la Dirección de Defensa del Consumidor en cumplimiento de esta función carece y adolece del personal necesario para poder observar el universo de establecimientos, proveedores,

distribuidoras y mercados de productos de consumo humano como medicamentos y de consumo básico. Claro está que el apoyo que brindan las Asociaciones de Consumidores aparte de importante, este ha sido fundamental en la denuncia permanente de productos vencidos y de mala calidad.

5.2 Departamento de Instrucción del proceso.

Los diversos grupos y Asociaciones, que en representación de los consumidores, recurren ante la tercera instancia, (Dirección de Defensa del Consumidor), para hacer valer sus derechos. Esta etapa les resulta burocrática y agotadora para un público que no está acostumbrado a reclamar en la vía administrativa, ya que los costos económicos que incurren no están a su alcance.

La instancia oficial para reclamar los derechos que le asisten al consumidor, no cuenta con delegaciones departamentales ni municipales, lo que se traduce en gastos económicos para los reclamantes una vez que tienen que trasladarse para demandar atención.

Asimismo, por limitaciones presupuestarias la DDC se ha visto imposibilitada de implementar una política de descentralización de sus funciones. Sin embargo, es importante resaltar que parte de la demanda viene siendo atendida por asociaciones de consumidores que tienen su lugar de actuación en algunas de las principales ciudades del interior del país, como son en León, Granada, Masaya y Rivas. Aunque ello hace resaltar la necesidad de instalar oficinas en esas ciudades como parte de un plan piloto que podía diseñarse y que sería recomendable que este programa pueda apoyar.

Si bien es cierto el marco legal en Nicaragua establece un adecuado mecanismo de sanciones que incorpora multas mas graves para los casos de reincidencia y faculta a la DDC a ordenar la reposición inmediata del producto, la devolución de

la suma pagada en exceso, al cierre temporal y al decomiso de productos peligrosos; la efectividad de estas medidas no es inmediata. Además la apelación de las resoluciones que emite la DDC deberá ser resuelta por el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC).

En efecto, la Ley ha subordinado la aplicación efectiva de esas sanciones a otras dependencias del Estado como son el Ministerio de Salud, MIFIC; Aduanas, Municipios, entre otros, con lo que en la práctica la DDC no puede por sí misma hacer valer sus resoluciones de manera efectiva.

Pero la limitación más grave que ha impuesto el reglamento, es que las resoluciones que emite la DDC solo tiene el carácter de presunción en la vía judicial. De forma tal que, un consumidor se verá obligado ante el incumplimiento de una resolución que lo favorezca a accionar nuevamente ante el Poder Judicial, quien está facultado a revisar nuevamente el fondo sin que la resolución ni lo actuado tengan un valor probatorio o de ejecución obligatoria. Esta situación desprotege a los consumidores y no genera incentivos para el cumplimiento de las normas. En la práctica, lo que la ley ha implementado es un sistema administrativo **judicializado**, sin eficacia propia y que depende de tercero para su validez. Lo que por cierto limita la eficacia y la eficiencia de la DDC y disminuye su capacidad de actuar proactivamente, ya que desincentiva la autorregulación en las empresas.

Entre las principales funciones de este departamento están:

- 1) Tramitación y resolución de los casos, según lo establecido en el capítulo IV del Reglamento a la Ley 182.
- 2) Brindar información a las partes en el proceso sobre el estado en que se encuentre su caso, si es solicitado por la parte interesada.
- 3) Orientar a los consumidores sobre cualquier duda que posean del proceso administrativo.
- 4) Realizar inspecciones oculares y peritajes técnicos independientes, a fin de comprobar las aseveraciones alegadas por las partes en el proceso.

- 5) Emitir resoluciones apegadas a derecho, basadas en las pruebas aportadas por las partes y los hechos comprobados por la autoridad en el proceso.
- 6) Brindar asesoría jurídica a la Dirección de Defensa del Consumidor.
- 7) Realizar las notificaciones de los caso en procesos o resueltos en diferentes puntos del país.

Todas las funciones anteriores tienen una relación intrínseca, ya que las mismas están totalmente relacionadas al proceso comprendido por el consumidor demandante. Desde el momento en que el caso no se resuelve en el proceso conciliatorio mandado por la Ley, este departamento es el encargado de dar trámite de ley y resolución de los casos según lo establecido en el Reglamento de la Ley 182.

Las partes dispondrán de un plazo de 8 días hábiles a partir de la notificación para presentar las pruebas y documentos que corresponda, pudiendo el funcionario encargado, dentro de este período, solicitar mayor información a las partes o a terceros, para mejor proveer. La Dirección de Defensa al Consumidor resolverá lo que en derecho corresponda dentro del plazo de 3 días hábiles, notificando a las partes de su resolución. El plazo para interponer el Recurso de Apelación ante el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, será de dos días a partir de la notificación. Esta resolución agota la vía administrativa.

Las resoluciones emitidas por las Delegaciones Departamentales y Regionales de la Dirección de Defensa del Consumidor, tienen la misma fuerza legal que las dictadas por la Dirección. Las Apelaciones de estas resoluciones serán conocidas y resueltas por el Ministro.

Las resoluciones emitidas por esta dirección podrán ser absolutorias y condenatorias. La resolución condenatoria dispondrá:

- a) La imposición de la sanción correspondiente al infractor.

- b) La prohibición de continuar con los actos violatorios de la Ley
- c) El mandato para que se restituya al consumidor perjudicado el derecho que le corresponde o que se le indemnice por el daño causado, más las costas en que incurrió el demandante en el proceso de demanda;
- d) La advertencia al infractor que en caso de reincidencia o desobediencia de los mandatos de la Dirección, se le aplicará las sanciones más drásticas que contempla la Ley y el presente Reglamento. El plazo para hacer efectiva la resolución y las sanciones impuestas, será de 15 días hábiles a partir del día siguiente de la notificación.

8) *Brindar capacitaciones sobre la Ley 182 y su reglamento y demás leyes conexas en protección al consumidor cuando son requeridos por Universidades, empresas o entes gubernamentales o no gubernamentales.*

En este sentido, podemos señalar que aunque ha existido la voluntad de la Dirección de Defensa al Consumidor de brindar capacitaciones (según funcionarios de la DDC), a distintos organismos e universidades del país, este aspecto no ha sido desarrollado debido a que carecen del personal apropiado para realizar las mismas, ya que los funcionarios que pueden realizar dichas capacitaciones están destinados a cubrir las atenciones jurídicas de los consumidores, a las organizaciones de los consumidores. Un segundo aspecto es que muy pocos organismos de la sociedad civil se han interesado por desarrollar y apoyar esta actividad. La capacitación deberá contar con una programación de actividades coordinadas y respaldadas por esfuerzo económico que actualmente no lo tienen.

5.3 Departamento de Verificación.

Funciones principales de esta área:

- a) *Realizar verificaciones periódicas de precios máximos de referencia de medicamentos nacionales y extranjeros en farmacias, distribuidoras y puestos de ventas autorizados por el Ministerio de Salud, todo conforme el arto. 5 de la Ley 182 Ley de Defensa de los Consumidores.*

- b) *Realizar verificaciones de etiquetado a los productos alimenticios pre envasados de consumo humano, NTON 03-021- en los diferentes sectores del Comercio, en coordinación con las instituciones MINSA, DIE Policía Nacional, DGA, DGI.*

- c) *Monitorear precios al consumidor de productos y granos básicos de la Canasta Básica, de cincuenta y tres productos en mercados y supermercados de Managua.*

Estas funciones no se cumplen de forma aceptable ya que no tiene el personal necesario para que observe de forma sistemática y continúa en mercado nacional.

La Ley ha desarrollado mecanismos de protección al consumidor fundamentalmente de carácter reactivo- básicamente de controles de precios y sondeo de la canasta familiar-; habiendo insertado algunas herramientas preventivas que permitan, dentro de la lógica de la economía del mercado, realizar acciones proactivas que corrijan las causas que generan los problemas que afectan a los consumidores y así brindar una labor más eficaz en la protección de los consumidores.

Lo recomendable sería que una agencia de protección al consumidor cuente no solo con las atribuciones que se requieren para ser efectivo al momento de

solucionar un conflicto ya producido, sino también con las facultades necesarias para reducir o eliminar las causas que lo originan.

Asimismo, la duplicidad del objeto de regulación (servicios públicos, alimentos, seguridad, salud) y la existencia de las facultades complementarias entre la Dirección y los otros órganos del Estado (Entes Reguladores, Ministerios y otras Direcciones) obligan a una alta coordinación entre todos para la protección eficaz de los derechos del consumidor, que se nota muy difícil y compleja en la realidad práctica de la actuación de estos entes, sujetos a los límites propios de la actividad pública y a la escasez de recursos.

Adicionalmente, la propia Ley 182, faculta al consumidor a acudir indistintamente ante el Ente Regulador, la DDC o los Tribunales Comunes, lo que en la práctica, ha generado hasta cuatro instancias (si le sumamos el operador, paso previo obligatorio) que el consumidor debe de agotar para ver si soluciona su problema. En este caso más protección no es sinónimo de mejor protección.

La situación descrita está afectando la eficacia de la protección al consumidor y haciendo más compleja la necesaria coordinación entre las autoridades involucradas, por lo que es necesario una revisión de esos aspectos en la reforma legislativa.

La debilidad estructural de los recursos no sólo está referida a que la Ley de Protección al Consumidor no provee a la Dirección de recursos propios, ni que le niega la facultad de cobrar las multas que impone; sino también que del total del exiguo presupuesto asignado, el 90% es para cubrir remuneraciones, el 5% para combustible para realizar las notificaciones de los procesos y el saldo para materiales de oficina.

En atención a ello, consideramos que es necesario apoyar la consolidación institucional y fortalecer su capacidad operativa, técnica y financiera.

5.4 Departamento de divulgación y Educación al Consumidor.

Entre las principales funciones de este departamento están dirigidas al área de educación, orientación, promoción y divulgación.

Educación.

La Dirección de Defensa del Consumidor deberá mantener la coordinación directa con la Dirección Curricular del Ministerio de Educación, para el desarrollo del tema Educación para el Consumo en el área educativa " Formación Ciudadana y Productividad" Componente: Convivencia y Civismo, en los diferentes niveles educativos:

- a) *Capacitación de profesores y Directores de centros.*
- b) *Supervisión y monitoreo en las escuelas donde se desarrolla este tema*
- c) *Enriquecimiento del material didáctico una vez validada por los docentes.*

La falta de difusión de la Ley de Defensa de los Consumidores y su Reglamento entre la ciudadanía ha ocasionado la inactividad de la misma.

En efecto, la Dirección de Defensa del Consumidor no cuenta con recursos económicos para mejorar su capacidad organizacional, ni para capacitación del personal, y menos aún para difusión, publicaciones y educación al consumidor, ya que en la actualidad opera sin la totalidad de recursos necesarios para realizar sus labores (computadoras, impresoras, mobiliario, líneas telefónicas, entre otras), requiere de apoyo en la capacitación técnica para realizar con mayor eficiencia las actividades que realiza, así como asesoría para el fortalecimiento organizacional de la asociación (planeamiento, sistema de información, procesos, manuales, indicadores de gestión, entre otros).

Asimismo, otro efecto de las restricciones a la eficacia de las resoluciones que emite la Dirección de Defensa del Consumidor es que a la fecha no se ha cobrado

ninguna multa impuesta, por lo que el fondo para financiar las actividades de divulgación y educación y a las asociaciones de consumidores que prevé la Ley es inexistente.

Se aprecia una pobre participación de los medios de comunicación en la difusión de la Ley de Derechos del Consumidor. Los medios solo hacen eco de la Ley cuando se trata de un tema puntual en un período determinado.

Orientación.

Orientación y atención a reclamos de los usuarios y consumidores que se sienten violentados en sus derechos:

- a) Orientación personalizada.
- b) Orientación telefónica.
- c) Vía correo electrónico.
- d) Atención a estudiantes universitarios en el campo investigativo de tesis monográfica.

Estas cuatro funciones son realizadas por funcionarios de la Dirección de Defensa del Consumidor y está en dependencia del tiempo libre que los mismos puedan disponer en el momento en que se les consulte. Esto implica que los funcionarios Carecen del manejo total de la información, no poseen estadísticas actualizadas a mano, para facilitarla rápidamente a estudiantes universitarios o grupos de investigación. La solución a corto plazo es que deben de crear los cargos necesarios y que los mismos sean ocupados por funcionarios debidamente capacitados y dedicados exclusivamente a dar respuestas satisfactorias a los que requerimos de información relevante.

Promoción

- a) Capacitación a empresas privadas e instituciones de gobiernos sobre las disposiciones de la Ley 182.

- b) Promover, divulgar y educar a la ciudadanía nacional y extranjera sobre los derechos y deberes de los consumidores ante la adquisición de cualquier bien o servicio, sean estos del sector público y privado.
- c) Control y registro de las Asociaciones de Consumidores a nivel nacional, coordinación de actividades entre sí.
- d) Supervisión de Reglamentos de Promoción en el mercado.
- e) Mantener coordinación con las oficinas homólogas de protección al consumidor a nivel iberoamericano y América del Norte.

Divulgación.

- a) Elaboración trimestral de la revista Información al consumidor a través de la búsqueda del financiamiento de la empresa privada.
- b) Gestiones de publicidad de la Ley 182.
- c) Elaboración material de divulgación alusiva a los derechos del consumidor (brochures, panfletos, volantes).
- d) Coordinación con medios de comunicación social: radio, prensa escrita, televisión.

En lo relacionado a la Promoción y Divulgación de la Ley, este organismo del Estado, carece totalmente de publicaciones continuas o periódicas en relación a mantener una fluida información de los logros de la Ley.

Nuevamente la excusa fundamental es la falta de presupuesto, lo que se traduce en falta de personal capacitado para desarrollar dichas funciones. La falta de presupuesto ha sido el mayor obstáculo de desarrollo de la misma Ley.

6. Concepto de Procedimiento administrativo.

Para Guillermo Cabanellas, procedimiento es el modo de proceder en la Justicia, actuación de trámites judiciales o administrativos; es decir es el conjunto de actos,

diligencias y resoluciones, la iniciación, instrucción, desenvolvimiento, fallo y ejecución en una causa (Cabanellas, 1998, pág.231); para el autor y otros doctrinarios el vocablo procedimiento se utiliza tanto en lo judicial como administrativo.

Tanto el procedimiento que debe seguir la Administración para dictar válidamente sus actos, así como los recursos que en contra de ellos se interpongan, son garantías que se encuentran en manos de la propia administración (Escorcia, 2002, pág.195), sin embargo está el deber de garantizar al administrado un procedimiento satisfactorio con tal de satisfacer las expectativas del mismo.

7. Objeto del procedimiento.

El procedimiento tiene como objeto resolver las controversias que en materia administrativa se presenten, estableciendo para ello un mecanismo por el cual las partes en el mismo deben atravesar para la solución del caso, bajo pluralidad de recursos que en la trayectoria del asunto deberán agotar, sin perjuicio de incluirse dentro de la misma vía judicial.

Cabe aclarar que la resolución de los casos que se presenten ante el órgano de la administración pública competente para ello (DDC), se dará a través del juzgador en esta sede, la cual emitirá la resolución que conforme a derecho corresponda luego de agotado el procedimiento que han de seguir las partes para dicho fin.

El procedimiento tiene por finalidad esencial la emisión de un acto administrativo. El procedimiento administrativo se configura como una garantía que tiene el ciudadano de que la administración no va a actuar de un modo arbitrario y discrecional, sino que siguiendo las pautas del procedimiento administrativo, procedimiento que por otra parte el administrado puede conocer y que por tanto no va a generar indefensión.

Sin embargo es necesario señalar que para que surta plena efectividad el procedimiento para el administrado (consumidor), en su acción de reclamo, es necesario como en el párrafo anterior se expone, el conocimiento del procedimiento de parte de este para que no exista indefensión alguna.

De tal manera, el consumidor puede tener el derecho en sus manos, pero si ese derecho no es defendido de la manera correcta, naturalmente es obvio que no se obtendrá una resolución favorable. De lo anterior se desprende que una cosa es tener el derecho y otra cosa muy distinta es saberlo defender.

8. Procedimiento administrativo regulado por la ley 182, ley de Defensa de los Consumidores y su Reglamento.

Definición de acción de reclamo.

Podemos definir el reclamo como: clamar contra alguien o contra algo, protestar, quejarse, pedir, exigir (Torres, 1998, pág. 340), es decir, demandar por parte del consumidor lo que en derecho corresponde al proveedor ante la autoridad competente (Dirección de Defensa de los Consumidores).

El reclamo es el inicio de apertura del procedimiento administrativo en materia de consumidores, lo promueve el consumidor ante su insatisfacción por la arbitrariedad cometida por el proveedor, sin embargo para que exista un reclamo tiene que haber un antecedente, es decir una causa que origina y motiva tal acción por parte del usuario.

El art.3, de la Ley de Defensa de los Consumidores establece: “el objeto del reclamo recaerá sobre cualquier clase de bienes o servicios públicos o privados”

Recordemos que para que sea efectivo un reclamo, a priori el consumidor debió de haber realizado un acto jurídico (contrato), con el proveedor o empresario cuyo objeto del contrato es requisito para fundamentar su reclamo.

Dicho esto, abordaremos las diferentes causas que originan el reclamo en particular.

➤ Causas que originan el reclamo.

En el caso de bienes se encuentran:

- ❖ Vicios ocultos en el producto.
- ❖ Falta de etiquetado.
- ❖ Productos que no cumplen con las características de la publicidad por lo que esta se convierte en engañosa.
- ❖ Incumplimiento de promociones.
- ❖ Incumplimiento de garantías.
- ❖ Inadecuada reparación de los bienes.
- ❖ Cláusulas abusivas.

➤ Procedimiento ante el proveedor.

Antes que nada, es conveniente señalar que no existe una norma en cuestión que regule el procedimiento a seguir ante el proveedor en la acción de reclamo, para el caso de bienes, sean estos de orden público o privado, **lo que representa un vacío de la Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores y su Reglamento, el que debería de ser subsanado por el legislador**, sin embargo el único caso por el cual existe una normativa propiamente dicha que establece un procedimiento a seguir ante el proveedor, es en los casos de los reclamos de energía, regulado por la normativa del servicio eléctrico.

Naturalmente, la primera entidad natural o jurídica ante quien el consumidor agraviado debe dirigir su acción de reclamo es ante el proveedor. Para ello vale la pena recapitular lo dicho anteriormente respecto a la definición de proveedor, desde el punto de vista legal que nos expone nuestra legislación en su art. 4 inc.(b), de la Ley No.182, el que a continuación expresamos:

B) Proveedores: toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores.

La Ley de Defensa de los Consumidores, establece una serie de plazos en los que los consumidores según las circunstancias que se presente, podrá ejercer la acción de reclamo, veamos por ejemplo:

- **Para efectos del ejercicio de la acción civil.**

Para efecto del ejercicio de esta acción, el art. 32 de la Ley No.182 nos expone “los derechos que esta ley otorga a los consumidores con respecto a las responsabilidades civiles, deberán ser ejercidos dentro de un plazo de 15 días a la fecha de recepción del bien o dentro de 30 días cuando se trate de servicios; el proveedor deberá dar satisfacción al reclamo en un plazo que no exceda de los 10 días”.

Entiéndase que las acciones que se podrán ventilar en la vía civil van referidas por ejemplo: en la cancelación de contrato o el pago de daños y perjuicios.

- **Para efectos de reparación del bien objeto de reclamo.**

Cuando el bien presente defectos imputables al proveedor o estos sean prestados de forma inadecuada.

En este caso el Reglamento de la Ley de Defensa de los Consumidores, establece al tenor del art. 50, que el plazo para el ejercicio del reclamo deberá de ser de 30 días a partir de la recepción del bien objeto del servicio, teniendo que dar respuesta el proveedor al mismo, en un plazo de 10 días.

Para este supuesto, el consumidor tendrá derecho a que se le repare sin costo adicional alguno el bien objeto del reclamo, así lo deja bien claro el artículo 49 del reglamento de la Ley 182.

- **Para efectos de reposición del producto, o devolución del dinero.**

La Ley de Defensa de los consumidores, dice que el derecho de reclamo ante el proveedor deberá ser ejercido dentro de un plazo de 15 días a partir de la recepción del bien y el proveedor deberá satisfacerlo en un plazo máximo de 10 días.

De paso es bueno hacer mención, que el derecho al reclamo ante el proveedor en los tres casos, deber ser de forma verbal o escrita.

Sin embargo, no siempre el bien adquirido presenta defectos de manera inmediata a su adquisición, de tal forma que en este caso se procederá al tenor del ejercicio de garantía que por adquisición del bien se hubiere otorgado.

Cabe recordar, que todos los productos nuevos tienen una garantía legal según la cual se tiene el derecho al cambio, devolución del dinero o reparación, según corresponda.

9. Procedimiento administrativo de reclamo regulado por la Ley 182 “Ley de Defensa de los Consumidores” y su Reglamento. (ver anexo no.5)

Primeramente hay que tomar en cuenta que no existe una normativa que regule el procedimiento a seguir para ejercer una acción de reclamo ante el proveedor de bienes, significando esto un vacío jurídico en la Ley 182 “Ley de Defensa de los Consumidores”, ya que solamente se encuentra establecido el procedimiento de reclamos por servicio públicos.

El reclamo deberá de ser ejercido ante el proveedor, si este no resuelve el consumidor podrá interponer la denuncia o demanda de forma verbal o escrita, si es escrita deberá de cumplir con los siguientes requisitos, esto lo encontramos normado del artículo 15 al artículo 26 del Reglamento de la Ley de Defensa de los consumidores:

- a)** El Nombre y generales de ley del Demandante o denunciante;
- b)** Nombre y dirección exacta del establecimiento demandado o denunciado;
- c)** Exposición clara y precisa de los hechos en que se funda;
- d)** Especificación de lo que se pide o reclama, determinado con la mayor precisión posible;
- e)** La indicación del lugar y fecha en que se plantea;
- f)** Presentación en original de la factura o comprobante de adquisición del bien o servicio, la que una vez razonada se le de volverá al demandante,
- g)** Firma del demandante o denunciante o de la persona que firma a su ruego, si no sabe o no puede firmar.

La demanda o denuncia escrita se acompañará en un duplicado, que le será entregado a la parte demandada al momento de notificarla.

Si la demanda o denuncia no contuvieran los requisitos enumerados en lo dispuesto anteriormente, el funcionario competente ordenará al demandante que

subsane, la omisiones, lo cual podrá hacer el interesado en forma verbal si así lo deseara.

Presentada la demanda o denuncia en la forma debida, la Dirección notificará en un plazo de 24 horas, a la parte que corresponda. El demandado o denunciado tendrá un plazo de 48 horas después de notificado, para contestar y asistir a trámite conciliatorio.

La notificación al supuesto infractor se hará por medio de cédula, que le será entregada personalmente en su establecimiento si se hallare en él, y no hallándose, la entrega se hará a cualesquiera de sus familiares o dependientes que se encuentran en el local.

La cédula de notificación deberá contener:

- a)** La autoridad que la expide
- b)** El nombre y apellido de la persona a quien se haga la citación y el carácter con que se cita
- c)** El motivo por el cual se hace la citación
- d)** El lugar, día y hora en que se debe comparecer el citado a contestar la demanda y para el trámite conciliatorio que se hará en la misma audiencia
- e)** El lugar y fecha en que se expide
- f)** La firma del funcionario autorizado.

Si el demandado o denunciado no comparece por sí o por medio de representante en el término establecido, ni contesta la demanda, se le citará por segunda vez.

En caso de que no comparezca ni conteste la segunda citación, se la tendrá por confeso y se le dictará la resolución que corresponda.

Concurriendo las partes al Trámite Conciliatorio éste se desarrollará a si:

- a)** El funcionario de la DDC leerá en voz alta la demanda o denuncia;

- b)** A continuación, actuando como moderador, dará la palabra a los comparecientes quienes debatirán el asunto aduciendo las razones que estimaren pertinentes, finalizando el debate en el momento que el funcionario considere oportuno;
- c)** El funcionario hará un resumen objetivo del caso, haciendo ver a los comparecientes la conveniencia de resolver el asunto en forma amigable y los invitará a que propongan una forma de arreglo.

De lo ocurrido en la audiencia conciliatoria se dejará constancia en un acta que firmarán el funcionario, los comparecientes y el secretario. Si los comparecientes no quisieren o no pudieren firmar, se hará constar en el Acta.

En caso de no llegar a ningún acuerdo durante el Trámite Conciliatorio o cuando el demandado opte sólo por contestar la demanda o denuncia, el funcionario de la DDC, procederá inmediatamente a abrir a pruebas en el caso, notificando a las partes en un plazo de 24 horas.

Las partes dispondrán de un plazo de 8 días hábiles a partir de la notificación para presentar las pruebas y documentos que corresponda, pudiendo el funcionario encargado, dentro de este período, solicitar mayor información a las partes o terceros, para mejor proveer.

La DDC resolverá lo que en derecho corresponda dentro del plazo de 3 días hábiles, notificando a las partes de su resolución. El plazo para interponer el Recurso de Apelación ante el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, será de dos días a partir de la notificación. Esta resolución agota la vía administrativa.

En caso de que no acaten la vía administrativa se procederá por la judicial, donde también podrán recurrir de apelación y el fallo de lugar o no ha lugar será de ineludible cumplimiento.

CAPÍTULO CUARTO

MARCO JURÍDICO DE LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES EN NICARAGUA

CONTENIDO

1. Fundamentos Constitucionales.
2. Leyes Especiales.
3. Leyes supletorias.
4. Leyes Complementarias.

CAPÍTULO 4

MARCO JURÍDICO DE LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES EN NICARAGUA.

La base jurídica de protección de los consumidores en nuestro país, la encontramos en el siguiente orden:

1. Fundamentos Constitucionales.

La Constitución es la Ley Suprema de ordenamiento jurídico, en ella están constituidos los mandatos fundamentales a los cuales debe ajustarse todo el sistema normativo nacional, a partir de los cuales deberán ceñir su actuación los distintos órganos e instituciones del Estado. Es el diseño legal del cual se deriva la validez de todo el orden jurídico. Toda ley o acto que va en contra de la Constitución Política es nulo e inconstitucional, esto lo encontramos establecido en el título X. Supremacía De La Constitución Art. 182 Y 183, que dicen textualmente: "La Constitución Política es la carta fundamental de la República; las demás leyes están subordinadas a ellas. No tendrán valor alguno las leyes, tratados, órdenes o disposiciones que se le opongan o alteren sus disposiciones". "Ningún poder del Estado, organismo de gobierno o funcionario tendrá otra autoridad, facultad o jurisdicción que las que le confiere la Constitución Política y las demás leyes de la República."¹⁰⁶

Encontramos en nuestra carta Magna el marco legal fundamental relativo a la protección de los derechos de los consumidores aunque de manera implícita,

¹⁰⁶ Constitución Política artos.182,183. Edición Bitecsa 2005.

¹⁰⁶ Diario oficial la Gaceta No. 91 del 17 de mayo del 17 de mayo del 2002. Ley No. 423." **Ley General de Salud.**"

citaremos las disposiciones constitucionales sobre las cuales se apoya la base jurídica para la protección de estos derechos:

1) Derecho a la salud: la tutela del derecho a la salud es de vital importancia para el desarrollo de la población, ya que de la salud física y mental de un pueblo depende su desarrollo social, económico, educativo, etc. La regulación constitucional en su art.59 establece: "Los nicaragüenses tienen derecho, por igual, a la salud. El estado establecerá las condiciones básicas para su promoción, protección y rehabilitación. Corresponde al Estado dirigir y organizar los programas, servicios, acciones de salud y proponer, la participación popular en defensa de la misma. Los ciudadanos tienen la obligación de acatar las medidas de seguridad sanitaria que se determinen". Se derivan de este, normas específicas como son, la Ley General de Salud y la de Medicamentos y Farmacias, en la que encontramos que en el art. 1 de la primera se refiere al objeto de la misma, como la tutela del derecho que tiene toda persona de disfrutar, conservar y recuperar su salud y el art.1 de la segunda, que también hace referencia a su objeto, a la " protección de la salud de los consumidores garantizándole la disponibilidad accesibilidad de los mecanismos eficaces, seguros y de calidad"¹⁰⁷.

2) Derecho de petición: Nuestra constitución establece en su art.52 que los ciudadanos tenemos derecho a hacer peticiones, denunciar anomalías y hacer críticas constructivas, en forma individual o colectiva a los poderes del estado o cualquier autoridad, así como a tener una pronta resolución o respuesta y de que se les comunique lo resuelto en los plazos que la ley establezca, en ese sentido las acciones de consumidores vienen a ser un apoyo a los ciudadanos cuando sus derechos han sido violados, en el sentido de guiarles y orientarles acerca del reclamo de los mismos¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Diario oficial la Gaceta No. 91 del 17 de mayo del 2002. Ley No. 423." **Ley General de Salud**"

¹⁰⁸ Constitución Política de Nicaragua, arto. 52, edición 2005 Bitecsa.

3) Derecho a la información: Art.66 Cn. "Los nicaragüenses tienen derecho a la información veraz, este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas ya sea de manera oral, por escrito, gráficamente o por cualquier otro procedimiento de su elección". Este artículo responsabiliza de manera directa al Estado, de la tarea de capacitar a la población respecto al conocimiento de sus derechos como consumidores¹⁰⁹. En este sentido el reglamento de la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores", acoge este mandato constitucional en su art. 46, el cual estipula la educación de los derechos del consumidor a través de los programas oficiales de educación primaria y secundaria, este es un precepto que no ha sido acatado por el Ministerio de Educación, a pesar que, según entrevista brindada en el mes de septiembre del presente año, por el Lic. Freddy Rodríguez Romero, Director de la Dirección de Defensa del Consumidor, se han hecho gestiones con este Ministerio y aun no ha sido posible lograrlo, además los medios de comunicación por su parte ofrecen muy poca información educativa al respecto.

4) Responsabilidades del Estado y atribuciones de los particulares: Art. 99.- "El Estado es responsable de promover el desarrollo integral del país y como gestor del bien común deberá garantizar los intereses y las necesidades particulares, sociales, sectoriales y regionales de la nación. El ejercicio de las actividades económicas corresponde primordialmente a los particulares. Se reconoce el rol protagónico de la iniciativa privada, la cual comprende en un sentido amplio a grandes, medianas, pequeñas y micro empresas, cooperativas, asociativas y otras. El Estado garantiza la libertad de empresa". En este sentido la elaboración del Reglamento de la Ley 182 en el año 1995, originó una reacción de preocupación de parte de la Empresa privada con relación a la aplicación de la Ley 182 y su reglamento, refiriendo que esta era una Ley dura para Nicaragua, así como también

¹⁰⁹ Constitución Política de Nicaragua, arto.66, edición 2005 Bitecsa.

señaló en su momento que las asociaciones podrían "alcanzar un gran poderío, capaz de boicotear a un comerciante y llevarlo a la ruina económica."

Art. 4 Cn. "El estado promoverá y garantizará los avances de carácter social y político para asegurar el bien común, asumiendo la tarea de promover el desarrollo humano de todos y cada uno de los nicaragüenses, protegiéndolos contra toda forma de explotación, discriminación y exclusión."

De esta opinión se desprende el grado de voluntad de parte de la empresa privada en apoyar la difusión de la Ley 182 "Ley de Defensa del Consumidor", así como el desconocimiento de los beneficios que ésta trae a los mismos empresarios, ya que un consumidor capacitado es un consumidor que sabe lo que compra y en consecuencia exigirá calidad y garantía por su compra, beneficiando con estos requerimientos al comercio formal que en su mayoría está en manos de la empresa privada.

5) Derecho de igualdad: Art. 27 Cn. "Todas las personas son iguales ante la Ley y tienen derecho a igual protección. No habrá discriminación por motivos de nacimiento, nacionalidad, credo político, raza, sexo, idioma, religión opinión, origen, posición económica o condición social."

2. Leyes especiales.

1. Ley de Defensa de los Consumidores, Ley 182 y su Reglamento.

Cuyo objetivo principal es establecer relaciones justas y equitativas entre consumidores y proveedores en la adquisición de bienes de calidad. Esta normativa constituye un límite a la libertad de los empresarios y proveedores por el

carácter de orden público e interés social que contiene, ya que de manera clara y expresa establece los derechos de los consumidores.

El art. 12 de la Ley 182 "Ley de Defensa de los consumidores" y art. 3 del Reglamento a la misma establecen los siguientes derechos de los consumidores:

La protección de la salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios

Los importadores, productores o distribuidores que en su composición lleven elementos o sustancias tóxicas o peligrosas, tales como cáusticas, corrosivas, abrasivas o inflamables, deberán garantizar que en su empaque, embalaje, carga, transporte y almacenamiento, se observen las disposiciones contenidas en la legislación vigente para proteger la salud de los consumidores, así como la información correspondiente, sobre su toxicidad o peligrosidad (Art. 35 RLDC).

Los productos que en su composición lleven elementos o sustancias tóxicas o peligrosas deberán de estar acordes con las normas de control de toxicidad y/o peligros de la salud pública establecida y aceptada internacionalmente (Art. 37 RLDC).

Con lo establecido se trata de garantizar que el consumidor tenga la información necesaria de la calidad del producto o servicios que consume, la cual el proveedor tiene la obligación de suministrar a través de respectivas etiquetas donde se determine su fecha de vencimiento, recomendaciones o limitaciones con relación al uso, contenido del producto, así como puntualizar la existencia de niveles considerados como nocivos o peligrosos. Señalando la facultad de las autoridades competentes para retirar el producto así como la circulación del mismo en caso que se compruebe la peligrosidad de éste.

Recibir educación para el consumo

Con la finalidad de capacitar a la población, de manera que conozcan y manejen lo relativo a sus derechos como consumidores, el art. 46 del Reglamento de la Ley 182, establece con carácter obligatorio en los planes y programas oficiales de educación primaria y secundaria, la enseñanza de los derechos del consumidor. El Ministerio de Educación, deberá vigilar y hacer efectiva dicha disposición. **A pesar de existir esta disposición legal, al revisar los programas de estudios para primaria y secundaria detectamos ausencia de este aspecto, el cual tampoco es orientado a través de los textos escolares o actividades sugeridas.**

Consideramos que la desobediencia a esta disposición es uno de los factores principales que da origen al desconocimiento de los derechos de los consumidores, de los mecanismos y procedimientos para el reclamo cuando hay violación de éstos por parte de un proveedor, promoviendo con la falta de educación relativa a los derechos de los mismos, el atropello al que están expuestos por el desconocimiento, evitando una relación de mercado, equilibrada y transparente.

En el "Gallo más Gallo" al momento de adquirir bienes electrodomésticos, la mayoría de los consumidores que se presentan, no tienen ni idea de sus derechos, mucho menos de la Ley, representando esto una enorme ventaja al proveedor que si tiene conocimiento de la Legislación de los Consumidores, creando instrumentos que le favorecen al momento de contratar con el consumidor.

Recibir información clara, veraz, oportuna y adecuada sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado.

La información que se le brinda al consumidor en esta Casa Comercial, es muy breve, ya que a éste solamente se le informa sobre el precio del producto, la

garantía del bien y las cuotas a pagar en caso de que el producto sea adquirido al crédito, siendo esto una total violación a sus derechos, ya que no se le informa el procedimiento que se debe llevar a cabo al momento que el electrodoméstico presente desperfectos, así como las debidas instrucciones e indicaciones para el uso del bien.

Las regulaciones a la publicidad, pretenden proteger al consumidor de eventuales fraudes de los cuales pueden ser objeto y no constituyen una restricción a la libertad de expresión, pero deben de regirse bajo ciertos principios que permitan que el mensaje propuesto llegue al consumidor de manera transparente, clara y veraz, entre ellos mencionaremos a ocho principios que rigen a la publicidad.

- **Legalidad:** Este principio promueve un apego de la publicidad, a las normas jurídicas vigentes, las normas morales y de costumbre, las cuales son posibles, solamente en un Estado de derecho en donde el poder esta subordinado a la Ley y donde el sistema jurídico debe ser protector del individuo. Nuestra Constitución contempla el principio de legalidad en los arts. 32, 33, 130 y el 150 inc. 1.
- **Honestidad:** cuando la publicidad crea expectativas irreales del producto, es decir prometen mas de lo que el producto o servicio puede entregar al consumidor a cambio de un precio, se incurre en la publicidad engañosa, lo cual esta vinculada al delito de Publicidad engañosa tipificado en el actual Código Penal en el artículo 272.

Este principio establece que la publicidad debe hacerse con rectitud e integridad, empleando siempre información y documentación adecuada. La publicidad debe de referirse a los bienes, servicios o conceptos de tal forma que no causen confusión al público receptor del anuncio comercial.

En nuestro país carecemos tanto de una institución u organismo que se encargue de regular las actividades publicitarias, como de una cultura de reclamo de parte de los usuarios, por lo que frecuentemente aunque el usuario sea lesionado en sus derechos como consumidor, las disposiciones contenidas en la Ley 182 "Ley de Defensa del Consumidor" y su Reglamento, por las razones citadas generalmente el consumidor no reclama.

- Decencia: las personas que intervengan en el quehacer publicitario, actuarán o participarán respetando los valores morales y sociales de la comunidad, entendiendo por esto el cuerpo de obligaciones entre los individuos y la sociedad, en un mismo lugar, tiempo y espacio.
- Veracidad: libertad de expresar a través de la publicidad, las características o bondades debidamente acreditadas con que cuentan los bienes, servicios, omitiendo cualquier expresión que contemple verdades parciales. Las descripciones o imágenes relativas a hechos verificables, deben de estar sujetas a comprobación fehaciente y con base científica en el momento que se requiere. Debe tener especial cuidado en la publicidad dirigida a niños y jóvenes, evitando aprovecharse de su credulidad o falta de experiencia.

Este principio vela por la expectativa que el consumidor niño o joven especialmente, se forma al leer o conocer determinada publicidad, ya que suceden casos en que la "Casa Comercial el Gallo más Gallo" publica promociones "hasta agotar existencias", sin indicar el tiempo de duración de la misma y cuando el niño desea adquirir la promoción ofertada sencillamente se le explica "ya se nos agotó", sin saber el consumidor si él hubiera llegado en qué fecha todavía habría alcanzado la promoción, lo cual da lugar a dudas al respecto de la publicidad ofertada.

- Dignidad: La abstención de presentar o aludir a situaciones discriminatorias o denigrantes por razones de razas, edad, sexo, religión, afiliación política, nacionalidad o condición social.
- Respeto: no denigrar directamente o implícitamente los productos o servicios de un competidor, pues ello constituye no solo una falta de honor profesional del quehacer publicitario, sino que conduce también a un debilitamiento de la confianza que el público dispensa a la publicidad.
- Justa competencia: la comparación de bienes o servicios podrá llevarse a cabo siempre y cuando sean de la misma especie, tomando como referencia idénticos elementos objetivos de comparación. Los puntos de comparación deben basarse en hechos comparables y fehacientes, no deben ser seleccionados de manera injusta o parcial y en general deben evitar que la comparación pueda engañar al consumidor.
- Bienestar y salud: la publicidad en su forma se abstendrá de incluir imágenes, textos o sonidos que induzcan a prácticas inseguras, que por este hecho se atente o ponga en riesgo la salud de los seres humanos o de cualquier otro ser viviente¹¹⁰

La publicidad es el mecanismo mediante el cual se logra llegar a la población, para ofrecer los productos, bienes o servicios que los proveedores ofertan, la Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores y su Reglamento establecen un límite a la actuación de los proveedores en este campo, regulando a través de normas que los induzcan a realizar esta publicidad con ciertos criterios que protejan al consumidor. Así se establece dentro de las funciones de la DDC, la de vigilar que los proveedores de bienes y servicios hagan sus ofertas con la información cierta y adecuada sobre el producto o bien ofertado, como también debe supervisar que el proveedor exponga en forma clara los precios, esto lo encontramos establecido en

¹¹⁰ Ministerio de Fomento, Industria y Comercio "Revista Información al Consumidor No. 9 " Mayo/Junio 2002, Pág. 30

los arts. 14 y 16 de la Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores. "Los proveedores de servicios deberán tener una tarifa adecuada a la clase de los mismos expuesta en sitio visible del lugar en que se presta, y ajustarse a ella sin perjuicio de detallar al consumidor los materiales empleados no incluidos en la tarifa con su precio respectivo". "Los datos que ostentan los productos en sus etiquetas o empaques, se expresarán en idioma español y se ajustarán estrictamente a su naturaleza, características y condiciones además de la finalidad enunciada, todo de acuerdo a las leyes sobre la normalización, etiquetas, metrología, y al Reglamento de la presente Ley. Las leyendas garantizantes o cualquier equivalente, deberán indicar en qué consiste la garantía, condiciones, formas, alcance, plazos y el lugar en que el consumidor puede ser efectiva; además se utilizarán términos claros y precisos."

En caso que los proveedores ofrezcan productos usados, reconstruidos o con alguna deficiencia de fabricación, debe ser informado al adquirente de forma precisa y clara según el art.17 de la Ley 182. "Cuando se expidan al público productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, se deberán indicar tales circunstancias en las facturas de manera clara y precisa". En nuestro medio debido a la situación económica y desempleo existente, una gran cantidad de la población adquiere artículos usados o reparados, pero no existe una cultura de reclamo sobre el bien adquirido, sino que ésta lo considera como una oportunidad de adquirir un bien a precio bajo, esto ocasiona una desprotección al consumidor, pues este no exige calidad si no precio bajo para adecuarse a su precario ingreso. Tal es el caso de la venta de abanicos, televisores, refrigeradoras etc. Y el comerciante asume que si el consumidor lo compra sabiendo que es usado debe llevarlo sin reclamar, también la población tiene ese criterio al adquirir un producto usado por lo tanto no reclama.¹¹¹

Todo proveedor de bienes brindará a consumidor información clara, veraz y suficiente al menos sobre las siguientes características:

¹¹¹ Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores arto. 17, séptima. edición. Septiembre 2008.

- Composición, finalidad, y aditivos utilizados.
- Cantidad de productos.
- Fecha de producción y vencimiento del producto.
- Instrucciones e indicaciones para su uso.
- Advertencia, riesgo e incompatibilidades con otros productos. (Art. 13 de la Ley 182.)

Con relación a los impuestos y a la moneda en que deben hacer las transacciones de mercado, la Ley establece que los precios de los bienes y servicios deberán incluir el valor de los mismos y toda clase de impuestos o cargas que se encuentren a efectos y que sean a cargo del consumidor. El monto del precio deberá indicarse en moneda Nacional de manera clara, y se expondrán a la vista del público (Art.15 de la ley 182.), además es también obligación de los proveedores extender factura o constancia por la venta de bienes o servicios, lo cual lo encontramos en la parte ínfine del art.9 de la Ley 182. Esta regulación es violentada frecuentemente por muchos establecimientos comerciales que ofrecen su mercancía en DÓLARES, todo esto es una abierta violación a lo establecido en el artículo señalado¹¹² y a la Ley No. 733 Ley del Banco Central y Monetaria de Nicaragua.

Con relación al cobro del I.V.A., la mayoría de los establecimientos anuncian el precio de su producto sin hacer referencia al mencionado impuesto, informando el valor total del producto incluido I.V.A., el cual es diferenciado, hasta que el consumidor va a pagar su factura.

En relación a la tutela del derecho de los consumidores en cuanto a tener una información clara, veraz, oportuna y adecuada del bien o servicio que consume, la ley 182 establece en su arto.18 que en caso de que el proveedor presente alguna oferta, y exige el cumplimiento de algún requisito para la venta de determinado

¹¹² Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores arto. 15, 9, 18, séptima edición, septiembre 2008.

producto o servicio y el consumidor lo cumple, no podrá negársele a este la adquisición del producto o prestación del servicio ni podrá cobrársele un precio mayor que el de la oferta publicada.

Entre las consideraciones relativas a la oferta, promoción y publicidad engañosa de productos o servicios, la Ley 182, en su artículo 19 y el Reglamento de la misma en su arto. 96 establece, que constituye delito de estafa, la oferta, promoción y publicidad falsa y engañosa de productos, actividades o servicios sin perjuicio de responsabilidad civil y penal en los siguientes casos¹¹³:

- 1) En cualquier tipo de información, comunicación, publicidad comercial, envases o etiquetas que se utilicen, textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente impliquen inexactitud, oscuridad, omisión, ambigüedad.
- 2) Se induzca al consumidor a engaño, error o confusión sobre:
 - Origen comercial geográfico del bien ofrecido, es decir, cuando se promocióne que el bien ha sido elaborado, fabricado o importado de un lugar diferente al de su origen real.
 - El lugar de prestación del servicio.
 - En los componentes e ingredientes del bien ofrecido;
 - Los beneficios o implicancias del uso del producto o la contratación del servicio;

¹¹³ Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores arto. 19 y 96 de su Reglamento, séptima edición, septiembre 2008.

- Características básicas del producto a vender o el servicio a prestar, tales como dimensión, cantidad, calidad, durabilidad u otros.
- Fecha de elaboración y vida útil del bien. Todo proveedor está en la obligación de informar correctamente a los consumidores sobre la fecha de elaboración, caducidad y tiempo de garantía de un bien o servicio prestado.
- Los términos de garantía que se ofertan.
- Los reconocimientos nacionales como extranjeros tales como medalla, premios, trofeos y diplomas. Ningún proveedor podrá atribuirse ni portar mérito ni reconocimiento que no hayan recibido sus productos o servicios.
- El precio del bien ofrecido, las formas de pago y el costo al crédito. Cualquiera de estos elementos que se oferten o proporcionen, deberán ser cumplidos en la misma forma y monto en que fueron ofrecidos.

La legislación Penal regula estos aspectos, el cual dice: "Quien por cualquier medio publicitario realice informaciones engañosas, acerca de la naturaleza, composición, origen, virtudes o cualidades sustanciales, descuentos, condiciones de la oferta, premios o reconocimientos recibidos de los productos o servicios anunciados, capaces por sí misma de inducir a error al consumidor o perjudicar a un competidor será penado con prisión de uno a tres años e inhabilitación especial por el mismo período para ejercer profesión, oficio, industria o comercio, o, de trescientos a quinientos días de multa", y el artículo 2559 del Código Civil Nicaragüense refiere lo siguiente: "todo aquel que por dolo, falta, negligencia o imprudencia o por un hecho malicioso causa a otro daño, está obligado a repararlo junto con los perjuicios" que establece, sin perjuicio de otras responsabilidades penales o civiles.

Con relación al pago del bien o servicio adquirido, el reglamento a la ley 182 claramente establece en el arto. 68, que "el proveedor de bienes y servicios solo tiene derecho a recibir el pago del precio exactamente como está enunciado o impreso en el establecimiento, en el producto, bien o servicio respectivo y también prohíbe al proveedor la adopción de cualquier práctica que induzca al consumidor a confusión, error o engaño sobre el precio de los bienes o servicios ofrecidos. En caso de que un producto tenga el precio marcado dos veces por el proveedor, prevalecerá el menor." (Arto. 69 del Reglamento de la Ley 182.)¹¹⁴

Cuando la gravedad de las afirmaciones hechas en un mensaje publicitario considerado falso o engañoso así lo amerite, la DDC ordenará la difusión de la rectificación de su contenido, a costas del anunciante y por los medios en que se difundió el mensaje suspendido. (Art. 98 RLDC).

GARANTÍA POR VENTA DE ARTÍCULOS NUEVOS.

Siendo que la garantía es la seguridad que el proveedor, intermediario o fabricante de determinado producto, le brinda al consumidor al adquirir ese bien para reponer, cambiar o devolver el valor de este cuando a sufrido una falla, no siendo responsabilidad del consumidor, en función de tutelar este derecho, la ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores, establece las condiciones en que esta debe regirse.

La garantía debe anunciarse en la información del producto y en el art.72 del Reglamento de la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores" que establece en todo contrato u operación de venta de bienes muebles nuevos, destinados para el uso personal o del hogar, tales como artefactos electrodomésticos, mobiliarios, automóviles y otros, se entenderá por implícita la obligación de garantizar al

¹¹⁴ Reglamento de la ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores arto.68, 69, séptima. edición. Septiembre 2008.

comprador el funcionamiento normal y acorde a las especificaciones y el fin para el cual éstas se han fabricado. Esta será exigible siempre que por defecto del producto o por causa imputable al fabricante, importador o proveedor de dichos bienes no funcionen adecuadamente. De la misma manera según el art.73 del Reglamento de la Ley 182, establece que el proveedor queda obligado a garantizar el correcto funcionamiento y en caso contrario, a efectuar la reparación o reemplazo del bien adquirido, y cuando esto no fuere posible, a la devolución de la suma pagada por el consumidor.¹¹⁵

También en los arts. 74-77, 82 y 84 del Reglamento de la Ley 182, contemplan los aspectos relativos a la garantía señalando el art.74 que “El período de garantía estará condicionado por la práctica del mercado, sin embargo, el proveedor y los intermediarios, estarán obligados a proporcionar al consumidor los términos de garantía mínima que ellos reciban del fabricante.” En este sentido las casas comerciales y establecimientos ofrecen garantías al vender sus productos electrodomésticos u otros, no obstante se desconoce de la garantía que ofrece el fabricante, solo la que ofrece el intermediario, esto es debido a que la adquisición de bienes de nuestro país como es sabido por todos se hace por parte del intermediario y no del fabricante ya que no poseemos industria para la fabricación de estos bienes.

Señala el art. 75 del Reglamento de la Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores que “el fabricante está obligado a conceder una garantía razonable en relación al funcionamiento eficiente del producto que manufactura. Cada intermediario en la cadena de comercialización deberá de responder de la garantía a su respectivo cliente.”

Cuando los bienes presenten defectos o vicios ocultos que hagan imposible el uso para el cual son destinados o que disminuyan de tal modo su calidad o la

¹¹⁵ Ídem.

posibilidad de su uso, y que de haberlos conocido el consumidor no los hubiere adquirido, o hubiese dado un menor precio por ello, el proveedor estará obligado a recibirlos y devolver las sumas pagadas por el consumidor, según lo establecido en el Código de Comercio. No obstante, el consumidor podrá optar por recibir una rebaja en el precio, sin derecho a reclamo posterior, art.80 del Reglamento de la Ley 182.¹¹⁶

Derecho a la reposición y Reclamo de productos.

La Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores establece en su art. 30 y el Reglamento a la misma ley en su art.51, que los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto o en su caso a la devolución de la suma pagada por el mismo en los siguientes casos¹¹⁷:

- Cuando habiendo sido considerado los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto sea inferior al que debería ser, o la calidad sea inferior a la indicada en el embase o empaque.
- El producto adquirido se encontrare en mal estado.

Además establece el mismo artículo, que el término para ejercer el derecho al reclamo se puede ejercer de forma verbal o por escrito en un plazo de 15 días a partir de la recepción del bien y el proveedor deberá satisfacerlo en un plazo de 10 días.

¹¹⁶ Ídem.

¹¹⁷ Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores arto.30 ,51 de su Reglamento, séptima. Edición .septiembre 2008.

Cancelación de la garantía.

La garantía se cancela una vez que ha vencido el término para la vigencia de la misma. Situación que con frecuencia se da en los usuarios, debido a que no se acostumbra generalmente a guardar sus facturas, menos a indagar si el bien que está adquiriendo tiene esa protección y por cuanto tiempo, de manera que cuando éste presenta una falla, el consumidor no tiene la factura ni el conocimiento del término en que tiene ese derecho, así que generalmente este se vence sin hacer uso de él, creando una cultura de no reclamo del consumidor el cual favorece al proveedor o intermediario.

En este aspecto, el art. 77 de Reglamento a la Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores claramente expresa que deberán constar por escrito en forma clara y precisa los términos y condiciones de la garantía de los bienes y podrán incorporarse al contrato de compraventa o a la factura respectiva o podrá consignarse en documento aparte. En este último caso el documento pasará a formar parte integrante del contrato de compraventa o de la factura de venta y contendrá por lo menos la siguiente información:

- Nombre y dirección exacta del establecimiento comercial.
- Nombre y dirección exacta del consumidor.
- Descripción precisa del bien objeto de la garantía, con indicación de la marca y del número de serie, si fuere el caso del modelo, tamaño o capacidad, material y color predominante.
- Fecha de compra y de la entrega del bien, con indicación del número del contrato de compra o de la factura respectiva, y de la boleta de entrega, si ésta no se hubiere efectuado inmediatamente o si se hubiese realizado fuera del establecimiento del proveedor.
- Términos de duración de la garantía.
- Condiciones generales para que la garantía sea efectiva, con indicaciones de los riesgos cubiertos y aquellos que no están.

- Lugar en donde debe ser presentado el reclamo.
- Aprobación expresa del proveedor o de su representante autorizado.

En todos los casos en que se proceda a cancelar una garantía por la vía de la devolución de la suma pagada por el consumidor, no podrá obligarse al adquirente del bien o servicio a recibir notas de crédito o cualquier forma de título valor o compromisos de pago a cuentas de futuras ventas, esto solo si el valor del bien adquirido fue cancelado en efectivo. Si el contrato fue formalizado por la vía de la venta al crédito, la devolución se comprobará de lo pagado en efectivo a la fecha y de una cota en que conste la anulación del saldo adeudado, debiéndose entregar al consumidor los documentos en el que se formalizó el crédito, según el art. 76 del RLDC.

Además de poder rehusar el cumplimiento de la garantía cuando el reclamo se haga fuera de su término de duración, también cuando el uso del bien vendido se haya realizado en forma contraria a las instrucciones del producto o los manuales de instrucciones. Cuando se trate de productos de fabricación extranjera, dichos manuales deberán estar expresados en idioma español. Al no haberse proporcionado al consumidor las instrucciones del uso en idioma español, el proveedor no podrá rehusar el cumplimiento de la garantía, ni eximirse de la responsabilidad extracontractual por daños y perjuicios invocando un uso inadecuado del producto por parte del consumidor, salvo que este uso refleje una falta de cuidado o un desconocimiento tal que las instrucciones en español no hubiesen prevenido el uso inadecuado. (Art. 82 RLDC)

Reparación de artículos garantizados.

El Reglamento de la Ley 182, Ley de Defensa de los Consumidores en su art.78 en el primer y segundo párrafo se refiere a la reparación de los artículos que gozan de garantía, estipulando la forma y condiciones en que debe hacerse y a la

cual deben ajustarse los proveedores una vez que el consumidor presente reclamo por fallas en el bien adquirido cuando expresamente dice. “Si dentro del período de garantía estipulado para equipos o productos mecánicos, eléctricos, electrodomésticos, vehículo automotor y otros bienes de naturaleza análoga estos no funcionaran adecuadamente, o no pudiesen ser usados normalmente, por defecto del producto o causa imputable al fabricante importador o proveedor, éste último estará obligado a la reparación de dichos bienes o a su reemplazo, dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que se presente la respectiva reclamación. Si no fuese posible la reparación el proveedor estará obligado a reemplazar el bien por otro igual o devolver la suma pagada.”

Garantía por servicios de reparación

La garantía por servicios de reparación que prestan los talleres de bienes muebles para el uso del hogar, está regulado por el Reglamento a la Ley 182 “Ley de Defensa del Consumidor” en su artículo 70, considerando como garantía en este tipo de reparaciones la condición de eficiencia en la ejecución o realización de los servicios contratados. En los casos cuando la ineficiencia recaiga sobre los servicios de reparación o mantenimiento de los mismos, el proveedor estará obligado, dentro de un plazo no mayor a 15 días hábiles después de hecho el reclamo, a prestar nuevamente el servicio contratado en forma satisfactoria y sin costo adicional para el consumidor. El proveedor podrá alternativamente, devolver al consumidor todas las sumas pagadas por la prestación del servicio, dejándose a salvo el derecho del consumidor para reclamar por los daños y perjuicios sufridos. En aquellos casos en que la reparación no este con garantía, el taller de reparación tendrá que efectuar una evaluación y diagnóstico y solicitará la autorización expresa del consumidor antes de iniciar la reparación.

Recibir un trato equitativo y no abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios.

El artículo 1 de la Ley 182 "Ley de Defensa del Consumidor", contiene el objeto de la misma, que es garantizar a los consumidores la adquisición de bienes y servicios de mejor calidad, en sus relaciones comerciales mediante un trato amable, justo y equitativo de parte de las empresas públicas o privadas, individuales o colectivas.

Tanto la Ley 182 "Ley de Defensa del Consumidor" en su artículo 9, primer párrafo, como el Reglamento de la misma en su artículo 47 establece que ningún proveedor podrá condicionar la venta de un bien o servicio por la compra de otro y hacen la excepción que es aceptable cuando se trate de ofertas o prestación de servicios en la que el prestatario debe importar su repuesto para dar dicho servicio.

Con relación a la obligación de los proveedores de extender facturas, la parte ínfine del art. 9 de la Ley 182 "Ley de Defensa del Consumidor", en conexión con el art. 48 RLDC de la misma Ley, establecen que sin perjuicio de lo estipulado en la Legislación fiscal los proveedores están en la obligación de extender factura o constancia por la compra de bienes o servicios; lo que servirá de documento habilitante y probatorio a los consumidores, al momento de efectuar demandas ante la DDC.

Demandar una reparación integral, oportuna y adecuada de los daños y perjuicios sufridos que sean responsabilidad del proveedor.

La responsabilidad civil, según Guillermo Cabanellas, es la obligación de resarcir en lo posible, el daño causado y los perjuicios inferidos por uno mismo o por un tercero y sin causa que excuse de ello¹¹⁸.

¹¹⁸ Cabanellas de Torre, Guillermo. "Diccionario Jurídico Elemental". Editorial Heleasta. 1998. Pág. 352

El art. 27 de la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores" establece los casos en que el proveedor incurre en responsabilidad civil:

- Cuando hay venta de bienes y servicios en las que se les atribuyen características o cualidades distintas a las que realmente tienen.
- Por falta de cumplimiento en las condiciones de la oferta, promoción o propaganda.
- Cuando se venden bienes usados o reconstruidos como si fueran nuevos.
- En el caso que se haga promoción de bienes y servicios con base a declaraciones falsas, concernientes a desventajas o riesgos de la competencia y se ofrezcan garantías sin estar en capacidad de darlas.

El proveedor se hará responsable de los bienes que el consumidor le entregue para su reparación, mantenimiento o limpieza. Cuando por la razón de la prestación de dicho servicio, los bienes de un consumidor se deterioren o pierdan, el proveedor estará obligado a resarcir el valor de la reparación o el valor total de los bienes, según el caso. Se exceptúan los daños causados por caso fortuito o fuerza mayor debidamente comprobados. Lo dispuesto en este artículo no se aplica al bien que haya sido abandonado por el consumidor, entendiéndose que el abandono se produce cuando hayan transcurridos 45 días calendarios desde la fecha en que el consumidor haya sido requerido por el retiro del bien, salvo que éste se vea imposibilitado por razones de caso fortuito o fuerza mayor.

Exigir el cumplimiento de las promociones y ofertas cuando el proveedor no las cumpla.

El Reglamento a la Ley 182 "Ley de Defensa del Consumidor" en su art. 2 inc. h) define *oferta* como "toda acción de ofrecer bienes y servicios en el comercio".

Así mismo según el inciso i) del mismo artículo, *promoción* "es la práctica comercial de ofrecer al público bienes y servicios con un incentivo adicional de

corto plazo, sea este, de precio, entrega de bonos o de participación de rifas o concursos.”

Con relación a las promociones y ofertas comerciales, la Ley 182 “Ley de Defensa del consumidor” establece en su art. 20 que deberán indicarse en forma clara los términos de la misma o sea su plazo o duración, la calidad o número de bienes o servicios ofrecidos. Cuando se trate de dinero deberá especificarse la suma total ofrecida, debidamente desglosada en los diversos premios, si los hubiere. Esta información verificada por la autoridad competente. Sin embargo a pesar que se encuentra estipulada dicha función en la ley 182, en su art. 6 inc. h) la DDC no realiza dichas inspecciones ni para regular precios, mucho menos para controlar las promociones y ofertas que se le brindan a los consumidores en dicha Casa Comercial.

Cuando exista oferta o promoción ésta deberá siempre significar una reducción en el precio unitario que resulte beneficiosa al consumidor, Art. 47 RLDC.

Son formas de promoción las siguientes prácticas comerciales consistentes de ofrecimiento al público de:

- Proporcionar adicionalmente otro bien o servicio de cualquier clase que fuere a un precio menor del habitual en el comercio o en el mismo establecimiento, o en forma gratuita.
- Prometer 2 o más bienes o servicios por un mismo precio.
- Bienes o servicios con el incentivo de participar en sorteos, rifas, concursos y otros de la misma naturaleza.
- Figura o leyenda impresa en las cajas o envases de los productos o incluidas dentro de aquellos, distintas, a las que usualmente, deben llevar sean o no coleccionables (art. 55 RLDC).

Los proveedores deberán informar al consumidor lo siguiente:

- El nombre y dirección de la persona natural o jurídica que realiza la promoción.
- La identificación adecuada del bien o servicio a promocionar.
- La fecha de inicio y finalización de la promoción, así como de las cantidades o unidades de las cuales esta promoción conste, en caso de no señalar la duración de la promoción, se considerará indefinida y reclamable en cualquier tiempo.
- Las bases de la promoción en forma detallada (art. 56 RLDC).

Ningún proveedor podrá utilizar como medio de propaganda el término "PROMOCIÓN", si no existe una verdadera promoción, de acuerdo a lo establecido en la Ley 182 y el presente reglamento (Según el art 59 RLDC).

Cuando un consumidor considere que han sido violentados algunos de sus derechos, por violación a lo estipulado en la Ley 182, en su art. 19, podrán recurrir los tribunales comunes competentes, conforme las leyes ordinarias (Art. 98 RLDC, parte final).

Asociarse y constituir agrupaciones de consumidores.

La necesidad de los consumidores a asociarse es un imperativo, ya que con frecuencia son lesionados sus derechos por parte de los proveedores, intermediarios o empresas de servicios.

La base legal que regula este derecho lo encontramos en la Ley 182 en sus artículos 36 al 38 y en el reglamento del 60 al 65.

Acceder a los órganos administrativos o judiciales correspondientes para la protección de sus derechos y legítimos intereses.

Todo consumidor que considere que ha sido lesionado en sus derechos y habiendo recurrido ante el proveedor o la institución prestadora del servicio que ha incurrido en alguna falta, y no ha recibido una respuesta satisfactoria de parte del proveedor, podrá acudir a las siguientes instancias para presentar su respectivo reclamo:

- Ente Regulador, en su caso.
- La DDC. Está recibirá sus denuncias o demandas, las cuales deberán someterse a la investigación del mismo mediante un proceso administrativo, conforme se establece en el capítulo IV del RLDC.
- Los tribunales comunes sin perjuicio de la instancia administrativa, los consumidores podrán ejercer su derecho de acción ante los tribunales competentes, sean estos civiles o criminales cuando así lo estimaren conveniente, Art. 66 RLDC.

Si el consumidor acude a la DDC sin haber recurrido a la empresa prestadora de servicio proveedor, esta no atiende y manda a agotar esa instancia, a pesar de que este artículo no lo indique así.

Demandar a las instituciones del Estado por la negligencia de los servicios públicos prestados que hayan producido un daño directo al consumidor.

El art. 2 de la Ley 182, refiere que la misma es "orden público e interés social" el término "de orden público", supone una noción de seguridad y tranquilidad, de prevención de conflictos, de ausencia de alteraciones de orden externo y el de "interés social" justifica la actuación de la administración pública en la inversión de los diferentes campos de la vida social en beneficio del bien común.

El papel que desempeña la Dirección de Defensa del consumidor del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio es de vital importancia para la protección de los derechos del consumidor, por esto debe de brindar un excelente papel desde la formación de la demanda hasta la resolución del conflicto.

5.3 LEYES COMPLEMENTARIAS.

Nuestra legislación nos ofrece una cantidad de leyes que en calidad de complementarias vienen a ampliar el marco jurídico que permite a los consumidores fundamentar su reclamo y demandas, regulando las facultades a las diferentes instituciones que de alguna manera u otra inciden en las relaciones Consumidor/ Estado.

1. Ley No.225. Ley sobre Metrología.¹¹⁹
2. Normas sobre etiquetas de productos alimenticios de uso humano y/o animal Decreto numero 222/1976.
3. Ley de Normalización Técnica y calidad. Decreto No.219/1996 y su Reglamento. Decreto 71/97¹²⁰.
4. Ley No.297, ley General de Servicios de Agua potable y Alcantarillado y su Reglamento¹²¹.
5. Ley No.272, Ley de Industria eléctrica¹²².
6. Ley No.200.ley general de comunicaciones y servicios postales.¹²³

¹¹⁹ Diario oficial la gaceta No.135 del 18 de julio de 1996.ley No.225."ley sobre Metrología."

¹²⁰ Diario oficial la Gaceta No.123 del dos de julio de 1996.decreto No.219."**Ley de normalización técnica y de calidad**" Diario oficial **LA Gaceta No.241 del 18 de Diciembre de 1997.Decreto71/97.Rreglamento a la Normalización Técnica y de Calidad.**

¹²¹ Diario oficial la gaceta No.123 del 02 de julio de 1998.Ley No.297."**Ley General de Servicios de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario.**"

¹²¹ Diario oficial la gaceta No.138 del 24 de julio de 1998.Ley No.52/98."**Ley General de Servicios de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario.**"

¹²²Diario oficial la gaceta No.74 del 23de Abril de 1978.Ley No.227."**Ley General de la Industria Eléctrica**"

¹²³ Diario oficial la gaceta No.154 del 18de Agosto de 1995.Ley No.200"**Ley General de Telecomunicaciones y Servicios.**"

5.4 Legislación supletoria.

Los bienes y servicios que ofrecen las empresas prestadoras de servicios y proveedores en general se encuentran regulados por el régimen Jurídico supletorio que está contenido en nuestro Código Civil, Código de Procedimiento Civil principalmente y Código de Comercio, también el Código Penal tipifica los delitos que atentan contra el consumidor como la salud pública, la estafa, la publicidad engañosa y la usura.

HIPÓTESIS

La Ley de Defensa de los Consumidores y su Reglamento establecen mecanismos y procedimientos para hacer efectiva la tutela que da el Estado a los consumidores ante la adquisición de bienes electrodomésticos en Casas Comerciales, sin embargo en la práctica existe un sin número de obstáculos que no permiten cumplir a cabalidad lo establecido por nuestro cuerpo normativo, y por consiguiente se tienden a limitar los derechos de los consumidores.

MATRIZ DE DESCRIPTORES.

<i>OBJETIVO</i>	<i>PREGUNTA</i>	<i>FUENTE</i>	<i>TÉCNICA</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el nivel de cumplimiento de la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores" en los contratos para la adquisición de bienes electrodomésticos en esta Casa Comercial. 	¿Qué tipos de contratos se utilizan en la Casa Comercial el Gallo mas Gallo?	Ley 182, "Ley de Defensa de los Consumidores."	Revisión Documental
	¿En nuestra legislación se encuentra regulado este tipo de contratos?	Código Civil de Nicaragua. Código de Procedimiento Civil.	Revisión Documental
	¿Qué aspectos se encuentran regulados?	Derecho de obligaciones.	
	¿Qué acciones puede tomar el consumidor ante la violación de sus derechos en estos contratos?	Ley General de Títulos Valores Internet	Observación

MATRIZ DE DESCRIPTORES

OBJETIVO	PREGUNTA	FUENTE	TÉCNICA
<ul style="list-style-type: none"> Valorar el desempeño del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio en cuanto a la defensa de los derechos de los Consumidores al adquirir bienes electrodomésticos 	<p>¿Qué tipo de control lleva esta institución acerca del número de demandas que se presentan?</p> <p>¿Existe una relación directa organismo-consumidor en la cual se esté en contacto por las demandas presentadas?</p> <p>¿Las personas encargadas de brindar asesoramiento legal a los consumidores por sus reclamos, deben ser profesionales en la materia? ¿La institución brinda talleres para su preparación?</p> <p>¿Qué tasa de éxito tienen los casos que</p>	<p>Ley 290, "Ley de Organización, competencia y procedimientos del Poder Ejecutivo"</p> <p>Decreto 2187 "Reglamento a la Ley No. 182, Ley de Defensa de los consumidores"</p> <p>Director de la Dirección de Defensa de los Consumidores</p>	<p>Revisión Documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Entrevista a Lic. Freddy Rodríguez Romero.</p>

	<p>son llevados por esta institución?</p> <p>¿Con cuánto personal cuentan para atender a los consumidores?</p> <p>¿Brindan capacitaciones a la población para informarle sobre sus derechos?</p> <p>¿Cuántos casos se presentaron en el II semestre del año 2010 sobre reclamos de bienes electrodomésticos?</p> <p>¿Cuántos casos se resolvieron a favor del consumidor, cuántos a favor del proveedor?</p>	<p>Director de la Dirección de Defensa del Consumidor del MIFIC.</p>	<p>ENTREVISTA al Lic. Freddy Rodríguez Romero.</p>
--	--	--	--

MATRIZ DE DESCRIPTORES

OBJETIVO	PREGUNTA	FUENTE	TÉCNICA
<ul style="list-style-type: none"> • Investigar el grado de conocimiento que tiene la población sobre sus derechos como consumidores. 	<p>¿Conoce usted de la existencia y contenido de la Ley 182, Ley de Defensa del Consumidor?</p> <p>¿Conoce alguno de sus Derechos como consumidores?</p> <p>¿Ha sabido acerca de capacitaciones brindadas para informarle sobre sus derechos como consumidor?</p> <p>¿Alguna vez ha realizado reclamo por haber presentado desperfectos el bien electrodoméstico que adquirió en la Casa Comercial "El Gallo más Gallo"?</p> <p>¿Sabe cuál es el</p>	<p>CONSUMIDOR</p> <p>De la Casa Comercial "El Gallo más Gallo"</p>	<p>ENCUESTA</p>

	<p>procedimiento que se tiene que llevar a cabo para realizar un reclamo en la casa comercial "El Gallo más Gallo"?</p> <p>¿Sabe acerca de las Asociaciones de Defensa del Consumidor?</p> <p>¿Tienen conocimiento de la Dirección de Defensa del Consumidor?</p> <p>¿Cree usted que el Estado interviene para garantizar sus derechos como consumidor?</p>		
--	---	--	--

DISEÑO METODOLÓGICO

TIPO DE ESTUDIO

En esta investigación se realiza un análisis cualitativo, por cuanto la elaboración de la hipótesis se generó en el transcurso de la investigación, examinando el mundo social y en el proceso desarrollando la teoría.

Este enfoque utiliza la lógica o razonamiento inductivo, característico de las investigaciones cualitativas, en donde se explora y describe el fenómeno para luego crear perspectivas teóricas mediante las experiencias de los participantes.

El presente estudio según su alcance o desarrollo sería de tipo descriptivo, y según el tiempo de realización es de corte transversal.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN	MUESTRA
Funcionario del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.	Director de la Dirección de Defensa del Consumidor.
Responsable de atención al cliente de la Casa Comercial "El Gallo más Gallo."	Atención al cliente.
Consumidores de bienes electrodomésticos del "Gallo más Gallo."	40 consumidores.

Para la recolección de datos se utilizaron métodos de muestreo no probabilístico, ya que la escogencia de los sujetos no depende de la representatividad de elementos de una población, sino de una cuidadosa y controlada elección de

sujetos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema.

MÉTODOS

El estudio tendrá como base la información adquirida a través de los métodos empíricos como la entrevista, la encuesta, análisis documental, entre otros, y los métodos teóricos como la inducción, deducción, análisis, síntesis de la información para realizar el análisis e interpretación de los resultados.

La recolección de los datos se obtuvo a través de la aplicación de los siguientes instrumentos:

- A. Entrevista a un funcionario de la Dirección de Defensa del consumidor**, por ser las autoridades administrativas encargadas de hacer valer los derechos de los consumidores, la entrevista se le hizo con el objetivo de conocer el grado de aplicabilidad de la Ley de Defensa de los consumidores.

- B. Entrevista a Especialista**, para tener una opinión a mas profundidad sobre el tema en cuestión.

- C. Entrevista a responsable de atención al cliente del "Gallo mas gallo"**, para conocer sus criterios y políticas respecto al tema.

- D. Encuestas a los Consumidores** de bienes electrodomésticos del "Gallo mas gallo" para conocer si saben de la existencia de las leyes que los protegen al momento de adquirir bienes electrodomésticos en esta casa comercial y si tienen conocimiento de la Institución que se encarga de hacer valer sus derechos.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para realizar nuestra investigación hemos hecho un análisis de los derechos que contempla la legislación de Defensa de los Consumidores, así como el desempeño de la Institución Estatal que se encarga de velar de los Derechos de los consumidores, Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

Objetivo Específico Número 1: *"Identificar el nivel de cumplimiento de la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores" en los contratos para la adquisición de bienes electrodomésticos en esta Casa Comercial."*

Para poder darle cumplimiento a este objetivo hicimos un estudio documental acerca de los contratos y con mucho más énfasis en los Contratos de Adhesión, ya que son estos los que se utilizan en la Casa Comercial "El Gallo más Gallo."

Analizando la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores", El Reglamento de la Ley de Defensa de los Consumidores, así como la Ley 146 "Ley de Prenda Comercial", se encontró que los Contratos de mutuo con prenda comercial se encuentran regulados por la Ley 146, especificando concepto, así como los requisitos que debe de cumplir para que sea constituido como tal. También la Ley 182 "Ley de Defensa de los consumidores" desde su punto de vista como protectora de los consumidores, establece las disposiciones que este debe de cumplir para no violentar los derechos de los consumidores, aunque lo hace de forma muy breve, ya que solo lo abarca en cuatro artículos de esta Ley. En el Reglamento de la Ley de Defensa de los Consumidores se encuentra regulado en el capítulo XV, abarcando solamente cinco artículos.

En cuanto a las acciones que puede tomar el consumidor al momento que le son violentados sus derechos en este tipo de contratos, se encuentra primero la vía administrativa ante la Dirección de Defensa del Consumidor mediante lo

estipulado en su Reglamento y luego la vía judicial por medio de la acción de cancelación de contrato o pago de daños y perjuicios.

- **Objetivo específico número 2:** "Valorar el desempeño de la Dirección de Defensa del Consumidor en cuanto a la defensa de los derechos de los consumidores al adquirir bienes electrodomésticos".

En el marco legal concerniente a la defensa de los Derechos de los Consumidores, encontramos 15 funciones expresamente definidas para ser cumplidas por la DDC en la labor de Defensa de los Consumidores, las cuales no son cumplidas a cabalidad por razones que también logramos conocer a lo largo de nuestra investigación, entre las que podemos mencionar la falta de una política gubernamental dirigida en la práctica a la protección de los consumidores; por consiguiente falta de presupuesto para la misma DDC, lo cual hace que los proyectos y programas de atención para los consumidores no sean los más apropiados ni los más eficientes, falta de un procedimiento que concluya con una resolución que tenga suficiente fuerza legal para obligar a los demandados a cumplirlas, ya que en muchos casos, después de un esfuerzo realizado tanto por el afectado como por la DDC misma, para ajustarse al procedimiento establecido por la Ley y una vez lograda la resolución de manera favorable al consumidor, ésta es incumplida y la resolución no presta mérito ejecutivo para obligar su cumplimiento; hay que notar que efectivamente la Ley establece sanciones, pero según información del funcionario de la DDC, Msc. Freddy Rodríguez Romero, Director de la Dirección de Defensa del Consumidor, desde el inicio de la aplicación de la Ley se han sancionado proveedores, pero de ellos menos de la mitad han hecho efectivo el pago de esta multa, impidiendo de esta forma que la Dirección de Defensa del Consumidor cumpla con lo establecido en el mismo cuerpo de leyes, que manda a asignar un 25% de las multas a las asociaciones de los consumidores y sucesivamente que el fondo generado de las multas aplicadas

sea utilizado para llevar a cabo una campaña permanente de Divulgación y Educación al Consumidor por falta de fondos.

En lo relativo a la publicidad de la Ley y la Educación de la población, se han realizado esfuerzos de parte de la Dirección de Defensa del Consumidor, en cumplimiento de lo estatuido en el arto. 46 del Reglamento a la Ley 182, para conseguir que la enseñanza de los Derechos de los Consumidores sea contemplada en el Plan de Educación primaria y Secundaria, sin embargo no se ha podido lograr, a pesar de las gestiones realizadas, lo cual expresa la falta de voluntad del gobierno y sus instituciones, para así lograra la difusión y publicidad de los mismos a la población en general.

La falta de conocimiento por parte de la población del marco legal de la protección a los consumidores impide que muchos de ellos, a los que les han sido violentados sus derechos, acudan a la institución que está facultada para atenderlos y resolver sus problemas, además que la falta de presupuesto en la misma, lo cual señalamos inicialmente, repercute en escasez de personal en la DDC que asesore a los usuarios y los capacite para la demanda de sus derechos, viniendo esto a incrementar el fenómeno de retardación de justicia en la DDC.

La falta de presupuesto, de personal, de capacitación, de políticas efectivas que vuelvan coercitivas las resoluciones emitidas por la DDC unidas a la falta de publicidad de la Ley y su Reglamento, hacen de las funciones de la DDC establecidas en el mismo cuerpo legal, un conjunto de normas programáticas que no logran responder a los consumidores en la práctica cuando sus derechos son lesionados, lo cual no permite que, aún el consumidor que ha interpuesto alguna demanda, se sienta protegido con la existencia de la DDC.

Ante la pregunta a los 40 consumidores entrevistados, referente a que si consideraban que con la existencia de la Dirección de Defensa del Consumidor (DDC) se sentían protegidos como consumidores, 85% de ellos contestaron que

no, debido a que no se brinda suficiente divulgación sobre la existencia de esta Dirección, 5% de los encuestados consideran que si, ya que en el momento que llegaron a recibir asesoría legal por algún caso, les han dado respuesta y el otro 10% opinan que poco, ya que aunque existe una Ley que los protege, el Estado no tiene un papel fuerte que haga que sus derechos como consumidores en todo momento sean respetados por los proveedores.

En nuestra investigación logramos conocer que no todos los casos que se recepcionan en la DDC se logran resolver, esto se debe a que algunos usuarios desisten de su denuncia y otros llegan a arreglos con la parte demandada antes de llegar al trámite conciliatorio que establece el proceso. Algunas veces la falta de personal y de agilización del trámite en la DDC, ocasiona que el usuario desista, creando una inconformidad en los mismos.

Otro factor que incrementa el número de casos no atendidos es el hecho de que los usuarios presentan su demanda y no presentan las pruebas necesarias, lo que impide a la DDC, continuar con la tramitación.

De los 20 casos de reclamo por bienes electrodomésticos de la Casa Comercial el Gallo más Gallo expuesto en el II semestre del año 2010, de junio a diciembre, en la Dirección de Defensa del Consumidor solamente fueron resueltos 2 casos hasta llegar a la resolución, los otros casos 10 desistieron del proceso y 8 todavía se encuentran cumpliendo con el procedimiento administrativo.

Objetivo específico número 3: "Investigar el grado de conocimiento que tiene la población sobre sus derechos como consumidores".

Para conocer acerca de la información que manejan los consumidores acerca de sus derechos al momento de adquirir bienes electrodomésticos en la casa comercial el Gallo más Gallo, hicimos una encuesta a 40 consumidores de bienes electrodomésticos.

Las dificultades ya señaladas que enfrenta la Dirección de Defensa del Consumidor para la Promoción y Divulgación de la Ley ante la ciudadanía, han ocasionado un desconocimiento de la misma en un porcentaje bastante alto de la población ocasionando dificultades a los pocos usuarios que reclaman su derecho lesionado, para seguir el procedimiento establecido, lo que viene a incrementar en la mayoría de los casos, el descontento, la frustración y el desánimo de los mismos cuando desconocen el trámite a seguir, agrava esta situación el hecho de que la DDC no cuenta con suficiente personal para resolver de manera expedita las demandas que ahí se presentan.

Habitualmente el usuario que acude a la DDC, espera ir al lugar indicado para exponer su pretensión y que se le resuelva, sin embargo es hasta allí generalmente que se le pide como requisito haber acudido antes a la Empresa proveedora, incurriendo éstos en costos y pérdida de tiempo innecesario, pues deben iniciar el proceso.

Algunos continúan y logran favorablemente la pretensión, pero debido al extenuante y largo proceso que en la realidad se debe de llevar, la mayoría de los consumidores desisten del proceso.

Al preguntar a los consumidores que si conocían de la existencia y contenido de la Ley 182, el 75% de ellos contestaron que no tenían ningún tipo de conocimiento de esta Ley, lo cual arroja que más de la mitad de los consumidores encuestados desconocen totalmente la Ley que los protege. Un conocimiento mínimo lo tienen el 20% de los consumidores y solo un 5 % de los encuestados conocen la Ley y su contenido, siendo este último porcentaje de la población, los consumidores que conocen los medios para hacer valer sus derechos en la relación de consumo¹²⁴.

¹²⁴ Ver ANEXO 1.

Al preguntar si tienen conocimiento acerca de sus derechos como consumidores, el 25% de los consumidores contestaron que si tenían conocimiento, mientras que el restante de los consumidores respondieron que no tenían ningún conocimiento acerca de los derechos estipulados en la Ley¹²⁵. Arrojando la realidad de los consumidores, que debido al desconocimiento de sus Derechos se encuentran vulnerables a la constante violación de sus derechos por parte del proveedor.

Posteriormente se les preguntó que si han tenido conocimiento acerca de capacitaciones para saber de sus derechos como consumidores y del procedimiento que se debe de llevar a cabo en un reclamo, a lo que el 85% de los consumidores expresaron que no tenían ningún tipo de conocimiento de la existencia de dichas capacitaciones, el otro 15% manifestó que si tenían conocimiento¹²⁶. Estos resultados son preocupantes ya que debido a la poca publicidad por parte del Estado de los derechos de los consumidores, ha hecho que la población no tome acciones de reclamo antes las violaciones de sus derechos, debido a la ignorancia que poseen.

Al preguntarles que si tenían conocimiento de la Dirección de Defensa del consumidor, el 15% de los consumidores manifestaron que si tenían conocimiento de la existencia de esta dirección, otro 15% dijeron tener un conocimiento vago, mientras que el 70% de los encuestados expresaron no tener idea de lo que era la Dirección de Defensa del consumidor¹²⁷. Lo que demuestra que es necesario que se le dé mayor publicidad a la entidad encargada de velar por los derechos de los consumidores.

¹²⁵ Ver ANEXO 2

¹²⁶ Ver ANEXO 3

¹²⁷ Ver ANEXO 4

CONCLUSIONES

1. En los contratos de adhesión por medio del cual se contrata en la Casa Comercial el Gallo mas Gallo no se respeta lo que se estipula en el artículo 22, inc. d de la Ley 182, Ley de Defensa de los consumidores, ya que en el contenido del contrato el consumidor es remitido a textos o documentos que no le son facilitados ni previa o simultáneamente a la celebración del contrato.
2. Al momento de que esta Casa Comercial realiza o lleva a cabo un contrato a crédito no entregan duplicado del mismo al consumidor a como lo establece la Ley 182 "Ley de Defensa de los Consumidores" en su art. 25 párrafo final.
3. Las Cláusulas abusivas que se estipulan en los contratos de adhesión constituyen una de las formas inconstitucionales e ilegales contra la libre contratación, pues tienden a imponer ventajas únicamente para una de las partes (proveedores) y obligaciones excesivas para la otra (consumidores); que por estar en una situación económica de desventaja las aceptan, asumiendo responsabilidades que la Ley no les impone.
4. El desempeño de la Dirección de Defensa del Consumidor del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio en cuanto a la resolución de reclamos por la adquisición de bienes electrodomésticos es deficiente, porque carecen de personal suficiente para cumplir a cabalidad con todas las funciones que le confiere la Ley de Defensa del Consumidor.
5. La Dirección de Defensa del consumidor no cumple con los términos establecidos en el procedimiento administrativo que establece la Ley.

6. El horario de atención de la Dirección de Defensa del consumidor es muy corto, de 8 de la mañana a 12 de medio día, perjudicando enormemente al consumidor.
7. Las resoluciones que emite la Dirección de Defensa del Consumidor no son acatadas por las Casas Comerciales.
8. Las Instituciones involucradas en la aplicación de la Ley de Defensa de los Consumidores y su Reglamento no han sido capaces de poner un límite y hacer que se respeten los derechos de los consumidores, y en particular en la Casa Comercial "El Gallo más Gallo," a fin de evitar los abusos de los proveedores que usan prácticas anómalas en tal casa comercial.
9. Una gran parte de la población de consumidores de esta casa comercial carecen del conocimiento necesario de sus derechos como consumidor, así como del procedimiento que se debe llevar a cabo para reclamo.
10. No se cumple con lo establecido en el artículo 46 del Reglamento de la Ley de Defensa del consumidor, en donde se especifica que es de carácter obligatorio que el Ministerio de Educación debe brindar desde primaria una materia sobre consumo.

RECOMENDACIONES

1. Reformar aspectos de la Ley 182 en lo concierne a los contratos de adhesión que extienden las Casas Comerciales para que las empresas que ofrecen a los consumidores bienes al crédito primeramente remitan los contratos a las oficinas de la Dirección de Defensa al Consumidor para su análisis y posterior aprobación y de esa manera se garanticen condiciones mínimas para el comprador (consumidor).
2. Se necesita mayor coordinación de parte de las autoridades involucradas para evitar las prácticas abusivas por parte de los proveedores de bienes, que vayan en detrimento de los derechos de los consumidores.
3. Tomar en cuenta en la iniciativa de Ley de Defensa de los consumidores, cláusulas abusivas establecidas por la jurisprudencia, para que el momento de contratar se tengan como no puestas.
4. Establecer un concepto específico de cuales son las cláusulas abusivas para que exista un conocimiento expreso y se identifiquen éstas al momento de contratar.
5. Para poder lograr un total cumplimiento de las funciones de la Dirección de Defensa del Consumidor, ésta necesita un presupuesto acorde a sus necesidades, ya que la ausencia de este, ha ocasionado la falta de promoción de la misma Ley y su Reglamento, de la institución como tal, falta de personal que redundo en un retraso en la tramitación del procedimiento, falta de peritos especializados, pues solo existen dos que cubren todas las áreas, solo existe un notificador, lo cual incide en el vencimiento de los términos y en consecuencia en la retardación de justicia.

6. Reformar la Ley 182 "Ley de Defensa del Consumidor" para que se incluya el procedimiento de reclamo que se debe de llevar a cabo ante el proveedor de bienes.
7. Las normas establecidas para regulación de Defensa del consumidor y leyes conexas, deben ser aplicadas de manera eficaz en la práctica, empleando métodos coercitivos en cuanto a las sanciones y penas impuestas a los que infrinjan la ley, haciendo cumplir el artículo 116 del Reglamento de la Ley 182, en donde se estipula una multa para el funcionario de la DDC que no dicte la resolución correspondiente en el plazo establecido por la Ley.
8. Cumplir con las jornadas de atención al cliente en la Dirección de Defensa del Consumidor, de 12 del medio día a 3 de la tarde.
9. Las resoluciones que dicte la Dirección de Defensa del Consumidor, deben tener las características de una sentencia judicial; que hagan plena prueba en todas las acciones que el afectado o afectado interpongan ante los tribunales comunes; asimismo debe prestar título ejecutivo, de carácter vinculante y de obligatorio cumplimiento.
10. El MIFIC debe brindar talleres a los consumidores por distrito para que estos conozcan sobre sus derechos y cuales son los pasos a seguir para ejercer un reclamo al momento de que el bien presente algún defecto.
11. Fomentar a la población por medio de talleres y capacitaciones un consumo responsable, una cultura de ahorro, para que las Casas comerciales obligados por la falta de demanda de bienes, bajen los intereses y los exagerados precios de los productos.

12. Exigir a las autoridades del MED incluir en la planificación escolar de primaria y secundaria, una materia de consumo a como lo establece la Ley 182, Ley de Defensa del consumidor, como requisito de promoción, para desde edades tempranas enseñarle a la población sus armas de defensa contra las prácticas abusivas de los proveedores.

BIBLIOGRAFÍA

- Alterni, Atilio, "Defensa de los consumidores de productos y servicios", Buenos Aires, 1994.
- Benjamín Antonio, Derecho del consumidor, en "Defensa de los consumidores de productos y servicios", Stiglitz, G. (director), La Roca, Bs. As. 1,994.
- Botana, Gema y Ruz M. "Curso sobre Protección Jurídica de los Consumidores" Mc Graw Hill, Madrid 1999, Pág. 30.
- Código Civil de la República de Nicaragua. Tomo II. Editorial. Acento, 2007.
- Cabanellas, Guillermo. Diccionario Jurídico Elemental. Editorial Heliasta 1997.
- Fornos Escobar, Iván. Derecho de Obligaciones. Tercera Edición. Editorial. Hispamer. 2001.
- Jiménez Serrano Pablo, "El Derecho del Consumidor", Pág. 13.
- Orúe Cruz, José René. "Análisis sobre el Régimen Jurídico de Protección al Consumidor en Nicaragua". Primera Edición. Managua. Hispamer. 2003.
- Ovalle Favela, José. "Derechos del Consumidor", 1ra Edición, México 2000.
- Reyes López, María José y Abellán Tolosa Luis, "Derecho del Consumo"
- Rodríguez- Cano A. Bercovitz, "Apuntes de Derecho Mercantil" 2da Edición, Editorial Aranzadi, Madrid, España, 2001.
- Shiffman G. León y Lazar K. Leslie; "Comportamiento del Consumidor"; 3ra Edición, Editorial Prentice Hall.
- Sequeira Calero, Valinda. "Investigar es fácil". Segunda Edición, Editorial El Amanecer, Managua 1997.
- Stiglitz Gabriel A., Stiglitz Rubén S., "Derechos y Defensa del Consumidor" Editorial La Rocca, Buenos Aires, Argentina, 1994.
- Serrano Caldera, Alejandro. "Estado de Derecho y Derechos Humanos". Editorial Universitaria, UNAN, León. Julio 2002.
- Valle Favela, José. "Derechos del Consumidor". México 2000.

LEYES

- Diario Oficial La Gaceta No. 154 del 26 de Junio de 1955. Decreto No. 122 **"Ley de Defensa del Consumidor de Artículos Nacionales de Primera Necesidad en Período de Escasez"**.
- Diario Oficial La Gaceta No. 50 del 22 de febrero de 1980. Decreto No. 323 **"Ley de Defensa de los Consumidores"**.
- Diario Oficial La Gaceta No. 129 del 3 de julio de 1984. Decreto No. 1466 **"Ley de Defensa de los Consumidores"**.
- Diario Oficial La Gaceta No. 188 del 2 de octubre de 1985. Ley No. 9 **"Ley de Regulación del Comercio y Defensa de los Consumidores"**.
- Diario Oficial La Gaceta No. 247 del 24 de Diciembre de 1985. Decreto No. 5666. **"Reglamento a la ley de Regulación del Comercio y Defensa de los Consumidores"**.
- Diario Oficial La Gaceta No. 16 del 23 de enero de 1986. Decreto No. 150. **"Ley Creadora del Registro de los Consumidores"**.
- Diario Oficial La Gaceta No. 152 del 21 de Julio de 1986. Decreto No. 152. **"Reglamento a la Ley Creadora del Registro de los Consumidores"**.
- Diario Oficial La Gaceta No. 169 del 3 de septiembre de 1999. Decreto No. 2187. **"Ley de Defensa de los Consumidores"**.
- Diario Oficial La Gaceta No. 169 del 3 de septiembre de 1999. Decreto No. 2187 **"Reglamento a la Ley de Defensa de los Consumidores"**.
- Ley No. 182, **"Ley de Defensa de los Consumidores"**.
- Decreto A.N. No. 2187. Reglamento a la **"Ley de Defensa de los Consumidores"**.
- Constitución Política de Nicaragua. 7ma Edición. Bitecsa.

PÁGINA WEB

- "Antecedentes de los Derechos del Consumidor"
<http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=56> (05/04/11)
- "Contratos de Adhesión".
http://www.poderdelconsumidor.com.ar/prin_contratos.htm (10/04/11)
- "El consumidor y la relación de consumo";
<http://www.proconsumer.org.ar/capitulo2htm>, (22/04/11).
- "Evolución de los derechos del consumidor",
http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/Piris2.pdf Cristhian Ricardo, Facultad de Ciencias Económicas (25/04/11).
- "Electrodomésticos"
<http://zoniaelectrodomesticos.com/definicion-electrodomestico/> (28/04/11)
- "Historia de los Contratos de Adhesión"
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Historia-De-Los-Contratos-De/60209.html> (30/04/11)
- "Los derechos básicos del consumidor"
<http://www.eluniversal.com.mx/tudinero/2013.html> (12/05/11)
- "Ministerio de Fomento, Industria y Comercio de Nicaragua"
<http://www.mific.gob.ni/> (18/05/11)
- "Marco Regulatorio del Consumidor",
<http://www.mific.gob.ni/PROTECCIONALCONSUMIDOR/MARCOREGULATORIO/tabid/232/language/es-NI/Default.aspx> (19/05/11)
- "Políticas de Defensa del Consumidor"
<http://www.mific.gob.ni/PROTECCIONALCONSUMIDOR/POLITICADEFENSADELCONSUMIDOR/tabid/131/language/es-NI/Default.aspx> (08/04/11)

REVISTA

- Información al consumidor MIFIC; Sept., Oct., Nov. 2006, Edición No. 22, pág. 1, Dirección de Defensa del Consumidor.
- Boletín Informativo de la Liga del Consumo de Nicaragua. LIDECONIC. Boletín No. 33. Enero-Junio 2007.

ABREVIATURAS UTILIZADAS

Art, arts.	Artículo, artículos.
C	Código Civil
Cn.	Constitución.
DDC	Dirección de Defensa del Consumidor.
Dir.	Director, dirigido por.
GMG	Gallo más Gallo
LDC	Ley de Defensa de los Consumidores.
L.G.T.V.	Ley General de Títulos Valores.
MIFIC	Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.
Op. Cit	opera cítate
Pr.	Código de Procedimiento Civil.
Pág. / Págs.	Página, Páginas.
RLDC	Reglamento a la Ley de Defensa del Consumidor.

ANEXOS

ENCUESTA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
RECINTO UNIVERSITARIO RUBÉN DARÍO
(UNAN-RURD)

OBJETIVO:

El objetivo de esta encuesta es compilar información acerca del conocimiento que tienen los consumidores de sus derechos al momento de adquirir bienes electrodomésticos en la Casa Comercial "El Gallo mas Gallo".

PREGUNTAS:

- A.** ¿Conoce la existencia de la Ley 182, Ley de Defensa del Consumidor?
- 1. Nada**
 - 2. Poco**
 - 3. Mucho**
- B.** ¿Tiene conocimiento de alguno de sus Derechos que posee como consumidor?
- 1. SI**
 - 2. NO**
- C.** ¿Ha sabido acerca de capacitaciones que brinda el Estado para informarle sobre sus derechos como consumidor?
- 1. SI**
 - 2. NO**
- D.** ¿Alguna vez ha realizado reclamo por haber presentado desperfectos el bien electrodoméstico que compró en la Casa Comercial "El Gallo más Gallo"?
- 1. SI**
 - 2. NO**

E. ¿Sabe cuál es el procedimiento que se tiene que llevar a cabo para realizar un reclamo en la Casa Comercial "El Gallo más Gallo"?

- 1. SI**
- 2. NO**
- 3. POCO**

F. ¿Conoce la Dirección de Defensa del Consumidor del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio?

- 1. SI**
- 2. NO**

G. ¿Cree usted que el Estado interviene para garantizar sus derechos como consumidores?

- 1. SI**
- 2. NO**
- 3. NO SABE**

ENTREVISTA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
RECINTO UNIVERSITARIO RUBÉN DARÍO
UNAN-RURD

Entrevista realizada al Lic. Freddy Rodríguez Romero
Director de la Dirección de Defensa del Consumidor

Preguntas

1. ¿Qué tipo de control lleva esta institución acerca del número de demandas que se presentan?
2. ¿Existe una relación directa organismo-consumidor en la cual se esté en contacto por las demandas presentadas?
3. ¿Las personas encargadas de brindar asesoramiento legal a los consumidores por sus reclamos, deben ser profesionales en la materia?
¿La institución brinda talleres para su preparación?
4. ¿Qué tasa de éxito tienen los casos que son llevados por esta institución?
5. ¿Con cuánto personal cuentan para atender a los consumidores?
6. ¿Brindan capacitaciones a la población para informarle sobre sus derechos?
7. ¿Cuántos casos se presentaron en el II semestre del año 2010 sobre reclamos de bienes electrodomésticos? ¿Cuántos casos se resolvieron a favor del consumidor, cuántos a favor del proveedor?

ENTREVISTA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
RECINTO UNIVERSITARIO RUBÉN DARÍO
UNAN-RURD

Entrevista realizada a Lic. Lucía Morales

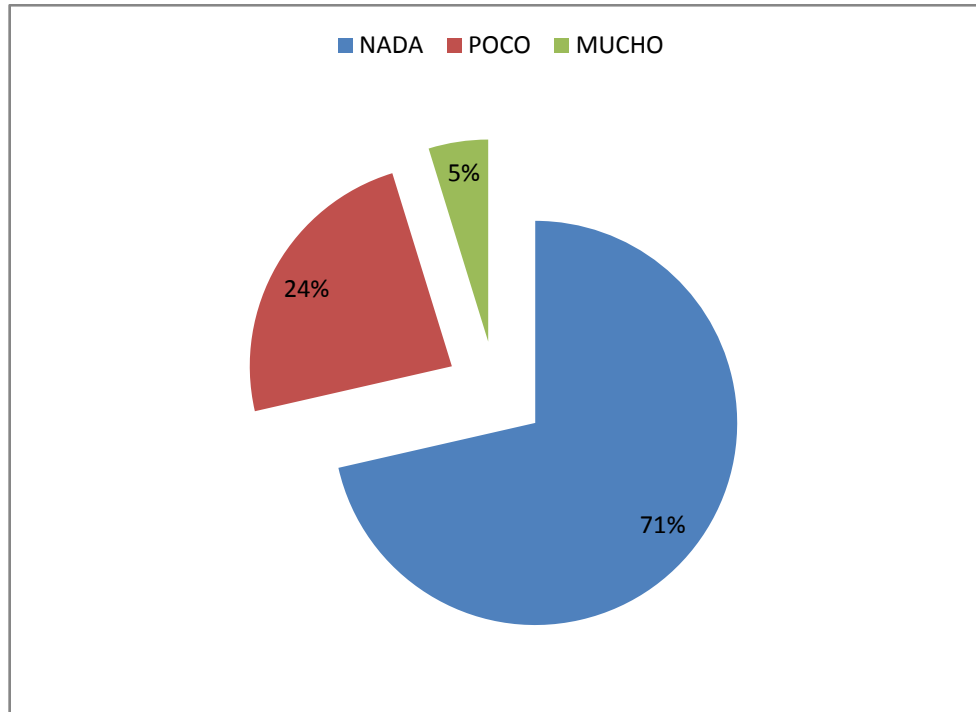
Responsable de atención al cliente del

"Gallo más Gallo"

Preguntas

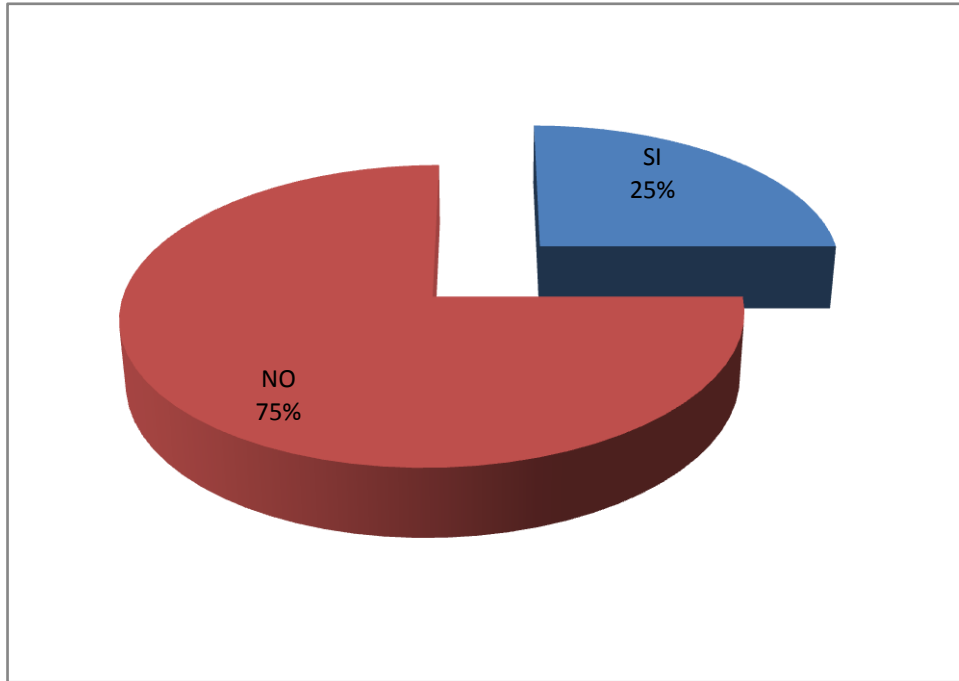
1. ¿Cómo se encuentra estructurado "El Gallo más gallo"?
2. ¿Cuáles son los requisitos para adquirir un bien electrodoméstico?
3. ¿Qué tipo de garantías les brindan a los consumidores al momento de adquirir un bien electrodoméstico?
4. ¿Qué documentos se le brinda al consumidor al momento de adquirir un bien electrodoméstico? ¿Brindan copia del contrato?
5. ¿Qué tipo de información se le brinda al consumidor al momento de adquirir el bien electrodoméstico?
6. ¿Están informados sobre la Ley 182?

Anexo Número 1.



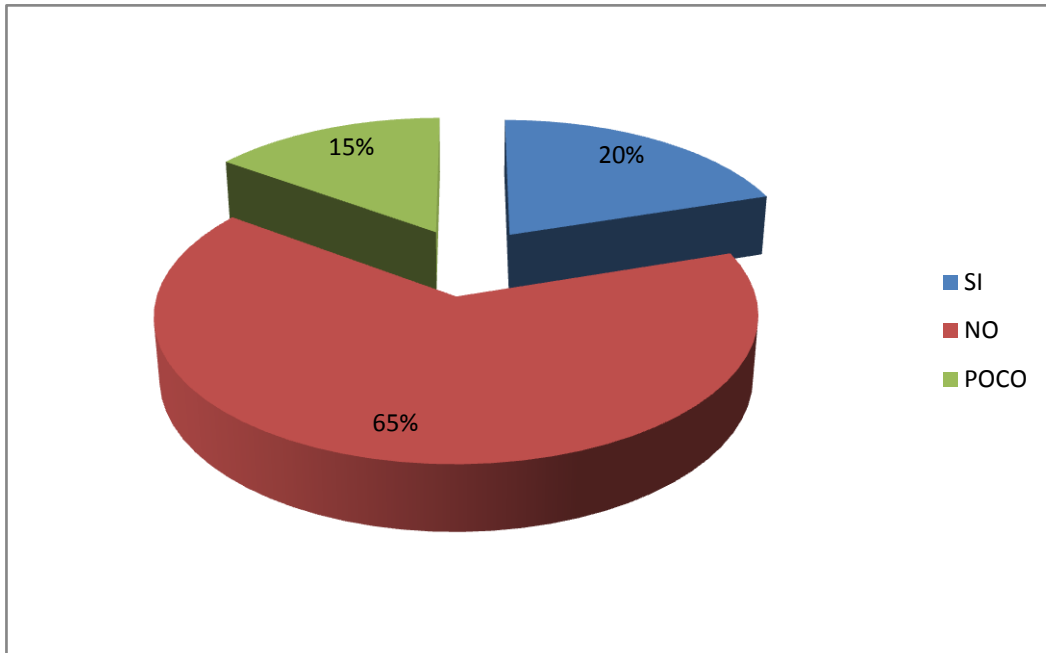
Información de la población sobre la Ley de Defensa de los Consumidores

Anexo Número 2.



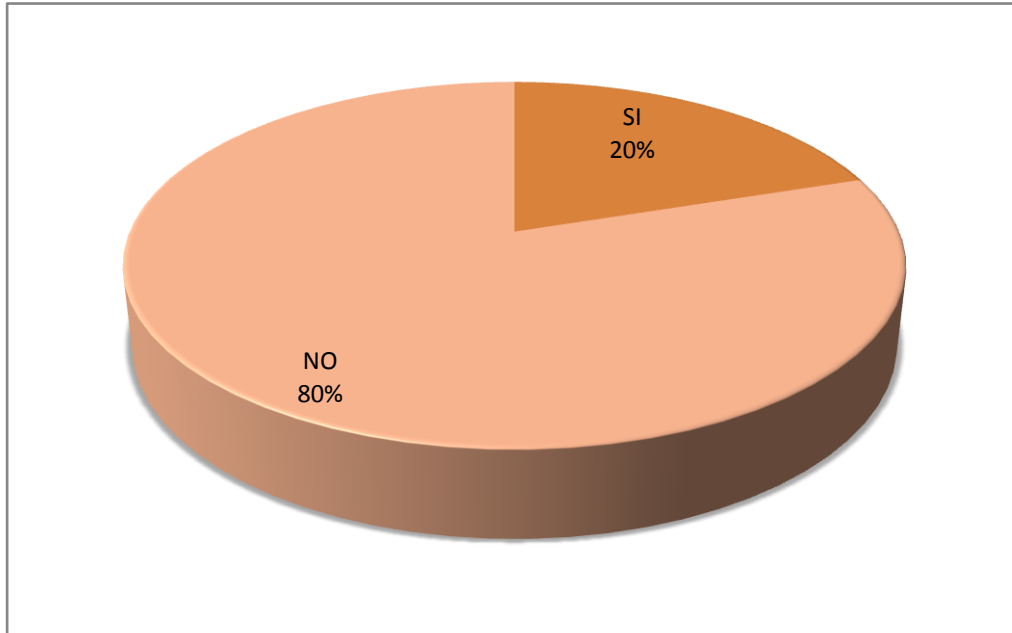
Conocimiento de sus Derechos como consumidores

Anexo Número 3.



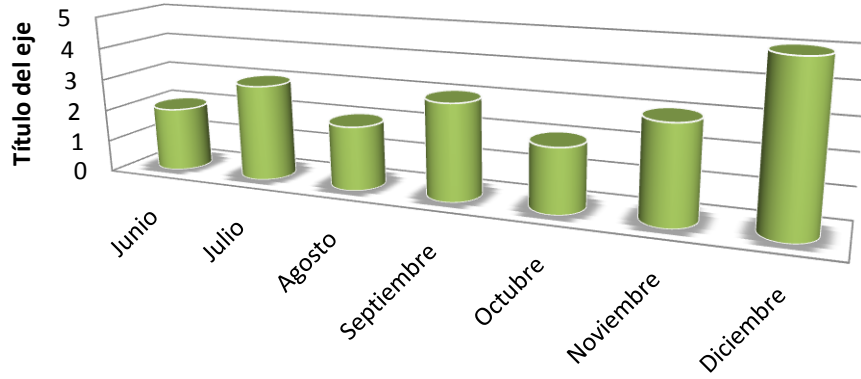
Conocimiento de capacitaciones y del procedimiento administrativo.

Anexo Número 4.



Conocimiento de la Dirección de Defensa del Consumidor

Casos presentados en la DDC

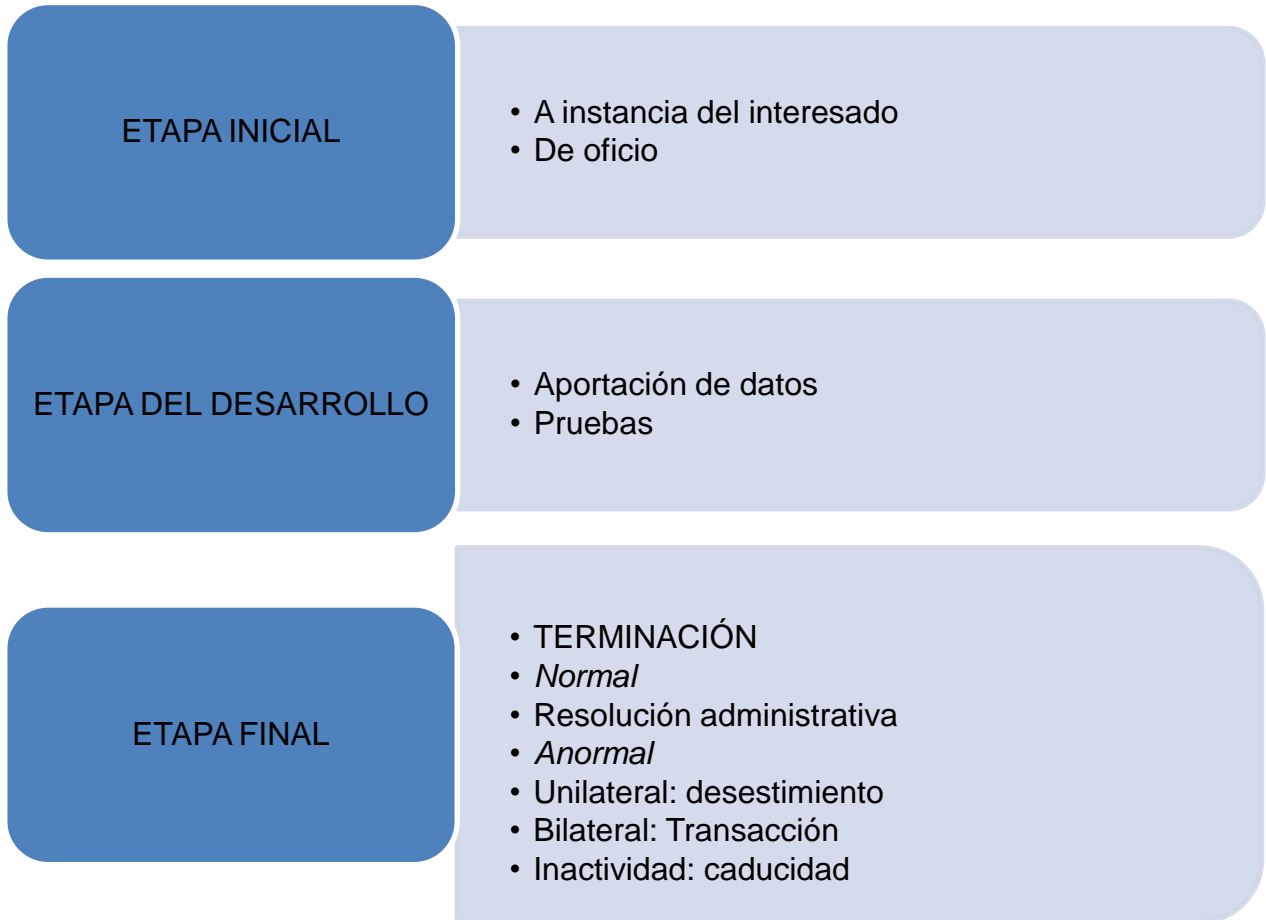


	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
■ Casos presentados en la DDC	2	3	2	3	2	3	5

Electrodomésticos del Gallo más Gallo

ANEXO

ESQUEMA DE LAS ETAPAS BÁSICAS DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO



Normas Jurídicas de Nicaragua

Materia: Mercantil

Rango: Leyes

LEY DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

LEY No. 182, Aprobada el 27 de Septiembre de 1994

Publicado en La Gaceta No. 213 del 14 de Noviembre de 1994

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA.

Hace saber al pueblo nicaragüense que:

LA ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA

En uso de sus facultades;

HA DICTADO

La siguiente:

LEY DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

CAPÍTULO I

OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA LEY

Artículo 1.- La presente Ley tiene por objeto garantizar a los Consumidores la adquisición de bienes o servicios de la mejor calidad, en sus relaciones comerciales, mediante un trato amable, justo y equitativo de parte de las empresas públicas o privadas individuales o colectivas.

Artículo 2.- Esta Ley es de Orden Público e Interés Social, los derechos que confiere son irrenunciables y prevalecen sobre otra norma legal, uso, costumbre, práctica comercial o estipulación en contrario.

Artículo 3.- Son actos jurídicos regulados por esta Ley, los realizados entre dos partes que intervienen en una transacción en su carácter de proveedor y consumidor; el objeto recaerá sobre cualquier clase de bienes o servicios públicos o privados.

Se incluyen servicios públicos tales como el suministro de energía, acueductos y alcantarillados, telecomunicaciones y correos, puertos, transportes y otros similares.

Se exceptúan los servicios que se prestan en virtud de una relación laboral y los servicios profesionales regulados por otra ley.

Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley se adoptan las siguientes definiciones:

a) Consumidores: Toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final bienes, productos o servicios de cualquier naturaleza.

b) Proveedores: Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores.

Artículo 5.- La importación, producción y comercialización de medicamentos de consumo humano deberá ser regulada por el Poder Ejecutivo. El control de calidad y precios de estos productos deberán ser parte de estas regulaciones.

CAPÍTULO II

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 6.- Los bienes y servicios que se oferten en el territorio nacional, deberán cumplir con las condiciones de cantidad y calidad de modo que su retribución sea equivalente al pago que hace el consumidor, todo de acuerdo a las normas de calidad, etiquetas, pesas y medidas y demás requisitos que deban llenar los bienes y servicios que se vendan en el país.

Artículo 7.- Los productos, actividades y servicios puestos a disposición de los consumidores no deben implicar riesgos para la salud o la seguridad de los consumidores. Cuando la utilización de un bien o servicio signifique riesgo para la salud debe ser puesto en conocimiento de los consumidores por medios claros y apropiados. Quienes incurran en violación a esta disposición responderán civil o criminalmente, según el caso.

Artículo 8.- Cuando exista escasez de productos básicos de consumo necesarios para la subsistencia humana, el Ministerio de Economía y Desarrollo tomará las medidas necesarias para evitar su acaparamiento por las personas que se dedican a su comercialización.

Artículo 9.- No podrá condicionarse la venta de un producto a la prestación de un servicio o a la adquisición de otro bien no requerido por el consumidor; salvo cuando se trate de ofertas o de la prestación de servicios en la que los prestatarios importan sus repuestos para dar ese servicio.

Es obligación de los proveedores extender factura o constancia por la venta de bienes o servicios; se exceptúan los bienes básicos de consumo popular.

Artículo 10.- Los representantes, distribuidores o expendedores de determinada

marca de bienes, están obligados a mantener la necesaria cantidad de repuestos que garantice plenamente la reparación del bien objeto de la representación, distribución o expendio, en caso de deterioro del mismo.

Artículo 11.- Las autoridades administrativas competentes por sí o en colaboración con organizaciones de consumidores, realizarán, campañas y actividades educativas con la finalidad de mantener informados a los consumidores sobre la calidad de los productos, seguridad o riesgos que representan contra la salud.

CAPÍTULO III DERECHO DE LOS CONSUMIDORES

Artículo 12.- Los Consumidores tienen derecho a:

- a) Protección de la salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios;
- b) Educación para el consumo;
- c) Una información veraz, oportuna, clara y adecuada sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado;
- d) Un trato equitativo y no abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios;
- e) Una reparación integral, oportuna y adecuada de los daños y perjuicios sufridos y que sean responsabilidad del proveedor;
- f) Exigir el cumplimiento de las promociones y ofertas cuando el proveedor no cumpla;
- g) Asociarse y constituir agrupaciones de consumidores;
- h) Acceder a los órganos administrativos o judiciales correspondientes para la protección de sus derechos y legítimos intereses;
- i) La preservación de un medio ambiente adecuado que garantice la conservación y desarrollo de los recursos naturales;
- j) Reclamar a las instituciones del Estado las negligencias por los servicios públicos prestados y que hayan producido un daño directo al consumidor;
- k) Estar protegido en relación a su vida, su seguridad y sus bienes, cuando haga uso de los servicios de transporte terrestre, acuático y aéreo, todo a cargo de los proveedores de estos servicios, que tienen que indemnizarlos cuando fueren afectados.

CAPÍTULO IV

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Artículo 13.- Todo proveedor de bienes brindará al consumidor información clara, veraz y suficiente al menos sobre las siguientes características:

- a) Composición, finalidad y aditivos utilizados;
- b) Cantidad de productos;
- c) Fecha de producción y vencimiento del producto;
- d) Instrucciones e indicación para su uso;
- e) Advertencia, riesgos e incompatibilidades con otros productos.

Artículo 14.- Los proveedores de servicios deberán tener una tarifa adecuada a la clase de los expuesta en sitio visible del lugar en que se prestan, y ajustarse a ella sin perjuicio de detallar al consumidor los materiales empleados, no incluidos en la tarifa con su precio respectivo.

Artículo 15.- Los precios de los bienes y servicios deberán incluir el valor de los mismos y toda clase de impuestos o cargas a que se encuentren afectos y que sean a cargo del consumidor. El monto del precio deberá indicarse en moneda nacional, de manera clara y se expondrán a la vista del público.

Artículo 16.- Los datos que ostenten los productos en sus etiquetas o empaques, se expresarán en idioma Español; y se ajustarán estrictamente a su naturaleza, características y condiciones, además de la finalidad enunciada; todo de acuerdo a las leyes sobre la normalización, etiquetas, metrología y al reglamento de la presente Ley.

Las leyendas garantizantes o cualquier otra equivalente deberán indicar en qué consiste la garantía, las condiciones, formas, alcances, plazos y el lugar en que el consumidor puede hacerla efectiva; además se utilizarán términos claros y precisos.

Artículo 17.- Cuando se expendan al público productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, se deberán indicar tales circunstancias en las facturas, de manera clara y precisa.

Artículo 18.- Cuando se exija algún requisito para la venta de determinado producto o servicio y el consumidor lo cumple, no podrá negársele a éste la adquisición del producto o prestación del servicio ni podrá cobrársele un precio mayor que el de la oferta publicada.

Artículo 19.- La oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa de productos,

actividades o servicios constituye delito de estafa, sin perjuicio de otras responsabilidades penales y civiles.

Se considera que hay engaño cuando:

a) En cualquier tipo de información, comunicación, publicidad comercial, envases o etiquetas se utilicen textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente impliquen inexactitud, oscuridad, omisión, ambigüedad o exageración.

b) Se induzca al consumidor a engaño, error o confusión sobre:

- El origen comercial geográfico del bien ofrecido;
- El lugar de prestación del servicio;
- Componentes o ingredientes del bien ofrecido;
- Los beneficios o implicancias del uso del producto o la contratación del servicio;
- Las características básicas del producto a vender o el servicio a prestar, tales como dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad u otros;
- Fecha de elaboración y vida útil del bien;
- Los términos de garantías que se ofrezcan;
- Los reconocimientos nacionales o extranjeros tales como medallas, premios, trofeos o diplomas;
- El precio del bien ofrecido, las formas del pago y el costo al crédito.

Artículo 20.- En las promociones y ofertas comerciales deberá indicarse en forma clara los términos de la misma, o sea su plazo o duración y la calidad y número de bienes o servicios ofrecidos. Cuando se tratare de dinero, deberá especificarse la suma total ofrecida, debidamente desglosada en los diversos premios, si los hubiere. Esta información podrá ser verificada por la autoridad competente.

CAPÍTULO V

DE LA PROTECCIÓN CONTRACTUAL Y DEL CONTRATO DE ADHESIÓN

Artículo 21.- Se entiende por contrato de adhesión aquel cuyas cláusulas se establecen unilateralmente por el proveedor de bienes o servicios, sin que el consumidor pueda discutir o modificar sustancialmente su contenido al momento de contratar.

Artículo 22.- Los contratos de adhesión deberán cumplir con los siguientes requisitos:

a) Estar escritos en idioma español. En las comunidades indígenas que se expresan en lenguas autóctonas, el contrato deberá también estar escrito en sus propias lenguas;

b) Redactados en términos claros y sencillos;

c) Legible a simple vista para una persona de visión normal;

d) No ser remitidos a textos o documentos que no se faciliten al consumidor, previa o simultáneamente a la celebración del contrato, cuando tales textos o documentos no sean del conocimiento público.

Artículo 23.- Las cláusulas de los contratos serán interpretados del modo más favorable al consumidor.

Artículo 24.- No producen ningún efecto las cláusulas de un contrato cuando en ellas se establezca alguna de las siguientes circunstancias:

a) Modificación unilateral del contrato o la rescisión del mismo por parte del proveedor, en perjuicio del consumidor;

b) Exoneración del proveedor de su responsabilidad civil; salvo que el consumidor caiga en incumplimiento del contrato;

c) Fijación de término de prescripción inferiores a los establecidos en el Código Civil;

d) Limitar u obstaculizar el derecho de acción del consumidor contra el proveedor, o invertir la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;

e) Imposición obligatoria del arbitraje;

f) Renuncia de los derechos del consumidor contenidos en la presente Ley.

CAPÍTULO VI

DE LAS OPERACIONES DE CRÉDITO Y LAS VENTAS A DOMICILIO

Artículo 25.- En las operaciones de venta en que se conceda crédito a los consumidores, deberá indicarse de manera clara lo siguiente:

a) Precio de venta de contado del producto que se ofrece;

b) Valor del pago inicial o prima;

c) Tasa de interés que se aplicará sobre el saldo, así como tasa de interés moratorio en caso de no pagar en el tiempo indicado las cuotas de amortización;

d) Monto total de los intereses a pagar;

e) Detalle y monto de cualquier otro recargo que se aplique en el contrato;

f) Suma total a pagar por el bien o servicio ofrecido;

g) Derecho del consumidor a pagar anticipadamente el crédito con la deducción de los intereses aún no causados.

Los contratos que se realicen a crédito deberán extenderse en original y duplicado, uno para el proveedor y otro para el consumidor.

De las Ventas a Domicilio.-

Artículo 26.- Venta a domicilio es la que se efectúa fuera del local o establecimiento del proveedor y en el domicilio del consumidor. Deberá estar amparada en documento escrito que deberá contener el nombre, dirección y teléfono del proveedor, representante o distribuidor; descripción del bien o servicio de que se trate y señalar la garantía ofrecida. Si la modalidad es a crédito deberá cumplir con lo establecido en el artículo anterior.

CAPÍTULO VII

RESPONSABILIDAD CIVIL

Artículo 27.- El proveedor incurre en responsabilidad civil en los casos siguientes:

a) Venta de bienes y servicios atribuyéndoles características o cualidades distintas de las que realmente tiene;

b) Falta de cumplimiento con las condiciones de la oferta, promoción o propaganda;

c) Venta de bienes usados o reconstruidos, como si fueran nuevos;

d) Promoción de bienes y servicios con base a declaraciones falsas, concernientes a desventajas o riesgos de la competencia;

e) Ofrecer garantías sin estar en capacidad de darlas.

CAPÍTULO VIII

DEL PROCEDIMIENTO

Artículo 28.- El consumidor podrá optar por pedir la rescisión del contrato o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa u objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan impropia o disminuyan su calidad o su posibilidad de uso, al que normalmente se le destina; y que de haberlos conocido el consumidor éste no los hubiere adquirido.

Artículo 29.- Los consumidores deberán realizar directamente ante el expendedor, las reclamaciones por compra de bienes de mala calidad o con defectos identificados por aquellos, sin perjuicio de que posteriormente se determine si las responsabilidades deben correr a cargo del importador, distribuidor o fabricante.

Artículo 30.- Los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto o en su caso a la devolución de la suma pagada por el mismo, en los siguientes casos:

a) Cuando habiendo sido considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto sea inferior al que debiera ser, o la calidad sea inferior a la indicada en el envase o paquete;

b) Si el producto se encontrare en mal estado.

Artículo 31.- Cuando un bien objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho a que se le repare sin costo adicional en el plazo más breve posible, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios que correspondan. Este derecho deberá ejercerse dentro de los treinta días siguientes, a partir de la recepción del bien.

Artículo 32.- Los derechos que esta ley otorga a los consumidores con respecto a las responsabilidades civiles, deberán ser ejercidos dentro de un plazo de 15 días a la fecha de la recepción del bien o dentro de 30 días cuando se trate de servicios; el proveedor deberá dar satisfacción al reclamo en un plazo que no exceda de los 10 días.

Artículo 33.- Si el proveedor no satisface el reclamo al consumidor, éste lo interpondrá ante el órgano competente que designe el Ministerio de Economía y Desarrollo, quien intervendrá para hacerle valer su derecho; todo de acuerdo al procedimiento administrativo que se establezca en el reglamento a la presente ley.

Artículo 34.- El Ministerio de Economía y Desarrollo en uso de las facultades que le confiere la presente ley puede ordenar las siguientes sanciones:

a) Reposición inmediata del producto u objeto del reclamo;

b) Devolución de la suma pagada en exceso por el mismo;

c) Establecer multas en los límites administrativos y de acuerdo con el reglamento que se establezca;

d) Cierre temporal en caso de reincidencia o de alta peligrosidad, o cierre definitivo cuando no haya otra solución de negocios, de establecimientos o unidades de producción. Quedan a salvo los derechos de los trabajadores;

e) Realizar decomisos, en coordinación con el Ministerio de Salud, cuando los productos representen riesgos para la salud, estén adulterados o se compruebe que infringen las disposiciones sobre normalización, etiquetas, metrología y el reglamento de la presente ley;

f) El funcionario o empleado público pondrá en conocimiento a la parte que corresponda, la demanda presentada para que en un término de 48 horas la conteste. Las partes presentarán las pruebas del caso en un plazo de ocho días, debiendo el funcionario fallar a los tres días de vencido el plazo. Las partes podrán apelar ante el Ministerio de Economía y Desarrollo en un plazo de dos días a partir de la notificación; el Ministerio deberá fallar en un plazo fatal de tres días.

Artículo 35.- Cuando de acuerdo a lo establecido en la presente ley y al Código Penal vigente, se deduzcan responsabilidades penales, el interesado interpondrá la denuncia o acusación en su caso ante la autoridad jurisdiccional competente.

CAPÍTULO IX

DERECHOS DE REPRESENTACIÓN, CONSULTA Y PARTICIPACIÓN DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Artículo 36.- Las asociaciones de consumidores se constituirán de acuerdo a lo establecido en la Ley General sobre Personas Jurídicas sin Fines de Lucro y tendrán como finalidad la defensa de los intereses de los consumidores, incluyendo la educación e información de los mismos; podrán recibir ayuda y subvenciones de parte del Estado.

Artículo 37.- Las asociaciones de consumidores tiene derecho a representar a los mismos en las instancias administrativas que se establezcan, por lo que no podrá negárseles ninguna información relacionada con los objetivos que se persiguen; y sus directivos serán atendidos con diligencia por los funcionarios o proveedores.

Artículo 38.- No podrán disfrutar de los beneficios reconocidos en esta ley, las asociaciones que concurren en algunas de las siguientes circunstancias:

a) Percepción de ayuda o subvenciones de las empresas o agrupaciones de empresas que suministren bienes, productos o servicios a los consumidores.

b) Realizar publicidad comercial y no meramente informativa de bienes, productos o servicios.

CAPÍTULO X

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 39.- Corresponde al Ministerio de Economía y Desarrollo la competencia y aplicación de la presente ley, asimismo adoptará las estructuras organizativas

necesarias, previa consulta con las asociaciones de consumidores para hacer efectivo el cumplimiento de las mismas.

Artículo 40.- Las multas establecidas en la ley y los montos regulados en el reglamento serán depositados a la orden del Ministerio de Economía y Desarrollo, en un fondo especial destinado a llevar a cabo una campaña permanente de divulgación y educación al consumidor. Dicho fondo especial será auditado en su manejo por la Contraloría General de la República. También deberán ser beneficiados con el 25% de este fondo las asociaciones de consumidores establecidas en el artículo 36 de esta Ley.

Artículo 41.- Dentro de los 180 días siguientes a la entrada en vigencia de esta Ley, el Presidente de la República elaborará y publicará su reglamentación.

Artículo 42.- Los servicios profesionales que carezcan de regulación propia, dispondrán de un período de dos años para regular su práctica, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley; si no lo hicieron durante este período les serán aplicables las disposiciones de esta Ley y su reglamento.

Artículo 43.- La presente Ley entrará en vigencia a partir de su publicación en cualquier medio de comunicación social sin perjuicio de su posterior publicación en La Gaceta, Diario Oficial y causará todos los efectos legales que procedan aun no estando reglamentada.

Dado en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional, a los veintisiete días del mes de Septiembre de mil novecientos noventa y cuatro.
REINALDO ANTONIO TÉFEL VÉLEZ, PRESIDENTE DE LA ASAMBLEA NACIONAL POR LA LEY.- **RAY HOOKER TAYLOR**, SECRETARIO DE LA ASAMBLEA NACIONAL.

POR TANTO:

Téngase como Ley de la República. Publíquese y Ejecútese. Managua, primero de Noviembre de mil novecientos noventa y cuatro. **VIOLETA BARRIOS DE CHAMORRO**, PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA.

Normas Jurídicas de Nicaragua

Materia: Mercantil

Rango: Decretos Legislativos

REGLAMENTO A LA LEY No.182 «LEY DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES»

DECRETO A.N. No. 2187, Aprobada el 12 de Mayo de 1999

Publicada en la Gaceta No.169 del 03 de Septiembre de 1999

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA

Hace saber al pueblo nicaragüense que:

LA ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA

HA DICTADO

El siguiente:

DECRETO

REGLAMENTO A LA LEY No.182 «LEY DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

CAPÍTULO I OBJETO Y DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo 1.- El presente Reglamento tiene por objeto la definición de los preceptos contenidos en la Ley No. 182, Ley de Defensa de los Consumidores. Establece los procedimientos que garantizan los derechos de los consumidores de adquirir bienes y servicios de la mejor calidad, asegurando en sus relaciones comerciales y de consumo, un trato justo y equitativo de parte de los proveedores, sean éstos públicos o privados.

Artículo 2.- Para los efectos del presente Reglamento se entenderá; como:

a) **La Ley:** La Ley No. 182, Ley de Defensa de los Consumidores.

b) **El Ministerio:** Es el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, que de acuerdo a la Ley 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo, sustituyó al Ministerio de Economía y Desarrollo de que habla la Ley 182, facultado por la misma para conocer en materia de Derechos del Consumidor.

c) **La Dirección o DDC:** Es la Dirección de Defensa del Consumidor, en el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

d) **Ente Regulador:** Es la Entidad Pública facultada por la ley para regular una determinada prestación de servicios básicos, ofrecida por empresas públicas o privadas, a los consumidores.

e) **Consumidor:** Es toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza bienes o servicios, de cualquier naturaleza.

f) **Proveedor:** Es toda persona natural o jurídica de carácter público o privado, que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a los consumidores.

g) **Contrato de Adhesión:** Es aquel cuyas cláusulas son establecidas unilateralmente por el proveedor de bienes o servicios, sin que el consumidor pueda discutir o modificar sustancialmente su contenido al momento de contratar.

h) **Oferta:** Es toda acción de ofrecer bienes y servicios en el comercio.

i) **Promoción:** Es la práctica comercial de ofrecer al público, bienes o servicios, con un incentivo adicional de corto plazo, sea éste de precios, entrega de bonos o de participación en rifas y concursos.

j) **Conciliador:** Es el funcionario de la DDC, facultado para ejercer, durante el proceso de conciliación en la instancia administrativa, la labor de procurar que las partes en conflicto lleguen a un advenimiento sobre el caso en disputa.

k) **Recurso:** Es la acción de comparecer ante el Ministro de Fomento, Industria y Comercio, por considerar el interesado que su derecho ha sido violentado.

l) **Precio CIF:** Es el precio de importación que incluye precio, seguro y flete.

m) **Precio al Consumidor:** Es el precio final pagado por el consumidor incluyéndose en este, el impuesto de venta que establece la Ley. En el caso de la venta de servicios, queda a criterio del consumidor pagar o no la propina y en ningún caso esta deberá incluirse en el precio de venta.

n) **Acaparamiento:** Es la acción de retener bienes fuera del comercio, con ocultamiento o sin él, con la finalidad de provocar su alza de precio o su escasez; y la negativa sin causa justificada, de prestar servicios con el fin de encarecer sus precios.

ñ) **Especulación:** Es la acción de vender bienes o prestar servicios a precios superiores a los fijados por el ente regulador competente.

CAPÍTULO II DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Artículo 3.- Son derechos de los consumidores consignados en la Ley:

- a) La protección de salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios.
- b) Recibir educación para el consumo.
- c) Recibir información veraz, oportuna, clara y adecuada sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado.
- d) Recibir un trato equitativo y no abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios.
- e) Demandar una reparación integral, oportuna y adecuada de los daños y perjuicios sufridos que sean responsabilidad del proveedor.
- f) Exigir el cumplimiento de las promociones y ofertas cuando el proveedor no las cumpla.
- g) Asociarse y constituir agrupaciones de consumidores.
- h) Acceder a los órganos administrativos o judiciales correspondientes, para la protección de sus derechos y legítimos intereses.
- i) La preservación de un medio ambiente adecuado que garantice la conservación y desarrollo de los recursos naturales.
- j) Demandar a las instituciones del Estado por la negligencia en los servicios públicos prestados que hayan producido un daño directo al consumidor.
- k) Estar protegido en relación a su vida, seguridad y bienes, cuando haga uso de los servicios de transporte terrestre, acuático y aéreo; todo a cargo de los proveedores de estos servicios e indemnizarlos cuando fuesen afectados.

CAPÍTULO III DEL ORGANO DE APLICACION DE LA LEY E INSTANCIA CONSULTIVA

Artículo 4.- La Dirección de Defensa del Consumidor. DDC, creada en virtud de la Ley 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo

y del Artículo 115 de su Reglamento, será la instancia del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, encargada de velar y hacer cumplir lo estatuido en la Ley 182 y en el presente Reglamento.

Artículo 5.- Para la eficiente aplicación de la Ley y de conformidad con la ley y el Artículo 6 de la Ley 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo, el Ministerio solicitará la colaboración de los Gobiernos Municipales y otras instituciones del Poder Ejecutivo, cuyo ámbito de competencia esté vinculado a la promoción y defensa de los derechos del consumidor.

Artículo 6.- Son funciones de la DDC, además de las establecidas en el Artículo 115 del Reglamento de la Ley 290, las siguientes:

a) Elaborar propuestas de Políticas y programas de trabajo anuales para el logro de sus objetivos.

b) Vigilar y hacer cumplir la Ley 182 y el presente Reglamento.

c) Establecer un Registro de las asociaciones de consumidores sin fines de lucro, así como controlar la ejecución de los fondos que otorgue el Ministerio, conforme el Artículo 40 de la Ley.

d) Conocer y resolver de las demandas y denuncias que interpongan los consumidores en contra de los proveedores de servicios, aplicando sanciones, cuando corresponda.

e) Promover entre las partes un advenimiento a través del procedimiento establecido en el Capítulo IV del presente Reglamento.

f) Establecer relaciones con la representación de los consumidores y darle cumplimiento a lo establecido en el Capítulo IX de la Ley 182.

g) Procurar el desarrollo e implementación de los programas de educación e información para beneficio de los Consumidores.

h) Realizar inspecciones a los proveedores a través de sus funcionarios debidamente acreditados. Estas inspecciones podrán ser realizadas de oficio, por queja o por denuncia de los consumidores.

i) Para efectos de resolver las causas que ante ésta se interpongan, la D.D.C. podrá auxiliarse de expertos para realizar peritajes.

j) Solicitar la colaboración de otras instituciones, para el desempeño de sus funciones.

k) Elaborar los procedimientos administrativos que sean necesarios para el desarrollo de sus funciones.

l) Recomendar nuevos instrumentos legales y administrativos que se consideren necesarios para mejorar la calidad de los bienes y servicios en el país.

m) Vigilar el cumplimiento del control de precios de aquellos productos de consumo básico, que por circunstancias excepcionales en virtud de la Ley estén sometidos a dicho control, tales como medicamento de consumo humano.

n) Todas las demás funciones complementarias para el logro de sus objetivos.

Artículo 7- De conformidad con el Artículo 37 de la Ley, créase el Consejo Nacional para la Defensa de los Derechos de los Consumidores, con sede en la ciudad de Managua, como una instancia de naturaleza consultiva de la DDC, cuyo objetivo principal será la promoción y defensa de los consumidores en todo el territorio nacional.

Artículo 8.- El Consejo Nacional para la Defensa de los Derechos de los Consumidores actuará en representación de los consumidores ante la Dirección y ante cualquier otra institución pública y privada, cuando se trate de defender los intereses generales de los mismos, cuando existan situaciones de desastre o de emergencia que exijan prevenir la especulación y acaparamiento de bienes básicos de consumo. Así mismo cuando por resolución tomada de conformidad con sus estatutos internos, el Consejo lo considere necesario.

Artículo 9.- El Consejo Nacional para la Defensa de los Derechos de los Consumidores, estará conformado de la siguiente manera:
a) El Director General de la Dirección General de Competencia y Transparencia en los Mercados del MIFIC.

b) Un Delegado de la Asociación de Municipios de Nicaragua (AMUNIC); y

c) Dos Delegados seleccionados de las Asociaciones de Consumidores que estén conformadas de manera permanente, y que cumplan con los requisitos establecidos de conformidad con el Capítulo X del presente Reglamento.

El Consejo Nacional para la Defensa de los Derechos de los Consumidores, sesionará ordinariamente una vez al mes. El nombramiento y funciones de los miembros del Consejo será Ad Honorem.

Artículo 10.- Son funciones y facultades del Consejo Nacional para la Defensa de los Derechos de los Consumidores:
a) Elaborar propuestas de Políticas y programas de trabajo para la promoción de los derechos de los consumidores, y someterla a consideración del MIFIC para su aprobación e implementación.

b) Gestionar ante el MIFIC y los Gobiernos Municipales la conformación inmediata de las estructuras administrativas necesarias en los municipios del país, para la aplicación eficiente de la Ley y del presente Reglamento.

c) Organizar campañas educativas y de información vinculadas con el consumo de bienes y servicios, dirigidas a los consumidores.

d) Brindar apoyo y asesoramiento a grupos de personas que deseen conformar nuevas asociaciones o grupos privados que trabajen en pro de los consumidores.

e) Aprobar sus propios estatutos internos para su debida organización y funcionamiento.

f) Ampliar el número de sus miembros cuando a su juicio lo considere necesario. Esta resolución se adoptará por mayoría calificada de los dos tercios de sus miembros.

Artículo 11.- Para la conformación del Consejo Nacional para la Defensa de los Derechos de los Consumidores, sus miembros procederán a su acreditación formal ante el MIFIC. Las organizaciones de la sociedad civil presentarán, transcurridos treinta días de la publicación del presente Reglamento, a dos representantes elegidos de entre sus organizaciones, a convocatoria de la Comisión de Producción, Distribución y Consumo de la Asamblea Nacional. La conformación e instalación del Consejo se hará dos meses después de entrar en vigencia el presente Reglamento.

Artículo 12.- Contando con la colaboración de la D.D.C. y los Gobiernos Municipales, el Consejo Nacional para la Defensa de los Derechos de los Consumidores, podrá establecer Capítulos o filiales departamentales, los que funcionarán de conformidad con sus estatutos.

Artículo 13.- Las autoridades ministeriales y las alcaldías municipales están obligadas a prestar el apoyo necesario para la debida aplicación de la Ley 182 y del presente Reglamento. Igual obligación se establece cuando se trate de hacer cumplir las resoluciones emitidas por la DDC.

CAPÍTULO IV DEL PROCEDIMIENTO DE LA DEMANDA, TRAMITE CONCILIATORIO

Artículo 14.- Conocida cualquier infracción a la Ley, su Reglamento y demás disposiciones conexas, por demanda, denuncia o de oficio la Dirección iniciará la investigación e instrucción del expediente.

Artículo .15.- La demanda o denuncia podrá ser verbal o escrita y deberá contener los siguientes requisitos:

- a) El nombre y generales del demandante o denunciante.
- b) Nombre y dirección exacta del establecimiento demandado o denunciado.
- c) La exposición clara y precisa de los hechos en que se funda.
- d) La especificación de lo que se pide o reclama, determinado con la mayor precisión posible.
- e) La indicación del lugar y fecha en que se plantea.
- f) Presentación en original de la factura o comprobante de adquisición del bien o servicio, la que una vez razonada se le devolverá al demandante.
- g) La firma del demandante o denunciante o de la persona que firma a su ruego, si no sabe o no puede firmar.

La demanda o denuncia escrita se acompañará en un duplicado, que será entregado a la parte demandada al momento de notificarla.

Artículo 16.- Si la demanda o denuncia no contuviera los requisitos enumerados en el Artículo anterior, el funcionario competente ordenará al demandante que subsane las omisiones, lo cual podrá hacer el interesado en forma verbal si así lo deseara.

Artículo 17.- Presentada la demanda o denuncia en la forma debida, la Dirección notificará en un plazo de 24 horas, a la parte que corresponda. El demandado o denunciado tendrá un plazo de 48 horas después de notificado, para contestar y asistir al Trámite Conciliatorio.

Artículo 18.- La notificación al supuesto infractor se hará por medio de Cédula que le será entregada personalmente en su establecimiento si se hallare en el, y no hallándose, la entrega se hará a cualesquiera de sus familiares o dependientes que se encuentren en el local.

Artículo 19.- La Cédula de Notificación deberá contener:

- a) La autoridad que la expide.
- b) El nombre y apellido de la persona a quien se haga la citación y el carácter con que se cita.
- c) El motivo por el cual se hace la citación.

d) El lugar, día y hora en que debe comparecer el citado a contestar la demanda y para el trámite conciliatorio que se hará en la misma audiencia.

e) El lugar y fecha en que se expide.

f) La firma del funcionario autorizado.

Artículo 20.- Si el demandado o denunciado no comparece por sí o por medio de representante en el término establecido, ni contesta la demanda, se le citará por segunda vez en la forma comprendida en el Artículo 17 del presente Reglamento.

En caso de que no comparezca ni conteste la segunda citación, se le tendrá por confeso y se dictará la resolución que corresponda.

Artículo 21.- Concurriendo las partes al Trámite Conciliatorio este se desarrollará así:

a) El funcionario de la DDC leerá en voz alta la demanda o denuncia.

b) A continuación, actuando como moderador, dará la palabra a los comparecientes quienes debatirán el asunto aduciendo las razones que estimaren pertinentes, finalizando el debate en el momento que el funcionario lo considere oportuno.

c) El funcionario hará un resumen objetivo del caso, haciendo ver a los comparecientes la conveniencia de resolver el asunto en forma amigable y los invitará a que propongan una forma de arreglo.

De lo ocurrido en la audiencia conciliatoria se dejará constancia en un Acta que firmarán el funcionario, los comparecientes y el secretario. Si los comparecientes no quisieren o no pudieren firmar, se hará constar en Acta.

Artículo 22.- Los acuerdos a que llegaren las partes en el Trámite Conciliatorio producirán los mismos efectos que las resoluciones firmes y se cumplirán en la misma forma.

Artículo 23.- En caso de no llegar a ningún acuerdo durante el Trámite Conciliatorio o cuando el demandado opte sólo por contestar la demanda o denuncia, el funcionario de la DDC, procederá a abrir inmediatamente a pruebas el caso, notificando a las partes en un plazo de 24 horas.

Artículo 24.- Las partes dispondrán de un plazo de 8 días hábiles a partir de la notificación para presentar las pruebas y documentos que corresponda, pudiendo el funcionario encargado, dentro de este período, solicitar mayor información a las partes o a terceros, para mejor proveer.

Artículo 25.- La DDC resolverá lo que en derecho corresponda dentro del plazo de 3 días hábiles, notificando a las partes de su resolución. El plazo para interponer el Recurso de Apelación ante el Ministro de Fomento, Industria y Comercio, será de dos días a partir de la notificación. El Ministro deberá fallar en un plazo fatal de tres días. Esta resolución agota la vía administrativa.

Artículo 26.- Las resoluciones emitidas por las Delegaciones Departamentales y Regionales de la DDC, tienen la misma fuerza legal que las dictadas por la Dirección. Las Apelaciones de estas resoluciones serán conocidas y resueltas por el Ministro.

Artículo 27.- Las resoluciones podrán ser absolutorias y condenatorias.

Artículo 28.- La resolución condenatoria dispondrá:
a) La imposición de la sanción correspondiente al infractor.

b) La prohibición de continuar con los actos violatorios de la Ley.

c) El mandato para que se restituya al consumidor perjudicado el derecho que le corresponde o que se le indemnice por el daño causado, más las costas en que incurrió el demandante en el proceso de demanda.

d) La advertencia al infractor que en caso de reincidencia o desobediencia de los mandatos de la Dirección, se le aplicarán las sanciones más drásticas que contempla la Ley y el presente Reglamento.

El plazo para hacer efectiva la resolución y las sanciones impuestas, será de 15 días hábiles a partir del día siguiente de la notificación.

CAPÍTULO V PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD

Artículo 29.- Todos aquellos bienes, productos, actividades o servicios, que sean ofertados a los consumidores, no deberán implicar riesgos para su salud o seguridad, salvo los normalmente derivados de su uso o disfrute. En todo caso, los riesgos naturales o propios deberán ser claramente especificados en el producto, mediante etiquetado, de conformidad con la norma técnica respectiva o conforme las especificaciones que se establezcan en el documento de compra venta.

Artículo 30.- Igual responsabilidad se establece para la propaganda o divulgación de cualquier producto, cuyo uso o disfrute conlleve algún riesgo, tales como el alcohol o tabaco.

Artículo 31.- En las campañas publicitarias, de productos cuyo uso de forma continua o prolongada implique riesgos para la salud humana, tales como el tabaco y bebidas alcohólicas, se deberá incluir una advertencia en forma de

leyenda sobre la peligrosidad de su uso, acorde con el tamaño del empaque o envase que diga: «el consumo de bebidas alcohólicas y tabaco es perjudicial para la salud». En esta clase de publicidad, se prohíbe la aparición de menores de edad, símbolos patrios, religiosos o cualquier otro elemento que constituya un mensaje que induzca a la juventud o a la niñez a su consumo.

Artículo 32.- Todo proveedor de bienes y servicios de consumo humano, que se percate de peligros o riesgos imprevistos para la salud y seguridad física de los consumidores, deberá comunicar tal hecho a la mayor brevedad posible a la autoridad competente e informar al público consumidor sobre la existencia de los riesgos o peligros que hubieren.

En ningún caso ofrecerá alimentos de consumo humano cuya fecha de vencimiento sea próxima a treinta días, lo mismo que productos que no dispongan de registro sanitario en Nicaragua ni aquellos que se encuentren en fase de experimentación. Las muestras necesarias para la realización de los análisis correspondientes, serán suministrados obligatoriamente por el proveedor u obtenidas por la DDC, con cargo a éste.

Artículo 33.- Comprobada por cualquier medio idóneo, la peligrosidad o toxicidad de un producto, en niveles considerados como nocivos o peligrosos para la salud de la población, la autoridad competente dispondrá el retiro inmediato de dicho producto del mercado y la prohibición de la circulación para el mismo. Los daños y perjuicios producidos por la acción de dichos bienes o productos, estarán a cargo del productor, proveedor o importador en su caso, de acuerdo a lo establecido en la ley de la materia.

Artículo 34.- Las patentes, autorizaciones, licencias u otros documentos o permisos otorgados por el Estado a productores de bienes o servicios para la investigación, desarrollo o comercialización de bienes que puedan resultar peligrosos o nocivos para la salud de la población, en ningún caso eximirán de la responsabilidad de indemnización por los daños y perjuicios efectivamente ocasionados a los consumidores, que de conformidad a lo dispuesto en la Ley y el presente Reglamento sean a cargo de los productores, proveedores, importadores, distribuidores o de quienes hayan participado en la cadena de distribución de estos bienes nocivos.

Artículo 35.- Los importadores, productores o distribuidores de bienes que en su composición lleven elementos o sustancias tóxicas o peligrosas, tales como; cáusticas, corrosivas, abrasivas o inflamables. deberán garantizar que en su empaque, embalaje, carga, transporte y almacenamiento, se observen las disposiciones contenidas en la legislación vigente para proteger la salud de los consumidores, así como la información correspondiente sobre su toxicidad o peligrosidad.

Artículo 36.- Las anteriores disposiciones sobre este tipo de productos, son sin perjuicio de lo establecido en la disposición especial de cada materia.

Artículo 37.- Los productos que en su composición lleven elementos o sustancias tóxicas o peligrosas deberán estar acordes con las normas de control de toxicidad y/o peligro de la salud pública establecida y aceptada internacionalmente.

CAPÍTULO VI DE LOS MEDICAMENTOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Artículo 38.- El control de calidad y precios de los medicamentos para consumo humano, del que se habla en el Artículo 5 de la Ley, estará a cargo del Ministerio de Salud, en cuanto a la calidad; y del Ministerio de Fomento, industria y Comercio, en cuanto a los precios.

Artículo 39.- La regulación de precios de los medicamentos para uso humano por parte del Ministerio, operará mediante un precio máximo de venta por producto, el que deberán observar los integrantes de la cadena de comercialización. Para determinar el precio máximo, se utilizará como parámetro preferencial, el precio CIF de los productos más un margen global y razonable para cada uno de los integrantes de la cadena de comercialización, tomando en cuenta las características comerciales del producto así como el mercado nacional y Centroamericano. De esta manera se establecerá un precio máximo de venta a nivel mayorista y al nivel detallista; dichos precios máximos permitirán e inducirán a la competencia de precios en beneficio de los consumidores.

Artículo 40.- El Ministerio pondrá listas de precios máximos de los productos farmacéuticos autorizados, publicará las disposiciones complementarias necesarias para su cumplimiento.

Artículo 41.- El control de calidad y precios, serán garantizados por el **MINSA** y por el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio respectivamente, a través de mecanismos de información suministrada en forma sistemática y clara, de tal manera que los consumidores puedan elegir, mediante la información obtenida, precios, calidad, descuentos, y mejor atención al público, que brinden las farmacias en el ejercicio de una libre competencia. Todo esto sin perjuicio de las acciones que deba tomar el **MINSA** en ejercicio de las facultades que le son conferidas por la ley.

Artículo 42.- El MINSA y el Ministerio, coordinarán acciones destinadas a impedir la importación, fabricación y comercialización de medicinas adulteradas, falsificadas, que no se encuentren debidamente registradas o que representen un riesgo para la salud del consumidor. Estas acciones coordinadas comprenderán, el decomiso de los productos o el cierre definitivo de los establecimientos o farmacias en caso de reincidencia, sin perjuicio de las acciones penales que se puedan emprender contra los presuntos culpables, de conformidad con el Código Penal.

Artículo 43.- Los Laboratorios, depósitos, distribuidores y representantes de casas extranjeras que vendan medicamentos para uso humano al mayoreo, están

obligados a marcar cada artículo o producto con el precio máximo de venta al público, además de un distintivo que permita claramente su identificación.

Artículo 44.- Los diferentes integrantes de la cadena de comercialización de medicamentos para uso humano están obligados a suministrar cualquier información requerida por el Ministerio, así como permitir, a solicitud de éste, la inspección y verificación que fuere pertinente.

CAPÍTULO VII DEL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

Artículo 45.- Para garantizar el derecho de los consumidores a una información y educación adecuada para el consumo de bienes y servicios, la DDC y el Ente Regulador competente deberán:

a) Vigilar que los proveedores de bienes y servicios hagan sus ofertas, con la información cierta y adecuada en español; en las Regiones Autónomas deberá ir en las lenguas de las distintas etnias, sobre sus características esenciales, tales como su origen, naturaleza, peso neto, aditivos, componentes, precio al consumidor en moneda de curso legal, fecha de elaboración o fabricación y caducidad. Esta disposición incluye a los productos importados, de conformidad con la norma técnica de cumplimiento obligatorio correspondiente, según se establece en la Ley de Normalización Técnica y Calidad.

b) Supervisar que el proveedor exponga de forma clara los precios, en moneda de curso legal, de los productos y servicios que ofrezcan al consumidor, haciendo diferencias en el monto establecido para ellos, así como los impuestos y cargas tributarias que por ley le corresponde pagar al consumidor.

Se exceptúan de esta disposición, aquellos servicios que por su naturaleza no pueden ser valorados con anticipación.

c) Cuidar que la garantía de los bienes y servicios, deba enunciarse en la información del producto.

d) Exigir que en el caso de los proveedores que ofrezcan al consumidor productos usados, reconstruidos o con alguna deficiencia de fabricación, se informe también al consumidor en forma clara y precisa, haciendo constar lo anterior en la factura o en el contrato de compra.

e) Realizar acciones de divulgación informativa que orienten y eduquen al consumidor sobre los mercados, para lo cual podrá solicitar el concurso o participación de las asociaciones o agrupaciones de consumidores.

La información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por su inexactitud.

Cuando el proveedor falte a la veracidad y no pueda cumplir lo ofrecido, será responsable frente al consumidor a quien se deberá resarcir los gastos ocasionados y en su caso, del pago de los daños y perjuicios.

Artículo 46.- Se establece con carácter obligatorio en los planes y programas oficiales de educación primaria y secundaria, la enseñanza de los derechos del consumidor. El Ministerio de Educación Cultura y Deportes, deberá vigilar y hacer efectiva ésta disposición.

CAPÍTULO VIII DEL DERECHO A RECIBIR UN TRATO EQUITATIVO Y OBTENER UNA REPARACION POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS SUFRIDOS

Artículo 47.- Ningún proveedor podrá condicionar la venta de un bien o servicio por la compra de otro. En caso de existir oferta o promoción, ella deberá siempre significar una disminución en el precio unitario que resulte beneficiosa al consumidor.

Artículo 48.- Sin perjuicio de lo estipulado en la legislación fiscal, los proveedores están en la obligación de extender factura o constancia por la venta de bienes y servicios; lo que servirá de documento habilitante y probatorio a los consumidores, al momento de efectuar demandas ante la DDC.

Artículo 49.- En el caso de la venta de servicios de reparaciones a que hace referencia el Artículo 31 de la Ley 182, cuando los bienes objeto de la reparación, presenten defectos imputables al proveedor del servicio o los mismos sean prestados en forma inadecuada, el consumidor tendrá derecho a que se le repare sin costo adicional alguno, sin perjuicio del derecho a reclamar indemnización por los daños y perjuicios ocasionados, en los tribunales comunes.

Artículo 50.- El derecho al reclamo a que se hace referencia en el Artículo anterior, deberá ser ejercido verbalmente o por escrito, ante el proveedor, en un plazo de hasta 30 días a partir de la recepción del bien objeto del servicio, y el proveedor deberá dar respuesta en un período máximo de 10 días.

Artículo 51.- Los Consumidores tendrán derecho a la reposición del producto, o a la devolución de la suma pagada por el mismo. cuando:

a) Conforme a normas oficiales, el contenido neto de un producto sea inferior al que debiera ser o la calidad sea inferior a la indicada en el envase o paquete.

b) El producto adquirido se encontrara en mal estado o sea vendido en la fecha de

vencimiento.

El derecho de reclamo ante el proveedor deberá ser ejercido verbalmente o por escrito, dentro de un plazo de 15 días a partir de la recepción del bien y el proveedor deberá satisfacerlo en un plazo máximo de 10 días.

Artículo 52.- En los casos en que el consumidor pague más del precio estipulado por el producto o servicio recibido, tendrá derecho a reclamar la devolución del excedente.

Artículo 53.- En cualquier caso cuando el proveedor no satisfaga el reclamo de que hablan los Artículos 50, 51 y 52 del presente Reglamento, el consumidor deberá acudir, en un término de 10 días hábiles a denunciar los hechos o interponer demanda ante la DDC de acuerdo al procedimiento establecido en el Capítulo IV del presente Reglamento.

Artículo 54.- El silencio de la DDC, en cuanto a un reclamo, deberá entenderse en sentido positivo, es decir, como la resolución favorable al reclamante, a quien el Ministerio extenderá la resolución correspondiente, aplicando al funcionario culpable, la multa referida en el Capítulo XIX del presente Reglamento.

CAPÍTULO IX DEL DERECHO A EXIGIR EL CUMPLIMIENTO DE LAS PROMOCIONES.

Artículo 55.- Son formas de promoción las siguientes prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de:

a) Proporcionar adicionalmente otro bien o servicio de cualquier clase que fuere a un precio menor del habitual en el comercio o en el mismo establecimiento; o en forma gratuita.

b) Bienes con un contenido adicional a la presentación usual del producto, en forma gratuita o a un precio menor del habitual.

c) Prometer dos o más bienes o servicios por un mismo precio.

d) Bienes o servicios con el incentivo de participar en sorteos, rifas, concursos y otros de la misma naturaleza.

e) Figuras o leyendas impresas en las cajas o envases de los productos o incluidas dentro de aquellos, distintas a las que usualmente deben llevar: sean o no coleccionables.

Artículo 56.- En todo caso, los proveedores deberán informar al consumidor lo siguiente:

a) El nombre y dirección de la persona natural o jurídica que realiza la promoción.

b) La identificación adecuada del bien o servicio a promocionar.

c) La fecha de inicio y de finalización de la promoción, así como las cantidades o unidades de que ésta conste, en los casos de rifas, sorteos y similares. En caso de no señalar duración de la promoción, se considerará indefinida y reclamable en cualquier tiempo.

d) Los lugares físicos en donde se realizara la promoción.

e) Las bases de la promoción en forma detallada.

Artículo 57.- La Dirección podrá requerir al proveedor, la información relacionada con las promociones.

Artículo 58.- Los fabricantes, importadores, distribuidores y expendedores en general de cualquier producto o servicio están en la obligación de cumplir al consumidor lo ofertado en el tiempo y en los términos anunciados en la publicidad.

Artículo 59.- Ningún proveedor podrá utilizar, como medio de propaganda el término «PROMOCIÓN», si no existe una verdadera promoción, de acuerdo a lo establecido en la Ley y el presente Reglamento.

CAPÍTULO X DEL DERECHO DE ASOCIARSE Y CONSTITUIR ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Artículo 60.- Se entenderá por Asociaciones de Consumidores y Usuarios, toda organización constituida por personas naturales, de acuerdo a la Ley 147, independientes de cualquier interés económico-comercial o político-partidista, cuyo objeto sea garantizar la protección y la defensa de los consumidores y usuarios, promover la información, la educación, la representación y el respeto de sus derechos.

Artículo 61.- Las asociaciones de consumidores, debidamente constituidas conforme a la Ley No. 147 « Ley General sobre Personas Jurídicas sin Fines de Lucro», tendrán participación activa en la DDC, la cual estará obligada a proporcionar toda la información relacionada con los objetivos que persiguen la Ley y el presente Reglamento.

Artículo 62.- Las asociaciones de consumidores debidamente constituidas, además del cumplimiento de lo establecido en el Artículo 13 de la Ley 147, para

poder gozar de los beneficios a que se hace referencia en el Artículo 40 de la Ley 189, deberán cumplir lo siguiente:

a) Registrarse ante la DDC y suministrar la información relacionada con el uso de los fondos que conforme la Ley, hayan recibido de parte del Ministerio.

b) Los ingresos recibidos por el Ministerio, deberán ser utilizados en campañas o actividades, encaminadas a garantizar el respeto al derecho de los consumidores estipulados en la Ley.

c) Nombrar a un delegado permanente para hacer efectiva la entrega del fondo y la rendición de cuentas a que se hace referencia en el Artículo 40 de la Ley 182.

d) No tener ningún interés en la promoción de causas comerciales y Políticas.

e) No aceptar anuncios de carácter comercial en sus publicaciones.

Artículo 63.- Serán finalidades de las asociaciones de consumidores entre otras:

a) Proteger y promover los derechos de los consumidores.

b) Representar los intereses individuales o colectivos de los consumidores ante las autoridades administrativas o judiciales, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan.

c) Representar los intereses de los consumidores ante las autoridades de Gobierno o ante los proveedores.

d) Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva en relación a la calidad, precios y otros aspectos de interés relacionados a los bienes y servicios ofertados en el mercado.

e) Realizar programas de capacitación, orientación y educación de los consumidores.

Artículo 64.- En los casos en que el Ministerio tenga conocimiento, por denuncia o de oficio, que alguna de las asociaciones de consumidores ha incurrido en violación al Artículo 38 de la Ley 182, éste abrirá el caso para su investigación, y una vez comprobado el hecho, suspenderá el beneficio económico que otorga el Estado y al que hace referencia el Artículo 40 de la Ley 182.

Las Asociaciones de Consumidores podrán hacer uso del Recurso de Revisión establecido en el Artículo 39 de la Ley 290, cuando se disponga la suspensión del derecho establecido en el Artículo 40 de la Ley 182, por parte del Ministerio. El Recurso de Revisión se interpondrá ante la misma instancia, en el término de quince días hábiles a partir del día siguiente de la notificación de la suspensión y deberá resolverse en un término de veinte días de interpuesto el recurso.

El agraviado por esta resolución podrá interponer el Recurso de Apelación ante la DDC en un término de seis días después de notificado; ésta remitirá el Recurso junto con su informe en un tiempo máximo de diez días, al Ministro, quien resolverá en el plazo de treinta días a partir de su interposición, agotándose así la vía administrativa.

Artículo 65.- La DDC contará con la colaboración del Ministerio de Gobernación, en lo que se refiere a suministrar información relacionada con las Asociaciones de Consumidores.

CAPÍTULO XI DEL DERECHO DE ACCIÓN ANTE LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS Y JUDICIALES

Artículo 66.- Los consumidores que consideren que han sido lesionados en sus derechos, y que no hallan recibido una respuesta satisfactoria de parte de su proveedor, podrán hacer valer los mismos, ante las siguientes instancias:

- a) El Ente regulador, en su caso.
- b) La DDC. Esta recibirá sus denuncias o demandas, las que deberán someterse a la investigación del mismo mediante un proceso administrativo, conforme se establece en el Capítulo IV del presente Reglamento.
- c) Los tribunales comunes. Sin perjuicio de la instancia administrativa a que hace referencia el presente Reglamento. Los consumidores podrán ejercer su derecho de acción ante los tribunales competentes, sean éstos civiles o criminales cuando así lo estimaren conveniente.

CAPÍTULO XII DE LA INFORMACION DE LOS PRECIOS DE BIENES SERVICIOS Y LA GARANTÍA DEBIDA POR EL PROVEEDOR

Artículo 67.- En todo establecimiento de venta de bienes y servicios a los Consumidores, deberán de colocarse en forma clara, precisa y en lugar visible al público, la identificación del servicio con su respectivo precio de contado. Se exceptúan de esta disposición aquellos servicios que por su naturaleza no pueden ser valorados con anticipación.

Artículo 68.- El proveedor de bienes y servicios sólo tiene derecho a recibir el pago del precio, exactamente como está anunciado o impreso en el establecimiento, en el producto, bien o servicio respectivo.

Artículo 69.- Se prohíbe al proveedor la adopción de cualquier práctica que induzca al consumidor a confusión, error o engaño, sobre el precio de los bienes o

servicios ofrecidos. En caso de que en un producto tenga más de un precio marcado por el proveedor, prevalecerá el menor.

Artículo 70.- Considerése garantía en la prestación de servicios de reparación, la condición de eficiencia en la ejecución o realización de los servicios contratados. Cuando la ineficiencia recaiga sobre servicios de reparación o mantenimiento de vehículos auto motores o de bienes muebles destinados al uso personal, para el uso en el hogar o en establecimientos profesionales, comerciales o industriales, el proveedor estará obligado, dentro de un plazo no mayor de 15 días hábiles después de hecho el reclamo, a prestar nuevamente el servicio contratado en forma satisfactoria y sin costo adicional para el consumidor. El proveedor podrá alternativamente, devolver al consumidor todas las sumas que éste le hubiese pagado por la prestación de dichos servicios, dejándose a salvo el derecho del consumidor para reclamar por los daños y perjuicios sufridos.

En aquellos casos en que la reparación no esté con garantía, el taller de reparación tendrá que efectuar una evaluación y diagnóstico, y solicitará la autorización expresa del consumidor, antes de iniciar la reparación ;n.

Artículo 71.- Tratándose de servicios distintos a los señalados en el Artículo anterior, la obligación del proveedor de prestar los servicios sin costo adicional, deberá realizarse dentro de un plazo prudencial, de acuerdo con la naturaleza del servicio. El proveedor podrá ejercer la opción señalada en la parte final del segundo párrafo del Artículo anterior, dejándose de igual manera, a salvo el derecho del consumidor para reclamar por los daños y perjuicios sufridos.

Artículo 72.- En todo contrato u operación de venta de bienes muebles nuevos o usados, destinados para el uso personal o del hogar, tales como artefactos eléctricos, mobiliarios, automóviles y otros, se entenderá por implícita la obligación de garantizar al comprador el funcionamiento normal y acorde a las especificaciones y el fin para el cual éstas sean fabricados. Esta obligación será exigible siempre que por defecto del producto o por causa imputable al fabricante, importador o proveedor, dichos bienes no funcionen adecuadamente.

Artículo 73.- El proveedor queda obligado, a garantizar el correcto funcionamiento y en caso contrario, a efectuar la reparación o el reemplazo del bien adquirido, y cuando esto no fuere posible, a la devolución de las sumas pagadas por el consumidor.

Artículo 74.- El período de garantía estará condicionado por la práctica del mercado, sin embargo el proveedor y los intermediarios estarán obligados a proporcionar al consumidor los términos de garantías mínimas que ellos reciban del fabricante.

Artículo 75.- El fabricante está obligado a conceder una garantía razonable en relación al funcionamiento eficiente del producto que manufactura. Cada

intermediario en la cadena de comercialización deberá responder de la garantía a su respectivo cliente.

El proveedor a quien el consumidor le exija el cumplimiento de la garantía, tiene derecho preferencial a que el intermediario con quien haya contratado, o el fabricante, le responda la garantía, sin perjuicio del derecho del consumidor de exigir directamente la garantía al fabricante o a cualquiera de los intermediarios.

El proveedor no podrá eludir la obligación de conceder la garantía otorgada al consumidor, sobre pretexto de delegarla en el intermediario o en el fabricante.

Artículo 76.- En todo los casos en que se proceda a cancelar una garantía por la vía de la devolución de la suma pagada por el consumidor, no podrá obligarse al adquirente del bien o servicio a recibir notas de crédito o cualquier forma de título valor, o compromisos de pagos a cuenta de futuras ventas, esto sólo si el valor del bien adquirido fue cancelado en efectivo. Si el contrato fue formalizado por la vía de la venta al crédito, la devolución se compondrá de lo pagado en efectivo a la fecha y de una nota en que conste la anulación del saldo adeudado, debiéndose entregar al consumidor los documentos en el que formalizó el crédito.

Artículo 77.- Los términos y condiciones de las garantías de los bienes, deberán constar por escrito en forma clara y precisa y podrán incorporarse al contrato de compra venta o a la factura respectiva, o podrá consignarse en documento aparte. En este último caso, el documento pasara a formar parte integrante del contrato de compra venta o de la factura de venta y contendrá por lo menos la siguiente información:

- a) Nombre y dirección exactos del establecimiento comercial,
- b) Nombre y dirección exactos del consumidor.
- c) Descripción precisa del bien objeto de la garantía, con indicación de la marca y el número de la serie, si fuera el caso, del modelo, tamaño o capacidad material y color predominante.
- d) Fecha de la compra y de la entrega del bien, con indicación del número del contrato de compra venta o de la factura respectiva, y de la boleta de entrega, si ésta no se hubiese efectuado inmediatamente o si se hubiese realizado fuera del establecimiento del proveedor.
- e) Términos de duración de la garantía.
- f) Condiciones generales para que la garantía se haga efectiva, con indicaciones de los riesgos cubiertos y de aquellos que no lo están.
- g) Lugar donde debe ser presentada la reclamación.

h) Aprobación expresa del proveedor o de su representante autorizado.

Se exceptúan de esta obligación aquellos bienes que por su naturaleza, no pueden ajustarse a esta disposición. Las listas de estos bienes serán publicadas periódicamente por la DDC.

Artículo 78.- Si dentro del período de garantía estipulado para equipos o productos mecánicos, eléctricos, electromecánicos, electrónicos, mobiliarios, vehículos de motor y otros bienes de naturaleza análoga, éstos no funcionaran adecuadamente, o no pudiesen ser usados normalmente, por defecto del producto o causa imputable al fabricante, importador o proveedor, este último estará obligado a la reparación de dichos bienes o a su reemplazo, dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que se presente la respectiva reclamación.

Si no fuese posible la reparación, el proveedor estará obligado a reemplazar el bien por otro igual o a devolver las sumas pagadas.

Cuando se trate de vehículos de motor o equipos de tecnología sofisticada, el término para su reparación o reemplazo será ; hasta seis (6) meses, siempre que en la garantía se pacte libremente entre proveedor y consumidor la responsabilidad de los primeros treinta (30) días.

Artículo 79.- Los proveedores de vehículos de motor nuevos están obligados a extender una garantía mínima de dos años o cincuenta mil kilómetros, lo que ocurra primero.

Cuando la garantía del fabricante sea más favorable al consumidor que los términos mínimos establecidos en este Artículo, será de obligatorio cumplimiento para el proveedor ofrecer la garantía del fabricante. El proveedor está obligado a proporcionarle al consumidor, la garantía de fábrica por escrito.

En el caso de los vehículos de motor usados, la garantía mínima a que se refiere el primer párrafo, será de tres meses o diez mil (10,000) Kilómetros, la circunstancia que ocurra primero.

Artículo 80.- Cuando los bienes presenten defectos o vicios ocultos que hagan imposible el uso para el que son destinados o que disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad de su uso, y que de haberlos conocido el consumidor no lo hubiese adquirido, o hubiese dado un menor precio por ellos, el proveedor estará obligado a recibirlos y devolver las sumas pagadas por el consumidor, según lo establece el Código de Comercio. No obstante, el consumidor podrá optar por recibir una rebaja en el precio, sin derecho a reclamo posterior.

Artículo 81.- Para los efectos de los tres Artículos anteriores, el consumidor notificará, a la mayor brevedad al proveedor, que procederá a reparar el bien en su almacén o taller.

El proveedor estará en la obligación de proporcionar el transporte para el retiro y devolución del bien, sin costo alguno para el consumidor, cuando se trate de artefactos grandes de acuerdo con las clasificaciones establecidas en los certificados de garantía y sólo desde el lugar en que dicho bien fue entregado al consumidor al momento de la venta.

Artículo 82.- Se podrá rehusar el cumplimiento de la garantía cuando el reclamo se haga fuera de su término de duración, o cuando el uso del bien vendido se haya realizado en forma contraria a las instrucciones del producto o los manuales de instrucciones. Cuando se trate de productos de fabricación extranjera, dichos manuales deberán estar expresados en idioma español.

De no haberse proporcionado al consumidor las instrucciones de uso en idioma español, el proveedor no podrá rehusar el cumplimiento de la garantía ni eximirse de responsabilidad extracontractual por daños y perjuicios, invocando uso inadecuado del producto por parte del consumidor, salvo que este uso refleje una falta de cuidado o un desconocimiento tal que las instrucciones en español no hubiesen prevenido el uso inadecuado.

Artículo 83.- El proveedor será responsable por los bienes que el consumidor le entregue para su reparación, mantenimiento o limpieza. Cuando por razón de la prestación de dichos servicios, los bienes de un consumidor, se deterioren o pierdan, el proveedor estará obligado a resarcir el valor de reparación o el valor total de los bienes, según el caso. Se exceptúan los daños causados por caso fortuito o fuerza mayor debidamente comprobada.

Lo dispuesto en este Artículo no se aplica al bien que haya sido abandonado por el consumidor, entendiéndose que el abandono se produce cuando hayan transcurrido cuarenta y cinco (45) días calendario desde la fecha en que el consumidor haya sido requerido para el retiro del bien, salvo que éste se vea imposibilitado por razones de caso fortuito o fuerza mayor.

Igualmente el proveedor será responsable por el bien que el consumidor aparte mediante abonos al precio de venta y no podrá sustituirlo por otro bien similar.

Son nulas y se tendrán por no puestas, las estipulaciones contractuales que eximan o limiten las responsabilidades establecidas en este Artículo para el proveedor de bienes o servicios.

Artículo 84.- El proveedor podrá ofrecer o pactar libremente, términos y condiciones de garantía superiores a los que normalmente se otorgan a bienes y servicios similares, y en tal caso, estará obligando al estricto cumplimiento de las condiciones ofrecidas o acordadas con el consumidor.

Artículo 85.- Los representantes, distribuidores o expendedores de bienes, como automóviles, equipos eléctricos, o de computación cualquier sea su marca, a los cuales se refiere el Artículo 10 de la Ley, están obligados a suplir la cantidad

necesaria de repuestos, de los productos distribuidos por ellos en el mercado, de forma tal que el consumidor pueda obtener la reparación de sus equipos en caso de falla o avería, sin perjuicio de lo establecido en los Artículos 28 y 29 de la Ley 182.

Artículo 86.- Son nulas y por lo tanto no producen ningún efecto, las estipulaciones contractuales que eximan o limiten las responsabilidades establecidas en este Capítulo para los proveedores.

CAPÍTULO XIII DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS O SERVICIOS PUBLICOS

Artículo 87.- Las Empresas que brindan servicios de acueductos y alcantarillado, energía eléctrica, correos y telecomunicaciones, transporte público urbano e interurbano, acuático y terrestre y en general todas las empresas públicas o privadas que presten servicios de esta naturaleza a los usuarios además de lo dispuesto en la Ley y en el presente Reglamento, están obligadas a cumplir fielmente lo que establezca la ley de la materia.

Artículo 88.- Las tarifas a las que hace referencia el Artículo 14 de la Ley 182, deberán estar adecuadas a la clase de servicio recibido y conforme lo autorizado por el Ente regulador, debiendo exhibirse las mismas de forma visible y en términos sencillos para el consumidor, en los lugares en que dichos servicios son cancelados.

Las empresas prestadoras de servicios básicos, no podrán eludir o rechazar el reclamo del usuario, aún cuando el servicio o medidor no esté a su nombre y el consumidor demuestre, con el consecutivo de sus recibos cancelados, que es él quien hace los pagos mes a mes.

Los usuarios de los servicios de energía eléctrica y agua potable que por cualquier razón no estén de acuerdo con su facturación, podrán demandar un peritaje técnico independiente a costa del reclamante, ante la DDC, la que ante tal solicitud deberá de proceder dentro de las 48 horas siguientes a efectuar el nombramiento del perito.

Artículo 89.- La DDC participará con las instancias rectoras, en la revisión y actualización de las normas que garanticen al consumidor el derecho a recibir seguridad al hacer uso del transporte acuático, aéreo o terrestre; estas instancias no podrán establecer ningún acuerdo con los prestadores de este tipo de servicios, que vayan en contra de los derechos de los consumidores.

Artículo 90.- Cualquier usuario de estos servicios, tiene derecho a ser indemnizado en caso de sufrir daño o perjuicio en su derecho, su seguridad, y sus bienes, los cuales podrá reclamar directamente en la institución o empresa que le

vendió el servicio y de recurrir, en caso de no ser atendido, a hacer uso del trámite administrativo ante la DDC, sin perjuicio de reclamar sus derechos en los tribunales comunes competentes.

Artículo 91.- Cualquier consumidor, residente dentro de la zona de operación de una de las empresas que suministran servicios básicos de agua, energía eléctrica y telecomunicaciones, está en el derecho de exigir que se le garantice el servicio. Así mismo, el proveedor deberá cumplir con sus obligaciones como prestatario de los mismos.

Artículo 92.- En los casos de existir solicitud de revisión de un usuario, por alteración de una factura o servicio deficiente de las empresas que los prestan, estas deberían atender dichas solicitudes, antes de iniciar la acción de suspensión del servicio en disputa. Presentado el reclamo por el consumidor, el proveedor de servicios públicos entregará al consumidor, la constancia correspondiente al reclamo.

Las empresas que brinden estos servicios básicos, no podrán condicionar la recepción del reclamo del usuario, al pago anticipado del valor de la factura reclamada o de un porcentaje de esta, u otras modalidades similares.

Artículo 93.- En casos de insatisfacción de los consumidores por los servicios recibidos de las empresas que prestan estos servicios básicos, podrán recurrir ante la misma empresa que los brinda, la cual revisará el caso conforme sus propios procedimientos. De ser el fallo adverso al consumidor, éste podrá interponer su reclamo ante el Ente Regulador de la empresa correspondiente, sin perjuicio de acudir ante la DDC.

Artículo 94.- Cuando los usuarios presenten retraso en la cancelación de su facturación, estas empresas no podrán suspender el servicio básico, sin haberle notificado por escrito, como mínimo quince días previos a la suspensión.

CAPÍTULO XIV DE LA PUBLICIDAD FALSA O ENGAÑOSA

Artículo 95.- Toda información, publicidad u oferta al público, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, en relación con los bienes ofrecidos o servicios a prestar, vincula al proveedor que solicite, autorice o pague la difusión correspondiente. Dicha información formará parte del contrato de venta que se celebre entre el proveedor y el consumidor.

Artículo 96.- Se considera que existe engaño y por consiguiente la comisión del delito de estafa, cuando el proveedor incurra en violación de lo consignado en el Artículo 19 de la Ley 182, y en consecuencia se induzca al consumidor a engaño, error o confusión sobre los siguientes aspectos en un producto o servicio:

- a) El origen comercial geográfico del bien ofrecido. es decir, cuando se promoció que el bien ha sido elaborado, fabricado o importado de un lugar diferente al de su origen real.
- b) El lugar en que se prestará el servicio.
- c) En los componentes o integrantes del producto, en relación a su cantidad, calidad o propiedades del mismo.
- d) Los beneficios o resultados, que obtendrá el consumidor después de haber usado un producto o contratado un determinado servicio.
- e) Las características básicas del producto a vender o el servicio a prestar, tales como: dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad u otros.
- f) Fecha de elaboración y vida útil del bien. Todo proveedor está en la obligación de informar correctamente a los consumidores sobre la fecha de elaboración, caducidad y tiempo de garantía de un bien o servicio ofertado.
- g) Los reconocimientos nacionales o extranjeros, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas. Ningún proveedor podrá atribuirse y divulgar, meritos o reconocimientos que no hayan recibido sus productos o servicios.
- h) El precio del bien ofrecido, las formas del pago y el costo al crédito. Cualquiera de estos elementos que se oferten o proporcionen, deberán ser cumplidos en la misma forma y monto en que fueron ofrecidos.

Artículo 97.- En las controversias que pudieren surgir como consecuencia de lo dispuesto en los Artículos 19 y 20 de la Ley, el anunciante deberá probar la veracidad de las afirmaciones contenidas en el mensaje publicitario.

Artículo 98.- Cuando la gravedad de las afirmaciones hechas en un mensaje publicitario considerado falso o engañoso así lo ameriten, la DDC ordenará la difusión de la rectificación de su contenido, a costa del anunciante y por los mismos medios en que se difundió el mensaje suspendido.

En todo caso cuando un consumidor considere que han sido violentados algunos de sus derechos por violación a lo estipulado en la Ley en su Artículo 19, podrá recurrir a los tribunales comunes competentes conforme las leyes ordinarias.

CAPITULO XV DEL CONTRATO DE ADHESIÓN

Artículo 99.- La redacción de estos contratos deberá ser realizada en forma clara y sencilla, de forma tal que pueda ser de fácil comprensión, para el consumidor.

Se prohíbe en los contratos de adhesión, la utilización de letras más pequeñas de las que puedan ser leídas a simple vista, por una persona con visión normal.

Artículo 100.- Los términos del contrato de adhesión deberán especificarse claramente en el cuerpo del contrato y no hacer remisiones a textos o documentos que no sean de acceso al consumidor, antes o durante la celebración del contrato o se refiera a documentos que no sean del dominio público.

Artículo 101.- No son válidas y se tendrán por no puestas en los contratos de adhesión, cláusulas conteniendo los siguientes elementos:

- a) Que le permitan al proveedor hacerle algún tipo de modificación que vaya en perjuicio del consumidor.
- b) Exoneración del proveedor de la responsabilidad civil, a la que se refiere la Ley.
- c) Fijación de términos de prescripción para ejercer sus reclamos, inferiores a los establecidos en la ley de la materia y leyes ordinarias.
- d) Limitar u obstaculizar el derecho de acción del consumidor.
- e) Imposición de cláusulas de arbitraje.
- f) Renuncia de los derechos del consumidor consignados en la Ley y el presente Reglamento.

Artículo 102.- El proveedor, cláusulas que le permitan rescindirle sin existir causa justa, sólo podrá hacerlo cuando la culpa recaiga en el consumidor y el proveedor deberá haberlo requerido por escrito de su obligación. En todo caso, no podrá rescindir el contrato sin notificar previamente al consumidor y de hacerlo, el consumidor podrá acudir directamente a la DDC.

Artículo 103.- Los servicios contratados por las empresas de servicios básicos y los consumidores, a los que se hace referencia en el Capítulo XIII del presente Reglamento, son contratos de adhesión y se regirán conforme lo establecido en la ley de la materia y las disposiciones especiales de este Reglamento.

CAPÍTULO XVI DE LAS OPERACIONES A CRÉDITO

Artículo 104.- En las operaciones de venta en las cuales se conceda crédito al consumidor de cualquier bien o servicio que se adquiera el proveedor está en la obligación de informar claramente lo siguiente:

- a) El precio de contado del producto o servicio que se ofrece, indicando claramente la diferencia entre efectuar el pago de contado o al crédito, dando a conocer, en caso de existir, los descuentos o bonificaciones o cualquier otro motivo por el cual exista diferencia entre el precio de venta a plazo y de contado.
- b) El valor de pago inicial o la prima, así como las opciones, si las hubiere, que tiene el consumidor sobre las posibilidades de negociar el monto de la misma.

c) La tasa de interés fija que se aplicará sobre el saldo, así como la tasa de interés moratorio en el caso de no pagar en el tiempo indicado, las cuotas de amortización. Igualmente deberá informarse el derecho que tiene de liquidar anticipadamente el crédito con la consiguiente reducción de interés, en cuyo caso no se le podrán hacer mas cargos que los de renegociación del crédito si los hubiese.

d) El monto total de los intereses a pagar en relación con lo pactado, indicándose además, en caso de existir los descuentos o bonificaciones o cualquier otro motivo por el cual exista diferencia entre el precio de venta a plazo y de contado.

e) El detalle o monto de cualquier otro recargo que se aplique en el contrato.

f) La suma total a pagar por el bien o servicio ofrecido.

En todo caso el consumidor podrá reservarse el derecho de realizar o no, la operación, según convenga a sus intereses.

Artículo 105.- Los contratos que se realicen a crédito, deberán extenderse en original y duplicado, siendo una para el proveedor y otra para el consumidor.

CAPÍTULO XVII DE LAS VENTAS A DOMICILIO

Artículo 106.- Venta a domicilio, es aquella que se efectúa fuera del local o establecimiento del proveedor y en el domicilio del consumidor. Deberá estar amparada en documento escrito que deberá contener: .

a) Nombre completo, dirección y teléfono del proveedor, representante o distribuidor.

b) Descripción completa del bien o servicio de que se trate y su respectivo precio.

c) La garantía ofrecida sobre la calidad del bien.

d) En los casos de las ventas a domicilio y a crédito, el proveedor deberá cumplir además, lo estipulado en el Artículo anterior.

Artículo 107.- Los proveedores que realicen ventas a domicilio, vía telefónica, por televisión, servicios de correo, mensajería, o cualquier otro medio en que no exista trato directo entre el proveedor y el consumidor y por lo tanto no sea posible la entrega inmediata del documento comprobatorio de la transacción efectuada, están en la obligación de garantizar lo siguiente:

a) Identificar plenamente al consumidor y su domicilio antes de hacer entrega del bien o servicio objeto de la transacción.

b) Cubrir los costos de transporte, envío o reenvío, en caso de que el consumidor no esté satisfecho con el producto recibido y desee devolverlo dentro del plazo estipulado para ello.

c) Informar correctamente los medios destinados por el proveedor para hacer efectiva la garantía o cualquier otra reclamación que desee hacer el consumidor.

d) Informar adecuadamente al consumidor sobre las características del bien ofrecido y demás requisitos a que se refiere el Artículo anterior.

En el caso específico de las ventas por televisión, el proveedor estará obligado a brindar información completa y veraz acerca del bien ofrecido y en caso de que a su recibo el consumidor se percate de que el producto no cumple con las calidades ofertadas en el anuncio publicitario, podrá devolverlo y reclamar el reembolso de su dinero, sin incurrir en costo alguno por ello.

Artículo 108.- En los casos en que el importe de la transacción vaya a ser cargada directamente a una cuenta telefónica o tarjeta de crédito, esto deberá ser explicado claramente al consumidor en la publicidad que se realice, o en su defecto, individualmente.

CAPÍTULO XVIII DE LOS BIENES DE CONSUMO HUMANO

Artículo 109.- En el caso de los productos básicos de consumo necesario para la subsistencia humana a que hace referencia al Artículo 8 de la Ley, la DDC deberá preventivamente evitar el acaparamiento y cuando esto ocurra, implementará las acciones que considere necesarias para disminuir sus efectos.

Artículo 110.- La calidad de los bienes y servicios que se oferten en el país, deberá corresponder a lo ofertado por el proveedor y el precio pagado por el consumidor; la instancia correspondiente emitirá las normas oficiales necesarias en materia de calidad de los productos, sobre todo de aquellos que determine como básicos de consumo necesarios para la subsistencia humana, de conformidad con la Ley de Normalización Técnica y Calidad.

Artículo 111.- El derecho de los consumidores a obtener productos con calidad, peso y medida conforme al importe pagado por los mismos, será tutelado por la DDC, conforme lo establecido en la Ley 182 y el presente Reglamento, las leyes de Normalización Técnica y Calidad y las normas que se emitan al efecto, así como la Ley de Metrología y sus Reglamentos.

Artículo 112.- Se considera violación a la Ley y al presente Reglamento, el acaparamiento de bienes de consumo básico a que se hace referencia en el Artículo 8 de la Ley 182. La infracción a esta norma será sancionada con decomiso del producto. En caso de reincidencia, se aplicará multa de acuerdo a lo establecido en el presente Reglamento, además del decomiso.

CAPÍTULO XIX DE LAS SANCIONES

Artículo 113.- Sin perjuicio de las acciones penales y civiles que correspondan, las infracciones a los preceptos de la Ley 182 y demás disposiciones derivadas de ella, serán sancionados de la siguiente manera:

a) La primera vez con multa de cinco a treinta veces el valor monetario de la demanda correspondiente, atendiendo la gravedad de la falta y la capacidad económica del infractor.

En caso de faltas que se califiquen de extraordinarias por la magnitud del perjuicio económico y social causado se sancionará primariamente con el cierre temporal del establecimiento, hasta por 30 días, y con multa de 6 mil a 15 mil córdobas.

b) En caso de reincidencias específicas, se irá duplicando la multa precedente o se establecerá el cierre temporal hasta por 60 días.

c) De persistir con la reincidencia, después de haber aplicado el cierre temporal y las multas, el infractor podrá ser sancionado con el cierre definitivo del establecimiento.

Artículo 114.- En el caso de los prestadores de servicios públicos que infrinjan la Ley 182 y el presente Reglamento, se le impondrán las siguientes sanciones:

a) La primera vez con multa de hasta 5 veces el valor monetario de la demanda correspondiente;

b) En caso de reincidencia, con multa de hasta 10 veces el valor monetario de dicha demanda.

Artículo 115.- Para el caso de la negativa por parte del infractor referido en el Artículo anterior de cumplir con las resoluciones emitidas por la DDC, se disponen las siguientes sanciones:

a) La primera vez con multa de hasta 20 veces el valor monetario de la demanda interpuesta por el consumidor;

b) La segunda vez con multa de hasta 30 veces dicho valor.

Artículo 116.- Se establece una multa de hasta el cien por ciento del salario mensual del funcionario de la DDC cuando en perjuicio de las partes, no dicte la resolución correspondiente en el plazo establecido.

Artículo 117.- Las sanciones de multas serán aplicadas por la Dirección y las de cierre temporal o definitivo del establecimiento, por el Ministro de Fomento, Industria y Comercio.

Artículo 118.- Las personas naturales o Jurídicas que aprovechando su credibilidad, su profesión o su especialidad, reafirmen una publicidad falsa o

engañosa o participen en ella, incurrirán en violación de lo preceptuado en el Capítulo XIV del presente Reglamento y se consideran coautoras de la infracción, haciéndose acreedoras de la misma sanción que se aplique al responsable de tal publicidad.

Artículo 119.- Cuando los productos representen riesgos para la salud o estén adulterados y/o vencidos, se procederá en coordinación con el Ministerio de Salud, para realizar decomiso de los mismos, aplicando además, la sanción pecuniaria contenida en el Artículo 113, inciso a) del presente Reglamento.

En caso de reincidencia, la sanción comprenderá el cierre definitivo de la farmacia o establecimiento infractor.

Artículo 120.- Cuando el infractor esté en rebeldía y no adopte las resoluciones de la DDC, ésta podrá acordar, en coordinación con las autoridades correspondientes, la suspensión de la licencia de comercio e importación, o la autorización para regentar farmacias o establecimientos comerciales que oferten bienes y servicios al consumidor, según sea el caso.

La DDC deberá informar a los consumidores, a la mayor brevedad posible, el nombre y ubicación del establecimiento sancionado.

CAPÍTULO XX DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

Artículo 121.- EL Ministerio de Hacienda y Crédito Público designará las partidas presupuestarias que conforme requerimiento del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, se consideren necesarias para la aplicación de la Ley 182 y el presente Reglamento.

Artículo 122.- Las resoluciones de la DDC, debidamente certificadas, tendrán carácter de presunción en la vía judicial.

Artículo 123.- Para todos los efectos, en los casos en que la Ley 182 hace referencia al Ministerio de Economía y Desarrollo, deberá entenderse que se trata del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, de acuerdo a la Ley y a la Ley 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo, publicada en La Gaceta Diario Oficial, No.102 del 3 de junio de 1998.

Artículo 124.- Se establece un plazo de tres meses, a partir de la entrada en vigencia del presente Reglamento, para que la información de las etiquetas de medicamentos y alimentos de consumo humano se expresen en idioma español.

Artículo 125.- Agotada la vía administrativa, el agraviado podrá hacer uso del Recurso de Amparo, mientras no esté en vigencia la Ley de Procedimiento de lo Contencioso Administrativo.

Artículo 126.- Para garantizar su existencia, las Asociaciones de Consumidores deberán de cumplir con lo dispuesto en la Ley No. 147, Ley General sobre Personas Jurídicas sin Fines de Lucro.

Artículo 127.- El presente Reglamento entrará en vigencia, noventa días después de su publicación en La Gaceta Diario Oficial.

Dado en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional, a los doce días del mes de Mayo de mil novecientos noventa y nueve. **IVAN ESCOBAR FORNOS**, Presidente de la Asamblea Nacional. **VICTOR MANUEL TALAVERA HUETE**, Secretario de la Asamblea Nacional.

Por tanto: Téngase como Ley de la República. Publíquese y ejecútese. Managua, catorce de Junio de mil novecientos noventa y nueve. **ARNOLDO ALEMAN LACAYO**, Presidente de la República de Nicaragua.