

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS**

**CARRERA: ABOGADO Y NOTARIO Y LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y  
SOCIALES**

**EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIACO EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES  
DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS  
TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS**

**ASESOR: LIC. WALTER OSWALDO ARANA ROMERO**

**REVISOR: LIC. MARCO ANTONIO BARRIOS BARRIOS**

**ESTUDIANTE: EDGAR JUAN ROBLERO MORALES**

**SAN MARCOS, FEBRERO DE 2017**



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS  
CARRERA: ABOGADO Y NOTARIO Y LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y  
SOCIALES**

**EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIACO EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES  
DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS  
TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS**

**TESIS:**

**PRESENTADA AL HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR DE LA CARRERA DE  
ABOGADO Y NOTARIO Y LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES  
DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS DE LA UNIVERSIDAD DE SAN  
CARLOS DE GUATEMALA**

**POR:**

**EDGAR JUAN ROBLERO MORALES**

**PREVIO A CONFERÍRSELE EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**SAN MARCOS, FEBRERO DE 2017**



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS**

**CONSEJO DIRECTIVO:**

LICDA. EUGENIA ELIZABETH MAKEPEACE ALFARO	DIRECTORA
LIC. BYRON LIONEL OROZCO GARCÍA	REPRESENTANTE DOCENTE
ING. AGR. CARLOS ANTULIO BARRIOS MORALES	REPRESENTANTE DOCENTE
LIC. MARIO ROBERTO CHANG BRAVO	REPRESENTANTE DE GRADUADOS
MEPU. BILDA IRENE RUIZ GALICIA	REPRESENTANTE ESTUDIANTIL
BR. NESTOR FRANCHESCOU ÁNGEL ROBLERO	REPRESENTANTE ESTUDIANTIL

**COORDINACIÓN ACADÉMICA:**

LIC. EDWIN RENÉ DEL VALLE LÓPEZ	COORDINADOR ACADÉMICO
ING. JORGE ROBELIO JUÁREZ GONZÁLES	COORDINADOR CARRERA TÉCNICO EN PRODUCCIÓN AGRÍCOLA E INGENIERO AGRÓNOMO CON ORIENTACIÓN EN AGRICULTURA SOSTENIBLE
LIC. FRANCISCO LEONARDO HERNÁNDEZ CASTILLO	COORDINADOR DE LA CARRERA DE PEDAGOGÍA Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
LICDA. AMINTA ESMERALDA GUILLEN RUÍZ	COORDINADORA DE LA CARRERA DE TRABAJO SOCIAL



LIC. ROBERT ENRIQUE OROZCO SÁNCHEZ

COORDINADOR CARRERA  
DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

LIC. WANDER HUGO RAMÍREZ CARDONA

COORDINADOR  
CARRERA DE ABOGADO  
Y NOTARIO Y  
LICENCIATURA EN  
CIENCIAS JURÍDICAS Y  
SOCIALES

DR. JORGE GUTIERRÉZ HAZBUN

COORDINADOR  
CARRERA DE MEDICINA

LIC. JUAN CARLOS LÓPEZ NAVARRO

COORDINADOR DE LA  
EXTENSIÓN DE SAN  
MARCOS

ING. EDGAR RONALDO DE LEÓN CÁCERES

COORDINADOR DE LA  
EXTENSIÓN DE  
MALACATÁN

LIC. VÍCTOR HUGO OROZCO GODÍNEZ

COORDINADOR DE LA  
EXTENSIÓN DE TEJUTLA

LIC. LISANDRO DAGOBERTO DE LEÓN GÓMEZ

COORDINADOR DE LA  
EXTENSIÓN DE TACANÁ

LIC. BYRON LIONEL OROZCO GARCÍA

COORDINADOR DE  
ÁREA DE EXTENSIÓN

ING. RUBÉN FRANCISCO RUÍZ MAZARIEGOS

COORDINADOR DEL  
INSTITUTO DE  
INVESTIGACIÓN

ING. OSCAR ERNESTO CHÁVEZ ÁNGEL

COORDINADOR  
CARRERA DE  
INGENIERÍA CIVIL

LIC. CARLOS EDELMAR VELÁSQUEZ GONZÁLES

COORDINADOR  
CARRERA AUDITOR  
PÚBLICO Y AUDITORÍA



**COORDINACIÓN DE CARRERA DE ABOGADO Y NOTARIO Y LICENCIATURA EN  
CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.**

LIC. WANDER HUGO RAMÍREZ CARDONA  
COORDINADOR DE CARRERA

LIC. LUIS EDGARDO REYNA GÓMEZ  
UNIDAD DE TESIS

LIC. MARCO ANTONIO BARRIOS BARRIOS  
UNIDAD DE EXÁMEN TÉCNICO PROFESIONAL

**NOTA:** Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la Tesis. Artículo 43 del Normativo para Elaboración del Trabajo de Tesis de la Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales.





San Marcos, 26 de septiembre de 2016.

Lic. Luis Edgardo Reyna Gómez

Unidad de Tesis

Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales

Centro Universitario de San Marcos, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Licenciado Reyna Gómez:

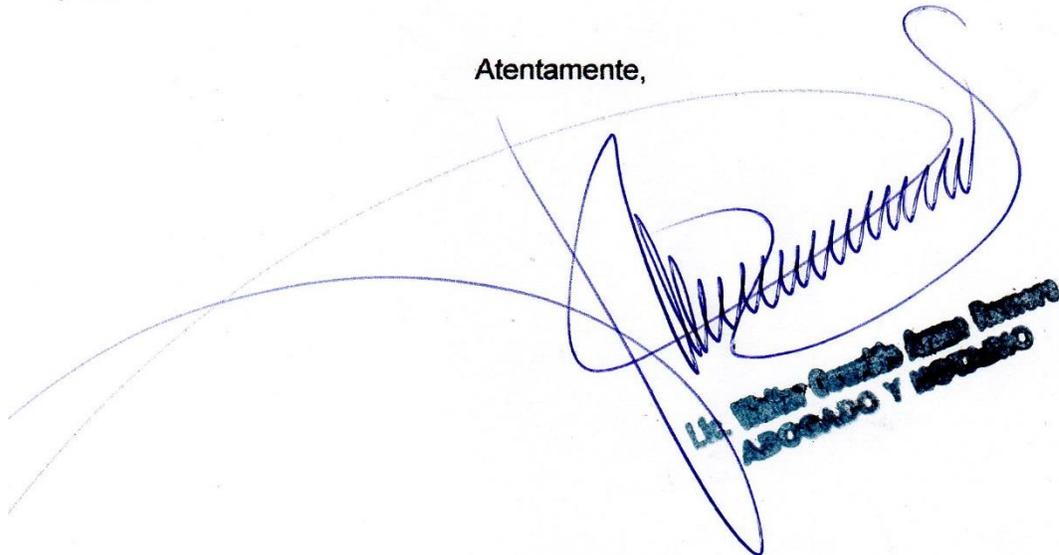
Tengo el honor de dirigirme a usted, con el objeto de informarle que en cumplimiento del nombramiento en mí recaído, procedí a asesorar el trabajo de tesis del Bachiller **EDGAR JUAN ROBLERO MORALES**, intitulado **“EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIACO EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS”**. Para el efecto hago constar que el sustentante tomó en cuenta las sugerencias realizadas, efectuó las investigaciones y correcciones que se formularon en las revisiones.

Al autor de la tesis se le orientó en el trabajo de investigación, utilizándose los métodos y técnicas de investigación aplicables, consultando bibliografía, integrando normas, llevando a cabo una adecuada investigación, constituyendo un decidido aporte teórico y técnico al derecho guatemalteco sobre la aplicación de medidas legales de protección a los consumidores y usuarios de telefonía, consignando las conclusiones necesarias para ello, señalando las recomendaciones pertinentes, así como de una selecta bibliografía.



Analizado el tema propuesto y metodología utilizada, me permito manifestar que el sustentante realizó una investigación adecuada a las exigencias de dicho trabajo y de la temática desarrollada, por lo que considero llena los requisitos de los artículos 29 y 32 del Normativo para Elaboración del Trabajo de Tesis de la Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales. En virtud de lo anterior emito, **DICTAMEN FAVORABLE**, para que el trabajo de tesis continúe con el trámite respectivo.

Atentamente,



Handwritten signature in blue ink, appearing to read "Walter Oswaldo Arana Romero".

Lic. Walter Oswaldo Arana Romero  
ABOGADO Y NOTARIO

Lic. WALTER OSWALDO ARANA ROMERO

Colegiado Activo No. 2,491.



San Marcos, 23 de Enero de 2017

Licenciado Luis Edgardo Reyna Gómez

Unidad de Tesis

Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales

Centro universitario de San Marcos, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Atento y respetuoso informo a Usted que en cumplimiento de la providencia de fecha cuatro de octubre del dos mil dieciséis emitida por la Unidad de Tesis a su cargo, procedí a **REVISAR** el trabajo de graduación elaborado por el Bachiller: EDGAR JUAN ROBLERO MORALES titulado "EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIACO EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS".

Luego de haberse efectuado a mi solicitud los cambios pertinentes, considero que la investigación ha sido técnicamente bien desarrollada, que la bibliografía consultada está relacionada con el tema y que la metodología, técnicas de investigación utilizadas y la redacción de los temas es clara, las conclusiones son congruentes con lo investigado, y que las recomendaciones constituyen un importante aporte dentro de nuestra legislación vigente por su aporte científico.

  
Lic.  
Marco Antonio Barrios Barrios  
ABOGADO Y NOTARIO



Del análisis practicado, he establecido que el trabajo presentado por el sustentante cumple con los requisitos establecidos en los artículos 29 y 32 del Normativo para elaboración del trabajo de tesis de la carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales, emito dictamen favorable en mi calidad de REVISOR para continuar su trámite y para el efecto se traslade al Consejero-docente de estilo, para que posteriormente sea discutido en su oportunidad en el examen público de tesis.

Por lo que ante tal consideración me suscribo de usted atentamente



Lic. Marco Antonio Barrios Barrios

Colegiado 6047

*Lic.*  
*Marco Antonio Barrios Barrios*  
ABOGADO Y NOTARIO



San Marcos, 27 de febrero 2,017

Licenciado:

Luis Edgardo Reyna Gómez.

Unidad de Tesis

Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales

CUSAM, San Marcos

Atentamente me permito indicar que después de recibido el trabajo de Tesis del Estudiante **EDGAR JUAN ROBLERO MORALES**, titulado: **“EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIACO EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS”**.

Sobre el mismo se hizo el análisis sistemático, las correcciones ortográficas y gramaticales correspondientes de acuerdo al Artículo 33 del Normativo para la Elaboración de Tesis de la Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, por lo que al haber cumplido con las directrices instrumentales metodológicas indicadas, me permito emitir **DICTAMEN FAVORABLE**.

Con ello puede proseguir su recorrido administrativo a la etapa inmediata correspondiente.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

Licenciado Jorge Mario Ochoa Gálvez  
Consejero-Docente de Estilo

c.c. archivo

Jorge Mario Ochoa Gálvez  
M.Sc. en Docencia Universitaria  
Colegiado 7.638





COORDINACIÓN DE LA CARRERA DE ABOGADO Y NOTARIO Y LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS. San Marcos, veintidós de marzo de dos mil diecisiete.

En vista de los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del Trabajo de Tesis del estudiante: **EDGAR JUAN ROBLERO MORALES**, Carné 200031889, intitulado: **“EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIACO EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS”**. Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de la Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales.

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Lic. Wander Hugo Ramírez Carmona  
Coordinador a.i Carrera de Abogado y Notario  
Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales



WHRC/erdlp

Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales

Edificio Módulo de la Carrera de Derecho, Centro Universitario de San Marcos, San Marcos



Providencia No. 007-2017  
Fecha: Marzo 28 de 2017

ASUNTO: Remito a usted el INFORME FINAL DE TESIS Y PROVIDENCIA QUE AUTORIZA SU IMPRESIÓN del estudiante: **EDGAR JUAN ROBLERO MORALES, Carné No. 200031889**, con el visto bueno y sellos que solicitan, según el Artículo 34 del NORMATIVO PARA LA ELABORACION DEL TRABAJO DE TESIS DE LA CARRERA DE ABOGADO Y NOTARIO Y LICENCIATURA EN CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES, de este Centro.

Atentamente pase a: Lic. Wander Hugo Ramírez Cardona

Coordinador a.i Carrera Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales,

CUSAM, Edificio.

PARA:

Su conocimiento

Emitir opinión

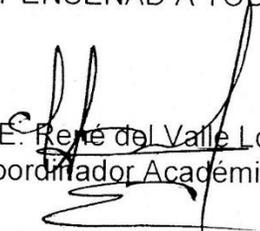
Efectos consiguientes

Atender lo Solicitado

OBSERVACIÓN: Anexo: lo indicado.



ID Y ENSEÑAD A TODOS

  
Lic. E. René del Valle López  
Coordinador Académico



## DEDICATORIA

- A DIOS: Por darme la vida, paciencia, sabiduría, ilusión y esperanza de una vida mejor.
- A MI MADRE: Flora Aurelia Morales de León por guiar mis pasos y sus oraciones.
- A MI PADRE: Alfonso Roblero Pérez por ser un hombre valiente y de visión.
- A MIS ABUELOS: *Pateros:* Juan Roblero y Natalia Pérez (Q.E.P.D). *Maternos:* Exiquela de León (Q.E.P.D) y Telesforo Morales que han sido gran ejemplo de lucha y de vida.
- A MI ESPOSA: Enma Berta Morales Velásquez por su confianza, apoyo y ser mi compañera ideal.
- A MI HIJO: Juan Edilzar para que mi ejemplo sea digno de imitar.
- A MIS HERMANAS: Maribel, Olinda, Ulda, Florita y Evelyn por su cariño.
- A MIS HERMANOS: Otoniel, Filiberto, Magdaleno y Ananías por su apoyo.
- A MIS AMIGOS: Juan Pablo Almengor, Eduardo Fuentes, Josué González, Ricardo Escobar, Herick Sosa, Mario Roberto Juárez, Hannes, Emerson y Carlos González, por todas las cosas compartidas.
- A MI FAMILIA EN GENERAL: A quienes agradezco su apoyo y creer en mí.
- A MIS DOCENTES DE LA SEGUNDA COORTE DE LA CARRERA DE DERECHO: *Licenciados:* Walter Arana, Efraín Reina, Rolando Ramos, Marco Antonio Barrios, Luis Reyna, Daniel Fuentes. *Licenciadas:* Magnolia Orozco, Alba Dina Tzul, Gladys Juárez, entre otros, por su sacrificio para que la Carrera fuera un hecho en San Marcos.
- A: La Tricentaria Universidad de San Carlos de Guatemala, por darme la oportunidad de ser parte de sus profesionales en el Centro Universitario de San Marcos.



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
-------------------	---

## CAPÍTULO I

### LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR (DIACO)

1. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	1
1.1. Antecedentes Históricos de La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	1
1.1.1. La Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos.....	1
1.1.2. La Oficina de Estabilización Económica.....	2
1.1.3. La Dirección General de la Economía Nacional.....	2
1.1.4. La Dirección General de Comercio, Industria y Controles.....	2
1.1.5. El Departamento Administrativo de Economía y Trabajo.....	3
1.1.6. La Dirección de Política Comercial y Financiera.....	3
1.1.7. La Dirección de Comercio Interior y Exterior.....	3
1.1.8. La Oficina de Control de Precios.....	4
1.1.9. La Dirección General de Comercio.....	4
1.1.10. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	5
1.2. Objetivos de Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	6
1.2.1. Objetivo General.....	6
1.2.2. Objetivos Específicos.....	6
1.3. Visión de la DIACO.....	7
1.4. Misión de la DIACO.....	7
1.5. Funciones y Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	7
1.6. Organización Administrativa de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	11
1.6.1. Dirección General.....	11
1.6.2. Subdirección.....	11
1.6.3. Asesoría.....	12
1.6.4. Departamentos.....	12



1.7.	Actividades que desarrolla la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	12
1.8.	Lo que no hace la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	13
1.9.	Departamentos que Conforman la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	14
1.9.1.	Departamento de Aseguramiento de la Calidad.....	15
1.9.2.	Departamento de Relaciones Públicas, Comunicación Social y Relaciones Internacionales.....	15
1.9.3.	Departamento Administrativo.....	15
1.9.4.	Departamento de Informática.....	15
1.9.5.	Departamento de Recursos Humanos.....	15
1.9.6.	Departamento de Promoción y Asesoría.....	16
1.9.7.	Departamento de Servicios al Consumidor.....	16
1.9.8.	Departamento de Verificación y Vigilancia.....	16
1.9.9.	Departamento de Asesoría al Proveedor.....	16
1.9.10.	Departamento Jurídico.....	17
1.9.11.	Departamento Financiero.....	17
1.9.12.	Departamento de Auditoría.....	17
1.9.13.	Coordinación de Sedes Departamentales.....	17
1.10.	Rol de Supervisión que Desempeña la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	18
1.10.1.	Según la Doctrina.....	19
1.10.2.	Según la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	19

## **CAPÍTULO II**

### **CONSUMIDORES Y USUARIOS CON SUS MEDIDAS DE PROTECCIÓN**

1.	Los Consumidores y Usuarios.....	22
1.1.	Antecedentes Históricos.....	22
1.2.	Definiciones de Consumidores y Usuarios.....	24
1.3.	Naturaleza Jurídica.....	25
1.3.1.	Es un Derecho Autónomo.....	26



1.3.2. Es un Derecho Económico.....	26
1.4. Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios.....	27
1.5. Teorías sobre Consumidores y Usuarios.....	28
1.5.1. Teoría Contractual.....	28
1.5.2. Teoría del Tipo Especial de Contrato.....	28
1.5.3. Teoría del Contrato Normado.....	28
1.5.4. La Teoría Mixta.....	30
1.6. Principales Derechos de los Consumidores y Usuarios según la Doctrina.....	31
1.6.1. Derecho a Satisfacer las Necesidades.....	31
1.6.2. Derecho a la Información Básica.....	31
1.6.3. Libertad de Elección.....	31
1.6.4. Derecho a ser Escuchado.....	32
1.6.5. Derecho de Protección a los Intereses Económicos.....	32
1.7. Las Obligaciones del Consumidor y Usuario.....	32
1.8. Rol del Estado al Intervenir en Defensa de los Derechos del Consumidor y Usuario.....	34
1.9. Obligaciones de los Proveedores en Función de los Derechos de los Consumidores y Usuarios.....	35
1.10.    Derecho Comparado Relacionado a Consumidores y Usuarios.....	39
1.10.1.    Alemania.....	40
1.10.2.    Cuba.....	42
1.10.3.    Costa Rica.....	44
2. Medidas de Protección a Consumidores y Usuarios.....	46
2.1. Antecedentes Legales de los Derechos del Consumidor y Usuario.....	47
2.2. Definiciones de Medidas de Protección.....	51
2.3. Convenios Internacionales Relacionados a los Derechos del Consumidor.....	54
2.3.1. La Carta Europea de Protección a los Consumidores.....	54
2.3.2. El Programa Preliminar y las Directivas de la Comunidad Económica Europea.....	56
2.3.3. Resolución 35-63 Asamblea General de las Naciones Unidas.....	59
2.3.4. Directrices de las Naciones Unidas para la Protección al Consumidor.....	59



2.4. Organismos Internacionales y Nacionales en Defensa de los Consumidores.....	62
2.4.1. Organismos Internacionales para la Protección a los Consumidores y Usuarios.....	62
2.4.2. Organizaciones Nacionales para la Protección a los Consumidores y Usuarios.....	65
2.5. La Protección a los Derechos de los Consumidores y Usuarios según la Legislación guatemalteca.....	69
2.5.1. La Constitución Política de la República de Guatemala.....	70
2.5.2. El Código de Comercio, Decreto Número 2-70 del Congreso de la República de Guatemala.....	71
2.5.3. El Código Civil, Decreto-Ley Número 106.....	72
2.5.4. El Código Penal, Decreto Número 17-73 del Congreso de la República de Guatemala.....	73
2.5.5. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.....	75
2.5.6. Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Acuerdo Gubernativo Número 777-2003.....	76

**CAPÍTULO III**  
**USUARIOS DE TELEFONÍA**

1. Los Celulares y las Líneas Telefónicas.....	77
1.1. Antecedentes Históricos de la Telefonía.....	77
1.2. Generalidades sobre la Telefonía.....	79
1.2.1. Telefonía Móvil.....	79
1.2.2. Telefonía Fija.....	82
1.3. Características de la Telefonía.....	83
1.3.1. Autonomía.....	83
1.3.2. Precio.....	84
1.4. Empresas Prestadoras de Servicios de Telefonía.....	85
1.4.1. Telgua (claro).....	85
1.4.2. Comcel (tigo).....	86
1.4.3. Telefónica (movistar).....	87



1.5.	Contratos con el Usuario.....	89
1.6.	Contrato de Adhesión.....	89
1.6.1.	Características de los Contratos de Adhesión.....	92
1.7.	Derecho de Retracto.....	94
1.7.1.	Normativa Legal que Rige el Derecho de Retracto.....	95
1.8.	Discrepancias Jurídicas de los Contratos de Adhesión Aplicadas a la Telefonía.....	96
1.9.	Cláusulas Abusivas en los Contratos.....	97
1.10.	Desventajas que presenta el Contrato de Adhesión para los Consumidores de Telefonía.....	100
1.11.	Problemas que Genera la Telefonía Móvil para los Usuarios.....	101
1.12.	La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y su Papel en Beneficio de los Consumidores y Usuarios de Telefonía.....	104
1.12.1.	Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) Respecto a la Telefonía.....	105
1.12.2.	Infracciones y Sanciones ante la DIACO.....	106
1.12.3.	La Necesidad de Defensa para el Usuario de Telefonía.....	107

## **CAPÍTULO IV**

### **CERTEZA JURÍDICA QUE PROPORCIONA LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR (DIACO) PARA PRESTAR UN SERVICIO EFICIENTE A USUARIOS DE TELEFONÍA.**

1.	Certeza Jurídica que Proporciona la DIACO para Prestar un Servicio Eficiente a Usuarios de Telefonía.....	110
1.1.	Definiciones Generales.....	110
1.2.	Medidas Legales que Garantizan la Certeza Jurídica.....	112
1.2.1.	Organizaciones de Consumidores y Usuarios.....	116
1.2.2.	Derecho de Retracto.....	120
1.2.3.	Programas de Tutela.....	122
1.2.4.	Libro de Quejas. Forma de Uso y lo que hace la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).....	123
1.2.5.	Información y Publicidad.....	127



1.2.6. Normalización y Metrología.....	130
1.3. Infracciones y Sanciones.....	131
1.3.1. Definiciones de Infracción.....	131
1.3.2. Clases de Infracciones.....	132
1.3.3. Definiciones de Sanción.....	133
1.3.4. Clases de Sanciones.....	134
1.3.5. Infracciones y Sanciones según la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	135
1.4. Procedimientos Administrativos para la Resolución de Controversias....	141
1.4.1. Arreglo Directo o Conciliatorio entre las Partes.....	143
1.4.2. Arbitraje de Consumo.....	143
1.4.3. Procedimiento Administrativo.....	145
1.5. Procedimiento Administrativo que debe seguir el Usuario.....	145
1.5.1. Planteamiento de la Queja.....	145
1.5.2. Notificación.....	149
1.5.3. Citación.....	150
1.5.4. Audiencia.....	151
1.5.5. Procedimiento Sancionador.....	151
1.5.6. Resolución.....	152
1.5.7. Aplicación de las Sanciones.....	153
1.5.8. Reincidencias.....	156

## CAPÍTULO V

COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	157
CONCLUSIONES.....	163
RECOMENDACIONES.....	165
BIBLIOGRAFÍA.....	167
ANEXOS.....	172



## INTRODUCCIÓN

El consumo ha existido desde siempre, pero la protección al consumidor y usuario como derechos que se le confieren son recientes y han tenido por objeto promover, divulgar y defender las garantías de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia, tal como lo regula La Ley de Protección al Consumidor y Usuario (Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala). Dichas normas son tutelares de los consumidores y usuarios, y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público.

La presente investigación pretende verificar el problema, estudiarlo, conocerlo y determinar cuál es el *rol que desempeña la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) en la aplicación de medidas legales de protección a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas en el Municipio de San Marcos, San Marcos*. Desarrollarlo es significativo porque entendiéndolo en su máxima expresión se pueden presentar alternativas de solución.

En este sentido la DIACO (Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor) juega un rol importante, específicamente en cuanto a que cuenta con instrumentos legales que puede aplicar como medidas para proteger a los consumidores y usuarios, en lo que a este estudio corresponde es lo relacionado a los celulares y líneas telefónicas que constantemente se utilizan en el Municipio de San Marcos del Departamento de San Marcos, debido al crecimiento de las comunicaciones a todo nivel.



La presente tesis se ha estructurado en cinco capítulos; en el primero de ellos se aborda La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) sus antecedentes, objetivos, visión, misión, organización administrativa, sus funciones y sus roles; el segundo capítulo desarrolla los Consumidores y usuarios con sus medidas de protección; en el tercer capítulo se trata de los usuarios de telefonía; el capítulo cuatro analiza la certeza jurídica que proporciona la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) para prestar un servicio eficiente a usuarios de telefonía y el capítulo cinco contiene la comprobación de la hipótesis, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos que la ilustran y complementan.

Por estas razones, ha sido indispensable y necesario una exhaustiva investigación para aclarar principalmente el rol de supervisión que desempeña la DIACO y verificar a través del estudio la aplicación de las medidas legales que se poseen para la protección a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas y de cómo contribuye para que las empresas operadoras de telefonía presten de alguna manera un servicio eficiente, en el área urbana del Municipio de San Marcos, San Marcos. Dejar con ello posibilidades a los consumidores y usuarios de defender sus intereses, necesidad a la cual debe responder la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.



# CAPÍTULO I

## LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR (DIACO)

### 1. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, identificada por la abreviatura DIACO, es una dependencia administrativa del Ministerio de Economía, goza de autonomía funcional y técnica, además de ello tiene competencia para actuar en todo el territorio de la República, siendo la institución responsable de aplicar la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, así como de su Reglamento Acuerdo Gubernativo Número 777-2003.

#### 1.1. Antecedentes Históricos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).

Previo a la creación de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, existieron por la década de mil novecientos cuarenta varias entidades que de alguna manera tenían que ver con la protección a los consumidores y usuarios por parte del Estado de Guatemala, con el establecimiento del gobierno constitucional se creó el Decreto Número 93 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del Organismo Ejecutivo, de fecha 27 de abril de 1945, en la cual se crea el Ministerio de Economía y Trabajo, a raíz de esta normativa surgen entre ellas:

##### 1.1.1. La Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos:

Creada por el Acuerdo Gubernativo de fecha 5 de junio de 1945, para la aplicación del Decreto Número 90, Ley de Emergencia Económica, con el objeto de impedir las



fluctuaciones bruscas de los precios, velando por el mantenimiento de la estabilidad y el equilibrio económico del país, de acuerdo con las diversas leyes, reglamentos y disposiciones de emergencias.

### **1.1.2. La Oficina de Estabilización Económica:**

En el Acuerdo Presidencial del 18 de febrero de 1946 se indica que la Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos no llenaba los fines para los cuales había sido creada, ya que resultaba oneroso su sostenimiento; por lo que se elimina y se crea la Oficina de Estabilización Económica, la cual tendría todas las atribuciones de la anterior; fue sustituida por que su estructura no era viable para los recursos del país.

### **1.1.3. La Dirección General de la Economía Nacional:**

Creada por Acuerdo Presidencial de fecha 5 de enero de 1948, debido a que en el Acuerdo Presidencial se dio una nueva organización complementaria distinta a la oficina anterior, por esta razón se suprimió para crear la Dirección General de la Economía Nacional; dándole las atribuciones que correspondía a la oficina suprimida. Debido a la confrontación que en ese tiempo tenía el Ministerio de Economía y Trabajo, se pensó que esta Dirección controlaría y regularía todo lo concerniente a la Economía Nacional, de esa cuenta se formó entre su estructura el Departamento de Control de Precios y Abastecimientos el cual quedó de todo lo relativo a controles de ese tipo.

### **1.1.4. La Dirección General de Comercio, Industria y Controles:**

En el Acuerdo Presidencial del 29 de julio de 1949, se manifestaba que por Acuerdo del presupuesto, era necesario suprimir la Dirección General de la Economía Nacional y crear la Dirección General de Comercio Industria y Controles, dándole las atribuciones



que aparecieran en su reglamento interno, el cual se sancionó en el Acuerdo Presidencial del 25 de julio de 1950, o sea un año después de su creación.

#### **1.1.5. El Departamento Administrativo de Economía y Trabajo:**

En el Acuerdo Presidencial del 28 de julio de 1953, se indicaba que debido a falta de presupuesto, era necesario suprimir la Dirección General de Comercio Industria y Controles, y en su lugar se creaba el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, señalándose que las atribuciones serían las mismas que tenía la oficina que se cancelaba.

Un año después debido a las situaciones políticas imperantes en el país, en el Decreto 19 de la Junta de Gobierno de la República de Guatemala de fecha 15 de julio de 1954, se dispuso suprimir el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, indicándose que en tanto se hacen las revisiones adecuadas queda a cargo del Ministerio de Economía y Trabajo las aplicaciones de los acuerdos vigentes sobre los precios y los artículos vigilados.

#### **1.1.6. La Dirección de Política Comercial y Financiera:**

El 31 de mayo de 1966, se dispuso en el Reglamento Interno del Ministerio de Economía, la creación de la Dirección de Política Comercial y Financiera, entre las atribuciones que se le proporcionaban, era que debía recomendar las medidas pertinentes para lograr la estabilización de precios en el mercado interno.

#### **1.1.7. La Dirección de Comercio Interior y Exterior:**

En el Acuerdo Gubernativo del 3 de enero de 1968, se dispuso fusionar la Dirección de Política Comercial y Financiera y la Dirección de Comercio Exterior, creándose la



Dirección de Comercio Interior y Exterior, disponiéndose que en lo referente a precios, debían proponer medidas adecuadas para la estabilización y control de precios en el mercado interno. Como se puede observar esta atribución es similar a la anterior, con la única diferencia que se volvió a regular lo relativo al control de precios.

### **1.1.8. La Oficina de Control de Precios:**

Durante los gobiernos militares se mantuvo una política pública proteccionista hacia el consumidor, pues se emitían por medio de Decretos Leyes una serie de disposiciones, con el objeto de normar los precios finales de la canasta básica y esta consistía en un listado que incluía veinte productos, que según estudios nutricionales eran los indispensables para una alimentación que reunía los requerimientos mínimos de calorías, vitaminas y minerales para los guatemaltecos.

Para el cumplimiento de esta política pública de protección al consumidor final, el Ministerio de Economía con fecha 17 de septiembre de 1974, crea una institución adscrita a la Dirección de Comercio Interior y Exterior, la cual recibió el nombre de Oficina de Control de Precios, para lograr los objetivos antiinflacionarios buscados por el gobierno y para dar legalidad a las funciones de esta nueva institución gubernamental, se emitió el Acuerdo Ministerial 79 de fecha 17 de septiembre de 1979.

### **1.1.9. La Dirección General de Comercio:**

Por medio del Acuerdo Gubernativo 88-85, de fecha 11 de febrero de 1985, se crea la Dirección General de Comercio, como dependencia del Ministerio de Economía, en sustitución de la Dirección de Comercio Interior y Exterior y la Oficina de Control de Precios, así también se canceló el Centro Nacional de Promoción de las Exportaciones



(GUATEXPRO), con el objeto de racionalizar los recursos y evitar la duplicidad de funciones. La Dirección General de Comercio tendría jurisdicción en toda la República y un plazo indefinido.

#### **1.1.10. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO):**

Surge mediante Acuerdo Gubernativo Número 425-95 del Ministerio de Economía, como una dependencia administrativa de esa cartera. Esta adquirió máxima importancia desde el año 1985 cuando se emitió la primera Ley (Decreto Ley 1-85 del Jefe de Estado General Oscar Humberto Mejía Víctores de fecha 14 de enero de 1985), Ley de Protección al Consumidor, cuyo objetivo era desarrollar la defensa de los derechos e intereses de los consumidores, en un marco de política económica regulada por el Estado.

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

Esta situación se dio en un ambiente internacional propicio, ya que las Naciones Unidas, en su Resolución Número 39/248 del 9 de abril de 1985, definieron el quehacer de los gobiernos en cuanto a la protección de los derechos de los consumidores.



Guatemala, como país miembro, adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices emanadas en dicha Organización; de esa cuenta se promulgaron la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala y el Reglamento de la misma.

## **1.2. Objetivos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO):**

El artículo uno de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, regula que la DIACO tiene por objeto promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia.

Según datos obtenidos de la dirección electrónica de la DIACO. Recuperado de <http://www.diaco.gob.gt> se tienen como objetivos tanto general como específicos los siguientes:

### **1.2.1. Objetivo General.**

- a. Asistir a los consumidores y usuarios, para que puedan ejercer sus derechos e intereses, en las relaciones comerciales, con los prestadores de servicios.

### **1.2.2. Objetivos Específicos.**

- a. Procurar que las relaciones entre prestadores de servicios y usuarios, se lleven a cabo, con apego a las leyes en materia de protección al consumidor.



- b. Atender al Consumidor y usuario, orientándolo en lo relacionado, a calidad, peso, precio y demás característica de los productos existentes en el mercado.
- c. Informar y educar al consumidor sobre los productos a elegir.

Con dichos objetivos se busca que la DIACO preste un servicio eficiente hacia los consumidores y usuarios de bienes y servicios a nivel nacional, pero principalmente velar por los derechos de los mismos, aplicando la legislación que lo regula.

### **1.3. Visión de la DIACO.**

La visión de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor: “Es que los consumidores guatemaltecos conozcan y ejerzan sus derechos de consumidores y usuarios”, donde se produzca cualquier acto de consumo.

### **1.4. Misión de la DIACO.**

Primordialmente la misión de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, es: “Educar e informar a los consumidores y usuarios, acerca de sus derechos y obligaciones”, al momento de producirse el consumo de bienes.

### **1.5. Funciones y Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).**

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y Usuario, DIACO, tiene como atribución esencial velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones que regula la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de



la República de Guatemala, para prevenir que se cometan infracciones en contra de los derechos de consumidores y usuarios por parte de los proveedores de servicios, como por ejemplo la telefonía y muchos más, ya que tiene la facultad para verificar su normal funcionamiento, metrología, publicidad, etc.

El artículo 54 de dicho cuerpo legal establece las atribuciones que debe cumplir la DIACO, los cuales se convierten en sus roles, y son las siguientes:

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



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



- o)** Llevar a cabo en forma directa o indirecta un programa general de verificación de las mediciones de los servicios públicos, en coordinación con los entes administrativos especializados.
- p)** Representar los intereses de los consumidores o usuarios abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan.
- q)** Dictar medidas administrativas en los casos que se presuma errores de cálculo de parte de los proveedores que afecten económicamente al consumidor o usuario.
- r)** Establecer dependencias para diferentes áreas del país que la Dirección determine, atendiendo a su ubicación geográfica y de acuerdo a sus posibilidades presupuestarias.
- s)** Registrar los contratos de adhesión cuando exista requerimiento de los proveedores y se llenen los requisitos legales.
- t)** La Dirección deberá llevar una memoria mensual sobre los procedimientos administrativos que se inicien ante ella, la cual deberá publicar mensualmente, con indicación de las partes involucradas.
- u)** Registrar de oficio los contratos de adhesión.
- v)** Las demás que le asigne esta Ley.

Ante tales atribuciones de la DIACO, es notable que es rol del Estado mantener un marco jurídico e institucional que promueva la existencia de normas tutelares para los consumidores y usuarios. Puesto que los consumidores, están interesados no solo en una mejor calidad, precios accesibles y una más amplia posibilidad de elegir, sino



también se encuentran comprometidos con la igualdad, el desarrollo y los derechos humanos principalmente. Por lo tanto los derechos a protección son aquellos que tiene el titular de un derecho fundamental frente al Estado para que lo proteja de las intervenciones de terceros.

## **1.6. Organización Administrativa de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).**

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, como encargada de velar por el estricto cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala y su reglamento, está organizada administrativamente para cumplir sus fines, ya que según lo menciona dicho cuerpo legal goza de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio de la República, de la forma siguiente:

### **1.6.1. Dirección General:**

El Director es la autoridad administrativa superior y el funcionario ejecutivo de mayor nivel jerárquico de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, así mismo tiene a su cargo la representación legal de la misma, tal como lo regula el artículo 55 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. El Director General depende directamente del Viceministro de Inversión y Competencia del Ministerio de Economía y es nombrado por el Ministro de dicha cartera.

### **1.6.2. Subdirección:**

Está dirigida por el Subdirector que depende del Director General para desempeñar sus funciones, es nombrado por el Ministro de Economía, creada para que en un



momento determinado la Dirección no se quede acéfala en caso de ausencia o impedimento temporal del Director, tal como lo regula el artículo 60 de Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

### **1.6.3. Asesoría:**

El artículo 62 de Ley de Protección al Consumidor y Usuario relaciona que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO, contará con un cuerpo de asesores jurídicos, técnicos y administrativos, quienes serán nombrados por el Director y desempeñarán las funciones inherentes a su cargo. Su función principal será la de asesorar a la Dirección en el ámbito de su competencia según las atribuciones que le otorga la Ley.

### **1.6.4. Departamentos:**

Conforman la estructura organizativa de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, y cada jefe de los departamentos tiene relación inmediata con el Subdirector del cual dependen por la jerarquía que establece la ley de la materia.

## **1.7. Actividades que desarrolla la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).**

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, según lo manda la ley y las exigencias ciudadanas actuales, tiene una serie de actividades que desarrollar, principalmente en su función de tutela de los consumidores y usuarios en sus diversas relaciones jurídicas, se destaca en resumen las siguientes actividades:

- a) Defensa del consumidor y usuario.



- b) Educación y orientación al consumidor y usuario.
- c) Recepción y trámite de las quejas de los consumidores y usuarios.
- d) Verificación y vigilancia de los productos o servicios que ofrecen los proveedores o prestadores de servicios.
- e) Resolución de conflictos entre proveedores y consumidores y usuarios.
- f) Investigación y estudio específicos de productos o servicios.
- g) Apoyo técnico a las organizaciones de consumidores o usuarios.
- h) Traslado del caso al órgano que corresponda, en caso que no se encuentre dentro de su competencia.

Pero hay que tomar en cuenta que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor goza de independencia funcional y técnica con competencia en todo el territorio nacional, siendo el órgano responsable de la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala y su reglamento, por lo que debe realizar diferentes actividades más.

### **1.8. Lo que no hace la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).**

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, principalmente no puede controlar los precios de los productos, puesto que existe una economía de libre mercado, en las cuales los precios de los bienes y servicios se rigen por la ley de la oferta



y la demanda, en la cual los consumidores y usuarios tienen la libertad de elegir los productos que consideren más convenientes y de acuerdo a sus preferencias.

El Decreto Número 06-2003, Ley de Protección al Consumidor y Usuario, no contempla las atribuciones de intervención directa en servicios públicos de: luz, agua, teléfono y otros, por ser estos individualizados mensualmente, de acuerdo a las lecturas o controles que se llevan por cada residencia.

Además de ello la Ley de Protección al Consumidor y Usuario tiene carácter supletorio como lo indica el artículo dos de dicho cuerpo legal, debido a que primero se tiene que acudir a los entes específicos, si estos no lo resuelven, puede intervenir la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, inicialmente como un medio de conciliación, luego si con este procedimiento no se logra solventar, promoverá y trasladará el caso ante el órgano superior competente para resolver las controversias que resulten de los negocios jurídicos de los consumidores y usuarios.

### **1.9. Departamentos que conforman la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).**

El Diccionario de la Real Academia Española (2007) al referirse a Departamento dice que: “es cada una de las partes en que se divide un edificio, ramo de la administración pública, unidad administrativa con intereses afines”. En este sentido es la forma de como la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se ha estructurado para prestar sus servicios a los usuarios. Recuperado de <http://www.diaco.gob.gt> (Ver Anexo No.1), la DIACO se conforma con los siguientes Departamentos:



### **1.9.1. Departamento de Aseguramiento de la Calidad:**

Vela por la efectiva aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario y su reglamento, en el sentido de que se le dé pleno cumplimiento a las obligaciones de proveedores y que se hagan valer los derechos de los consumidores. Principalmente para que los bienes y servicios sean de la mejor calidad posible.

### **1.9.2. Departamento de Relaciones Públicas, Comunicación Social y Relaciones Internacionales:**

Su función es básicamente de interacción con los usuarios y organizaciones tanto de consumidores como de proveedores nacionales e internacionales, haciendo uso de todas las líneas de comunicación de las actuaciones de la DIACO.

### **1.9.3. Departamento Administrativo:**

Funciona como unidad de apoyo a los demás departamentos, su objeto es la planificación, organización, dirección y control de la ejecución de las políticas y procedimientos generales administrativos de la DIACO.

### **1.9.4. Departamento de Informática:**

Tiene como función velar por el sistema informático y todo lo que tiene que ver con los sistemas de cómputo de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor en todos sus aspectos, dotando también de herramientas virtuales a los usuarios para interactuar, en redes sociales y en páginas de internet.

### **1.9.5. Departamento de Recursos Humanos:**

Se encarga de llevar todos los controles de selección y clasificación de puestos de todos los empleados que integran la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.



### **1.9.6. Departamento de Promoción y Asesoría:**

Desarrolla actividades de información y promoción de los derechos de los consumidores, ferias del consumidor, asesoría sobre la organización de consumidores, diseño y distribución de material educativo a través de todos los medios posibles de información, para crear una cultura de consumo.

### **1.9.7. Departamento de Servicios al Consumidor:**

El propósito principal de este Departamento es la de asistir al consumidor y usuario ante los reclamos presentados en contra de proveedores. Su actividad lo hace a través de la recepción y resolución de las quejas de los consumidores o usuarios afectados, tramitar la conciliación entre proveedores y consumidores, propiciando la celebración de convenios basados en principios de equidad y justicia, para beneficio de las partes.

### **1.9.8. Departamento de Verificación y Vigilancia:**

Tiene a su cargo iniciar las acciones por denuncia o de oficio, investigar y verificar el cumplimiento de las normas establecidas en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario por parte de proveedores, del etiquetado, calibración de sistemas de pesaje, calidad, volumen, unidad de medida, exhibición de precios, entre otros.

### **1.9.9. Departamento de Asesoría al Proveedor:**

Este departamento tiene como finalidad dar asesoría a los proveedores de bienes y servicios sobre las obligaciones, el uso y manejo del libro de quejas, exhibición de precios, instrumentos de medición y lo que tiene que ver con las situaciones de los consumidores.



#### **1.9.10. Departamento Jurídico:**

Es el departamento encargado de los procedimientos administrativos legales y de asesoría a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y a los otros departamentos, cuando tenga que dictaminar sobre asuntos o determinados casos sometidos a su conocimiento, por disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario y su reglamento.

#### **1.9.11. Departamento Financiero:**

Es el responsable de planificar organizar, controlar, distribuir y coordinar los recursos financieros de la DIACO, realiza el presupuesto anual y controla la ejecución del mismo, por lo que en general elabora las propuestas de la política financiera y someterlas a consideración de la Dirección General.

#### **1.9.12. Departamento de Auditoría:**

Tiene como funciones esenciales la inspección, fiscalización y control de las operaciones contables y financieras de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor. Lo dirige un auditor interno nombrado por el Director, debe ser Contador Público y Auditor, colegiado activo y no menos de cinco años de experiencia en la materia.

#### **1.9.13. Coordinación de Sedes Departamentales:**

La DIACO cuenta con sedes departamentales que tienen el objetivo de dar mejor atención al consumidor, brindando información sobre el libro de quejas y la forma de autorizarlo, evitando así su traslado a la ciudad capital; así como la recepción y resolución



de quejas por inconformidades de los consumidores, cuenta con 19 sedes a nivel nacional, y de ello se encarga esa Coordinación.

### **1.10. Rol de Supervisión que Desempeña la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).**

En cuanto al término Rol, el Diccionario de la Real Academia Española (2007), lo define como el papel de un actor o función que alguien o algo cumple en un momento determinado.

Por otro lado el Diccionario Jurídico Elemental de Cabanellas (edición electrónica 2001) define a rol como nómina, lista, catálogo de algo.

El Diccionario de Sociología de Campos (2007) se refiere a rol como una pauta de conducta de un actor, fundada en las expectativas que sobre su ocurrencia guardan algunos de sus congéneres, es decir, algunas semejanzas.

Partiendo de dichas acepciones se puede establecer que el rol es el papel que se le asigna a alguien o a algo y que debe cumplirse.

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor -DIACO- se crea como dependencia del Ministerio de Economía. Con atribuciones para orientar, asistir e informar en todo lo relacionado con la calidad, cantidad, peso y demás características de los productos y servicios, así como lo relacionado con la organización de los consumidores. Por lo tanto desempeña la función de supervisión de una u otra manera de los diferentes servicios que presta y de los que manda la ley respectiva.



### **1.10.1. Según la Doctrina:**

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor cumple diferentes roles no necesariamente reguladas en la Ley de Protección al Consumidor Usuario y su reglamento, entre ellas se pueden mencionar:

- a) Estrecha lazos de colaboración con organismos nacionales e internacionales con el objeto de fortalecer las áreas en las cuales se vean afectados los derechos de los consumidores.
- b) Implementa programas a favor de los consumidores y usuarios.
- c) Investiga precios en los mercados de productos de consumo final.
- d) Garantiza las actividades comerciales tomando en cuenta la buena fe de los involucrados.
- e) Mantiene sedes departamentales y los supervisa para que presten un mejor servicio a los usuarios.
- f) Cuenta con personal capacitado según la clasificación de puestos para darle una pronta solución a los casos sometidos a su conocimiento.

### **1.10.2. Según la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.**

Existen una serie de roles que se le asignan a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, según el Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, entre ellas se puede destacar:



- a. Vela porque se cumplan los derechos de los consumidores y usuarios.
- b. Orienta sobre las obligaciones que tienen los usuarios de bienes y servicios.
- c. La DIACO promueve y asesora sobre la formación de asociaciones de consumidores con su personalidad jurídica, sus obligaciones y limitaciones.
- d. Promueve los derechos, las obligaciones y las prohibiciones de proveedores para que presten un mejor servicio.
- e. Establece que cada negocio legalmente establecido cuente con un Libro de Quejas a efecto de garantizar el derecho de reclamo de consumidores y usuarios.
- f. Verifica que los comercios exhiban precios y se prohíba la publicidad engañosa, para no afectar a consumidores y usuarios.
- g. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor queda facultada para intervenir en la verificación del buen funcionamiento de los instrumentos de medición, debiendo establecer un sistema de verificación periódica sobre las lecturas efectuadas por las empresas prestadoras de servicios.
- h. Las empresas prestatarias garantizarán a los usuarios o consumidores el control individual de los consumos.
- i. Las facturas o requerimientos de cobros, deberán ser entregadas al consumidor o usuario con no menos de veinte días calendario de anticipación a la fecha de



su vencimiento y expresarán como mínimo el consumo real del consumidor o usuario, el detalle respectivo y la tarifa aplicada durante el período de facturación.

- j.** Información al consumidor y usuario sobre los productos para que cumplan las normas en los contratos y el derecho de retracto del consumidor.
- k.** La DIACO representa los intereses de los consumidores o usuarios con diferentes programas.
- l.** Sanciona las infracciones e impone sanciones en ejercicio de las funciones de supervisión que desarrolla.
- m.** Establece los procedimientos administrativos para la solución de los conflictos que se presenten con motivo de las relaciones de consumo.

Estas son normas jurídicas, y por lo tanto de observancia general, principalmente en beneficio de los consumidores o usuarios de bienes y servicios varios. Ya que la ley de Protección al Consumidor y Usuario se convierte en tutela y al mismo tiempo en obligar a los proveedores para que presten un servicio adecuado y respetando los preceptos legales.



## CAPÍTULO II

### CONSUMIDORES Y USUARIOS CON SUS MEDIDAS DE PROTECCIÓN

#### 1. Los Consumidores y Usuarios.

Los consumidores o usuarios de bienes y servicios, son los sujetos pasivos de las relaciones jurídicas comerciales que se establecen con los proveedores. Más adelante se presentan las definiciones respectivas, mientras tanto se hace una visión histórica de los mismos.

##### 1.1. Antecedentes Históricos.

Dentro de la Economía aparecen las actividades de intercambio relacionadas al consumo y dentro de los cuales emergen como factores importantes los consumidores y usuarios desde épocas muy remotas.

*Ciencias como la historia, la sociología o la antropología, nos enseñan que el hombre, en los inicios de su vida satisfacía sus necesidades con los bienes que la naturaleza le proporcionaba de manera espontánea; y si más tarde puso en práctica sus facultades intelectuales y físicas para transformar lo que el ambiente le brindaba, el producto de sus actos creadores no tenía más objeto que llenar necesidades de su núcleo familiar o del reducido grupo al que pertenecía. (Villegas, 2009, p.6).*

La preocupación por la protección al consumidor y usuario, surge a través de la evolución y desarrollo de la humanidad, en el cual el hombre por su misma necesidad ha ido buscando diferentes medios para la satisfacción de sus necesidades, esto se remonta



desde los tiempos primitivos, cuando el hombre de las cavernas saciaba sus necesidades a través de la caza y la pesca. Pero hubo necesidad de la producción y el intercambio de productos de unos hombres y otros, lo cual se lleva a cabo a través de lo que se llama trueque, es aquí cuando va surgiendo la evolución del comercio, que se expande por todo el mundo, y en consecuencia el consumo a todo nivel.

Tiene que pasar mucho tiempo, hasta que el movimiento de consumidores surge en los Estados Unidos en el año 1928 con la Fundación de una organización denominada Unión de Consumidores. Posteriormente en el año 1942 se creó el Consejo danés del Consumidor en Dinamarca, extendiéndose a partir del año 1960 por distintos países del continente europeo, conformándose en Francia el Instituto Nacional del Consumo.

En marzo de 1962, el presidente estadounidense en ese entonces John Fitzgerald Kennedy, propuso el derecho a ser informado como un derecho fundamental de los consumidores (Ovalle 2000). Reconoció a los consumidores como un grupo económico determinado, al enunciar los siguientes principios básicos:

- a. El derecho a la protección y seguridad.
- b. El derecho a ser informado.
- c. El derecho a la libre elección.
- d. El derecho de ser escuchado.

A mediados de la década de los años setenta la mayoría de los países desarrollados ya habían sancionado leyes y adoptado medidas destinadas a dar tutela a los derechos de este gran grupo social: los consumidores y usuarios.



En 1973 la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa emitió la resolución 543/73 con la que aprobó el texto de la Carta Europea de Protección de los Consumidores, primer documento que reconoció los derechos de los consumidores, modelo para diversos países (Ovalle 2000). Iniciando con ello un vasto campo de la regulación de los derechos de los consumidores y usuarios a nivel mundial, entre ellos Guatemala con el Acuerdo Gubernativo Número 425-95 del Ministerio de Economía que creó la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).

## **1.2. Definiciones de Consumidores y Usuarios.**

Los consumidores o usuarios son todas las personas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales de los productos y servicios que obtienen del mercado.

En cuanto al término consumidor se tienen diversas definiciones, en una concepción amplia, el consumidor es toda persona que contrata con el fin de consumir, es decir, utilizar un bien o servicio; por lo que si se acoge esta acepción, consumidor no será únicamente quien contrata para su uso personal, sino también quien lo hace para su uso profesional, siendo así cada eslabón de la cadena de producción un consumidor del producto de su antecesor (Velilla, 1998). Convirtiéndose esto en el ciclo económico.

El Diccionario de la Real Academia Española (2007) dice de consumidor, que es la persona que compra productos de consumo.

En el aspecto legal existe una definición de consumidor en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de



Guatemala, en el artículo 3 literal c y lo define así: “*Persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza*”.

En cuanto al concepto usuario también se presentan varias acepciones: Ossorio en su diccionario jurídico (1ra. edición electrónica) lo define como el titular del derecho real de uso; el que usa con frecuencia una cosa o es cliente de un servicio.

Agrega el Diccionario de la Real Academia Española (2007) que usuario es quien usa ordinariamente algo. Dicho de una persona que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación.

Los consumidores y usuarios son entonces los sujetos finales de las actividades de consumo de bienes y servicios, con los cuales satisfacen sus necesidades materiales.

### **1.3. Naturaleza Jurídica.**

En cuanto a la naturaleza jurídica de los Consumidores y Usuarios, Guillén (2002), dice que el Derecho de Consumo está marcado por un amplio carácter pluridisciplinar y por una unidad indiscutible. Integra contenidos de Derecho Civil y Mercantil y por lo tanto adquiere un componente de Derecho Privado, en tanto tiende a proteger a la parte débil de una relación adquiere un aspecto de Derecho Social, pero es, sobre todo, un Derecho de carácter multidisciplinario, que se estructura sobre una pluralidad de normas de variado origen, con una filosofía propia.



Se puede deducir entonces, que el derecho de protección a los consumidores, tiene su naturaleza jurídica en el Derecho Público, porque regula tanto las situaciones individuales como colectivas y está reconocido por el Estado, sin embargo, se le ha considerado como un derecho autónomo y rama del derecho económico, con los argumentos siguientes:

### **1.3.1. Es un Derecho Autónomo:**

Básicamente porque tiene su campo propio de aplicación que es la de tutelar a los consumidores y usuarios y por lo mismo tiene sus fines que es la de mantener la armonía entre proveedores y consumidores. De igual manera se puede decir de sus instituciones para resolver los conflictos, como lo es la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, así como de una autonomía legislativa aún no plenamente, pero lo hace exclusivamente a través de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala y su reglamento.

Barbosa Noguera (citado por Broy, 2009), piensa que derecho autónomo es un grupo o conjunto de normas que, por referirse a sectores individualizados de la vida social y por apoyarse en unos principios comunes que les dan trabazón y una coherencia interna y los diferencian de otros grupos de normas, se consideran ramas autónomas del Derecho.

### **1.3.2. Es un Derecho Económico:**

Puesto que en las relaciones de consumo todo conlleva lucro. El Derecho económico es el conjunto de principios y de normas de diversas jerarquías, generalmente de Derecho público, que inscritas en un orden público económico plasmado en la



Constitución Política de la República de Guatemala, facultan al Estado para planear indicativa o imperativamente el desarrollo económico y social de un país y regular la cooperación humana en las actividades de creación, distribución, cambio y consumo de la riqueza generada por el sistema económico, así como indicar los lineamientos a los cuales se someterá la actividad privada. Recuperado de <https://es.wikipedia.org>.

En síntesis el derecho de los consumidores y usuarios es de naturaleza pública por el carácter colectivo de las normas reguladoras, y además de ello porque en la evolución histórica de la sociedad ha habido una interacción entre los cambios económicos y las instituciones del derecho, de cuyos dinamismos, el derecho económico surge como una nueva rama del derecho público trascendiendo el campo económico y social.

#### **1.4. Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios.**

Al respecto de la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios Farina (2004) asevera que el derecho del consumidor “es el conjunto orgánico de normas capaces de constituir una rama del derecho que tiene por objeto la tutela de quienes contratan para la adquisición de bienes y servicios destinados, en principio, a las necesidades personales” (p.3).

Stiglitz (citado por Gozaíni, 2005), enfatiza que el Derecho de Consumo es un sistema global de normas, principios instituciones e instrumentos de implementación, consagrados por el ordenamiento jurídico a favor del consumidor, para garantizarle en el mercado una posición de equilibrio en sus relaciones con los empresarios. Este sistema global integra normas de diversa naturaleza.



## **1.5. Teorías sobre Consumidores y Usuarios.**

Por lo que atañe a la situación jurídica del usuario del servicio, derivada de la naturaleza jurídica de la relación con el prestador del servicio, se han desarrollado diversas tesis, pero se destacan las presentadas por el Centro Universitario Villanueva, España (2008). Estas teorías son:

### **1.5.1. Teoría Contractual:**

Dominante en la doctrina durante el siglo XIX y hasta principios del XX, sostuvo que el usuario y el prestador del servicio se vinculan mediante un contrato de Derecho Privado, en virtud del cual, el segundo se obliga con el primero a proporcionarle una prestación, en compensación de la cual, el usuario se obliga a pagar al prestador del servicio el precio o tasa correspondiente.

### **1.5.2. Teoría del Tipo Especial de Contrato:**

Denominado “De adhesión”, por parte de quienes tratan de valerse de él para explicar la situación del usuario del servicio público, se caracteriza por basarse en una oferta permanente planteada a un universo de usuarios por un aspirante o contratante que detenta una gran fuerza económica, generalmente basada en un monopolio de hecho o de derecho.

### **1.5.3. Teoría del Contrato Normado:**

Sirve de base a algunos juristas para tratar de explicar la situación del usuario del servicio público; dicho contrato se integra de dos partes, una reglamentaria y otra contractual; la primera la dicta el poder público y versa sobre los aspectos básicos o



fundamentales del contrato; la segunda es precisada por las partes y se refiere a los aspectos complementarios del negocio, tales como lugares y fechas para el cumplimiento de las obligaciones.

Así pues, la teoría del contrato normado, que postula la situación reglamentaria del usuario, tiene como punto de partida al supuesto de que el poder público organiza unilateralmente al servicio público y, por lo tanto, sólo es aplicable al servicio establecido por disposición de la ley, más no al llamado servicio público impropio o virtual.

Según esta teoría, el poder público, al organizar el servicio, predetermina mediante normas legales o reglamentarias, las condiciones y tarifas para su prestación y uso. Conviene tener presente que, desde antes de serlo, el usuario ya tiene derechos respecto del servicio público, por ello puede exigir —aun cuando sea infructuosamente— a la administración pública, el establecimiento de un servicio público dispuesto por la ley, cuando en la práctica no existe.

También, cuando apenas es aspirante a usuario, tiene derecho a exigir su acceso al servicio, si cubre los requisitos establecidos en la normativa correspondiente.

Ya como usuario efectivo, tiene derecho a exigir que el servicio público le sea proporcionado en la forma y términos señalados en las leyes, reglamentos, títulos de concesión, contrato, tarifa y reglas de aplicación legalmente autorizadas, y de acuerdo a los principios de generalidad, igualdad, regularidad y continuidad, que le son característicos.

Implica el contrato “normado” la intervención del Estado en la supuesta o real celebración de los contratos relativos a la prestación de los servicios públicos, porque



reduce sustancialmente la participación de la voluntad de las partes, lo que pone en duda si se trata de un contrato, porque el poder público impone unilateralmente sus características primordiales, en razón de las cuales, entre otras limitaciones, el prestador del servicio no puede elegir a sus usuarios ni negociar el precio, por tener la obligación de proporcionar el servicio a todo solicitante que satisfaga los requisitos reglamentarios, sin otro límite que la de su capacidad instalada, y a cobrar la tarifa fijada por el poder público.

#### **1.5.4. La Teoría Mixta:**

El usuario del servicio público, además de derechos, generalmente también adquiere obligaciones, aun cuando no en todos los casos; por ejemplo, en el servicio de alumbrado público el usuario no adquiere deber adicional a su carácter de gobernado; pero tales situaciones son excepcionales.

En ciertos servicios públicos, independientemente de estar obligado a pagar la tarifa correspondiente, el usuario queda sometido a un poder disciplinario especial del que se desprenden para él obligaciones específicas adicionales, por considerarse que no resultan suficientes las derivadas del ordinario poder de policía. Por ejemplo, el usuario del servicio público de transporte aéreo no debe llevar consigo armas; el del servicio de energía eléctrica, no debe consumir más de la que está autorizada en su contrato; el del servicio de drenaje, no debe verter en la red, líquidos o sustancias combustibles o explosivas.



## **1.6. Principales Derechos de los Consumidores y Usuarios según la Doctrina.**

Doctrinariamente a los consumidores y usuarios de bienes y servicios les asisten una serie de derechos que han sido plasmados en la legislación, estos derechos son los pilares donde se sostiene la estructura de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala y además de ello ha sido el objeto esencial de su creación, entre los cuales se pueden mencionar:

### **1.6.1. Derecho a Satisfacer las Necesidades:**

Esto se logra a través del consumo de bienes y servicios varios. Se refiere especialmente a la libertad general de los contratantes y la libre elección a optar por los diferentes productos, servicios y proveedores, como lo menciona la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe, (CEPAL, 1999).

### **1.6.2. Derecho a la Información Básica:**

Consiste en el conocimiento suministrado por una de las partes sobre los bienes que se están adquiriendo, conocer las características, seguridad, garantía, modelo, vencimiento y todo aquello que le interese al consumidor y usuario.

### **1.6.3. Libertad de Elección:**

Derecho de acceder a la gran variedad de bienes y servicios que se prestan o presentan y seleccionar aquello que más le conviene o que satisfaga sus necesidades o deseos. Por ello es importante la prohibición de los monopolios y la competencia desleal.



Pero también dependerá del poder de compra de los consumidores para acceder a más y mejores servicios.

#### **1.6.4. Derecho a ser Escuchado:**

Esto significa expresar su parecer respecto a lo que está por adquirir o que ya lo hizo, es decir, antes o después de la compra, de esto se deriva también el derecho de queja que se puede dejar constancia en el libro respectivo, para mejorar las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores.

#### **1.6.5. Derecho de Protección a los Intereses Económicos:**

Esto tiene que ver con la calidad de los productos y servicios y la existencia de órganos administrativos para solucionar casos de daños causados por proveedores. Esto incluye protección contra contratos de adhesión con cláusulas abusivas, publicidad engañosa, métodos de ventas agresivos, productos defectuosos, entre muchos más.

En general hay muchos derechos para los consumidores y usuarios como el caso de recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos. Y así se podrían seguir enumerando derechos y más derechos.

### **1.7. Las Obligaciones del Consumidor y Usuario.**

El término obligación, Osorio en su Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales (primera versión electrónica) lo define como: el Deber jurídico normativamente



establecido de realizar u omitir determinado acto, y a cuyo incumplimiento por parte del obligado es imputada, como consecuencia, una sanción coactiva; es decir, un castigo traducible en un acto de fuerza física organizada.

En este sentido en cuanto al consumidor y usuario se agrega que las obligaciones admiten la siguiente división: a) de hacer, b) de no hacer, c) de dar cosas ciertas, d) de dar cosas inciertas, e) de dar sumas de dinero. Entre algunas de éstas obligaciones están:

- a)** Pagar por los bienes o servicios en el tiempo, modo y condiciones establecidas en el convenio o contrato.
- b)** Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos.
- c)** Utilizar los bienes y servicios en observancia a su uso normal y de conformidad con las especificaciones proporcionadas por el proveedor y cumplir con las condiciones pactadas.
- d)** Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Total, mientras haya derechos, estos contraen obligaciones y así sucesivamente, como es el caso de la obligación de propiciar y ejercer el consumo racional y responsable o preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que sean peligrosos.



## **1.8. Rol del Estado al Intervenir en Defensa de los Derechos del Consumidor y Usuario.**

Ante las situaciones actuales de la sociedad del consumo, el Estado ha encontrado la necesidad de asumir un nuevo rol: la regulación y supervisión como lo dice (Fratti de Vega, 2013). Para hacer efectiva su función, los ordenamientos han incluido dos importantes cuerpos legales: las leyes que regulan la competencia y las leyes de protección al consumidor.

Agrega Fratti (2013) que: “Si los mercados fueran perfectamente competitivos el Estado dejaría su papel regulador y supervisor” (p.2). Esto no significa que el Estado se convierta en intervencionista o que por ello se ha dado paso a la privatización de servicios, al contrario no puede desentenderse del funcionamiento de los servicios sino más bien asuma un nuevo papel y una nueva función, en este caso la de protección a los consumidores y usuarios de bienes y servicios que ofrece el mercado.

La atención de los gobiernos en la protección al consumidor han quedado evidenciados en diversas declaraciones de los mandatarios, que hacen énfasis en la necesidad de abordar y fortalecer el Derecho de Consumo.

*En la Cumbre Extraordinaria en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, México (2004), reunidos los Jefes de Estado y de Gobierno de las Américas realizaron importantes declaraciones sobre el crecimiento económico con equidad para reducir la pobreza, el crecimiento económico sostenible, y se adquirió como expreso compromiso: “Promoveremos la protección de los consumidores, la*



*competencia leal y el perfeccionamiento del funcionamiento de los mercados, a través de marcos regulatorios claros, efectivos y transparentes”.*

En el caso de Guatemala se tiene en proyecto la Ley para crear la Procuraduría de la Defensa al Consumidor y Usuario, para mejorar los roles que actualmente tiene la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO.

La tendencia actual ha demostrado que el Estado debe intervenir en el proceso económico, asegurando a los agentes económicos proveedor y consumidor, que su relación y actividad se desarrolle con la certeza de que existe un Estado que vela por la protección del equilibrio entre partes, de la igualdad en el mercado y el respeto a las normas jurídicas que protegen y regulan la relación de consumo. (Broy, 2009, p.10).

En este sentido es indispensable el Rol del Estado al intervenir en defensa de los derechos del consumidor y usuario de manera más estricta a través de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), pero sobre todo en la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

### **1.9. Obligaciones de los Proveedores en Función de los Derechos de los Consumidores y Usuarios.**

Sin perjuicio de las contenidas en otras leyes, hay varias obligaciones de los proveedores de bienes y servicios, tal como lo señala la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en su artículo 15 y son las siguientes:



- a) Cumplir las disposiciones legales que le sean aplicables tanto nacionales como internacionales, derivadas de los convenios o tratados internacionales de los que Guatemala sea parte.
- b) Respetar la vida, la salud y la seguridad del consumidor o usuario, al proveerle bienes o prestarle servicios.
- c) Proporcionar la información básica sobre los bienes y servicios que provee.
- d) Cumplir con las leyes tributarias del país.
- e) Extender al consumidor y/o usuario la factura correspondiente de conformidad con la ley.
- f) Utilizar el idioma español en las especificaciones de contenido, manejo, uso, fecha de producción, de vencimiento y demás indicaciones de los productos que se ofrecen al público.
- g) Traducir al idioma español las especificaciones completas de los productos importados que las traigan impresas en idioma extranjero, así como identificar plenamente al importador.
- h) Indicar con caracteres gráficos notorios cuando se ofrezcan al público productos deficientes, usados o reparados, así como la indicación de que son reconstruidos, lo cual deberá además constar en la factura.



- i)** Entregar los bienes y sus accesorios completos cuando formen parte integrante del bien objeto de la transacción, o sean indispensables para su funcionamiento óptimo, en el tiempo y lugar convenidos.
- j)** Responder por los vicios ocultos que tuvieren los productos motivo de la transacción o por daños a instalaciones, aparatos, u otros, imputables a personal del proveedor en la instalación de productos o servicios contratados.
- k)** Devolver el pago de lo indebido mediante procedimientos sencillos y ágiles, cuando alguna persona creyéndose deudora emita pago a su favor.
- l)** Entregar al consumidor o usuario los productos según las especificaciones que se le ofrecen por medio de la publicidad.
- m)** Probarle al consumidor y/o usuario, antes de su entrega, los productos que por su naturaleza sean susceptibles de ello, tales como los mecánicos, eléctricos, electrónicos u otros.
- n)** Mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, medidas, registradoras, básculas y los demás instrumentos de peso, que se utilicen en el negocio.
- o)** Incorporar en listados, rótulos, letreros, etiquetas o envases, el precio de los bienes o servicios que se ofrecen al público, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado -IVA-.



- p)** Respetar las especificaciones de los productos, así como las ofertas, promociones y liquidaciones hechas sobre los mismos, cumpliendo exactamente con los términos contractuales.
- q)** Responsabilizarse por la idoneidad y calidad de los productos y servicios, por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben los productos, por la veracidad de la propaganda comercial de los productos, por el contenido y la vida útil del producto, así como poner a disposición del público número telefónico para la atención de reclamos, atendido por persona idónea capacitada para ese servicio.
- r)** Cumplir sin mayores formalismos con las garantías a las que se hubiere obligado por medio del certificado o constancia que haya librado a favor del cliente.
- s)** Responsabilizarse por los productos cuyo uso resulte peligroso para la salud o integridad física de los consumidores, si éste no se comercializa bajo las prevenciones que correspondan tanto en su manejo como en su administración.
- t)** Responsabilizarse porque, al introducir un bien en el mercado del cual se tenga conocimiento de existencia de peligro o riesgo, se comunique e informe al público sobre la existencia de dichos peligros o riesgos en el uso o consumo del mismo, especialmente para la salud.
- u)** Resarcir al consumidor y/o usuario de acuerdo a las leyes del país, los daños y perjuicios que le ocasione debido al incumplimiento de lo convenido con él, de las disposiciones de la presente Ley o de otras vigentes del país que sean aplicables.



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

Considerando estas normas como las mínimas, puesto que el proveedor posee el poder económico sobre el consumidor o usuario de bienes y servicios varios.

### **1.10. Derecho Comparado Relacionado a Consumidores y Usuarios.**

El creciente consumo a escala mundial ha llevado a los diversos países crear normas de protección a los consumidores y usuarios, se ha convertido en un tema clave de la sociedad contemporánea, sobre todo en las naciones industrializadas, ya sea economía de libre mercado como el caso de Alemania en Europa, motor de la economía de ese continente y Costa Rica en América Latina, o el caso de Cuba en el Caribe de América con una economía centralmente planificada o con intervención estatal. Estos países en su forma de legislar sobre la forma de proteger a consumidores y usuarios permiten hacer una comparación para el caso Guatemala.



Araujo (citado por Godoy, 2005) argumenta que las normas de organización económica modernas nos han conducido, necesariamente, a repensar el ordenamiento legal y, en particular, la protección que se le debe brindar a los consumidores.

El desarrollo económico, la apertura de mercados, la globalización y la competencia han reforzado la posibilidad de que los consumidores puedan elegir y satisfacer sus necesidades. La tecnología trae mejores productos, la calidad se convierte en una consigna para toda empresa que se precie de ser competitiva, y la mayor competencia nos trae mejores precios y oportunidades. Estos fenómenos han beneficiado a los consumidores, pero también han planteado nuevos retos para la sociedad en su conjunto.

En ese sentido se dan a conocer datos relevantes sobre la forma en que se protegen a los consumidores y usuarios en Alemania, Cuba y Costa Rica.

### **1.10.1. Alemania.**

Alemania pertenece a la Unión Europea, la UE que antes se le conoció como Comunidad Económica Europea CEE, ha cumplido un importante rol en el desarrollo de normas protectoras de los derechos de los consumidores y usuarios. Existe una serie de directivas y reglamentos tendientes a armonizar los supuestos aplicables en todos los países miembros de la Comunidad Europea. En parte, estas normas europeas son de aplicación directa en todos los países miembros. En otros casos, los países miembros han tenido que transformar las exigencias impuestas a nivel europeo incorporando las regulaciones a leyes y otras normas nacionales.



Ante la diversidad de los productos que puedan ser de interés para un consumidor, las exigencias en cuanto a calidad y seguridad dependerán del tipo de bien que se ofrezca en el Mercado. Por este motivo en Alemania la protección al consumidor no se encuentra regulada en un solo cuerpo legal.

La normativa jurídica sobre el consumo alemán, está contenida en distintas leyes. (Broy, 2009) se refiere entre otras a la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación (la AGB del 9 de diciembre de 1976) modificada por la Ley de 19 de julio de 1996 para incorporar la Directiva 93/13/CEE. La Ley sobre derecho de revocación en los contratos celebrados fuera de establecimientos y similares, de 16 de enero de 1986; la Ley de responsabilidad por productos defectuosos, de 15 de diciembre de 1989; la Ley de crédito al consumo del 17 de diciembre de 1990; la Ley de viajes combinados del 24 de junio de 1994; la Ley sobre derechos de utilización de un inmueble a tiempo compartido, del 20 de diciembre de 1996 y la Ley sobre la seguridad de los productos del 22 de abril de 1997; Ley de seguridad de aparatos y de productos del 1 de mayo de 2005, que tiene por fin evitar que productos inseguros entren al Mercado.

Los consumidores alemanes tienen la costumbre de comprar por catálogo y, cada vez más, por Internet. El factor precio y la calidad resultan determinantes. Una de las leyes más importantes a nivel nacional es la Ley sobre la responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos. Para los bienes de consumo duraderos los criterios son, en este orden, la seguridad y la calidad, el prestigio, el confort, la comodidad y el precio. Las Asociaciones de consumidores más importantes son: VZBV Central de Consumidores de Alemania. TEST, Fundación de control sobre los productos y



VERBRAUCHER, Iniciativa del consumidor. El derecho a la indemnización por daños y perjuicios prescribe a los tres años.

### **1.10.2. Cuba.**

La política económica cubana por ser central planificada, aseguran que en el Servicio Estatal Socialista no existe el movimiento en el sector de los servicios ofertados, según sea más o menos lucrativo el negocio, como ocurre en la Sociedad Burguesa capitalista, sino que se encamina hacia aquellos sectores que realmente satisfacen las necesidades de los trabajadores, e inclusive garantizando que los servicios se encuentren al alcance de todos por igual.

El Organismo de la Administración Central del Estado que se encarga directamente de la protección al consumidor es el Ministerio del Comercio Interior (MINCIN), es el que rige la aplicación de la Política del Estado y el Gobierno en cuanto a la Política del Comercio Interno que desarrollan las actividades comerciales que operan en moneda nacional y en moneda libremente convertible, en los sectores estatal, cooperativo, mixto y privado.

La actividad comercial cubana, por referencia, es una mayorista y una minorista, es en esta última donde se ubica el que es objeto de protección. En el desarrollo del comercio minorista este juega un papel fundamental por lo cual va a adquirir un conjunto de derechos y deberes, lo que significa que de alguna manera tienen alguna protección, a nivel de la entidad que le presta el servicio, pues en estas existe un Área de Protección al Consumidor, donde mediante un mural se les informa de sus derechos y deberes, si



desean hacer cualquier solicitud de reclamación o sugerencia, para ello cuentan con un libro de opinión del cliente o buzón del cliente.

Pero en ocasiones los consumidores no tienen ni una vaga noción de sus derechos, deberes y obligaciones; esta materia no es dominada por nuestra población como por ejemplo la penal, puesto que el Código Penal es muy conocido y sin embargo el consumidor no tiene un instrumento jurídico que lo proteja.

*En el Código Civil Cubano; Ley No. 59, se regula todo lo relacionado con la compraventa en los establecimientos de comercio minorista. Los derechos que tienen los consumidores, sus deberes y obligaciones con respecto a la Administración, y esta con respecto al consumidor. Además en la Constitución de la República, en el artículo 63, se trata de manera general del derecho de queja de los ciudadanos, pero no especifica en que materia, solo hace esa salvedad.*

Pero Cuba no trata la problemática de la protección al consumidor de igual manera que en otros países, teniendo como rasgo distintivo principal el hecho de que la gran mayoría de los servicios a la población y venta de artículos tiene como proveedor a empresas estatales. Ante esto, la mayor prioridad está en proteger a los consumidores del desequilibrio jurídico derivado de la superioridad económica de las entidades estatales y de las consecuencias del uso casi generalizado de los contratos de adhesión.

La protección al consumidor tiene como objetivo educar, orientar e informar a la población en función de la oferta en el marco de la economía planificada, por lo que tiene un papel rector en esta actividad el Instituto Cubano de Investigaciones y Orientaciones de la Demanda Interna (ICIODI). Por otra parte el Código Penal vigente protege a los



consumidores con figuras que reprimen el engaño a esas personas mediante la producción, entrega de artículos incompletos, venta de los que están deteriorados, cobro de mercancías o servicios por encima del precio oficial, etc.

Por lo que se tiene claro que en Cuba no existe específicamente una Ley de protección a los consumidores, sólo se cuenta con el Reglamento de los OACE (Organismo de la Administración Central del Estado), el cual es observado por entidades y que les dan protección a sus usuarios. Existen otros reglamentos de organismos cuyo objetivo no es proteger al consumidor sino regular los intereses de la entidad según el tipo de contrato. De esta forma se incorpora a la protección de los consumidores el Ministerio de Finanzas y Precios, de Salud Pública y de Comercio Interior.

Por la no existencia de una Ley de protección a los consumidores en Cuba, en la práctica el usuario se encuentra en múltiples problemas que impiden una realización efectiva de sus derechos y requerimientos. En este sentido el consumidor no puede conocer toda la legislación dispersa de donde se derivan sus derechos, incluso el Código Civil que es el más asequible y especializado, no regula expresamente estos derechos.

### **1.10.3. Costa Rica.**

En 1985 la Organización de Naciones Unidas emitió la declaración 39/248, en la cual establece las directrices marco que deben cumplir los gobiernos adscritos, para velar por los derechos de los consumidores.

No es sino hasta 1995, 10 años después que el Gobierno de Costa Rica, promulga la Ley 7472 de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, en la



cual se establecen los derechos de los consumidores y las obligaciones de los comerciantes, de manera que las reglas del comercio se establezcan de manera clara en virtud del respeto de los derechos de la población consumidora nacional.

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

En el caso de los servicios públicos existe una situación diferente, pues en Costa Rica, no se consideran parte de una misma legislación, sino que son tutelados por la Ley 7593, de Creación de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos. Dentro de este andamiaje, los usuarios, pueden participar en los procesos de fijaciones tarifarias oponiéndose o avalando las solicitudes de los concesionarios de transporte público.

Las organizaciones de consumidores son de reciente nacimiento. Si bien el nacimiento del movimiento de consumidores data de la década de los 40 del siglo XX, en los Estados Unidos, también lo es el hecho que no es sino hasta la década del 90, cuando en Costa Rica, inicia con mayor organización y fuerza, generando organizaciones de diferentes tipos principalmente para velar por el correcto desarrollo y desempeño de los mercados locales.



Pocas han sido las experiencias de organizaciones que se proyectan a la escala nacional, entre ellas Consumidores de Costa Rica, pues anteriormente a la conformación, la profesionalización en temas del consumidor era deficiente o no existía.

Sin embargo el ahínco, el deseo de trabajo promovido por el voluntariado, las metas visionarias y la capacidad de organización de estas personas hizo posible el crecimiento del movimiento de consumidores en Costa Rica.

*Consumidores de Costa Rica, nace con el afán de profesionalizar el trabajo de las organizaciones de consumidores en el país, de manera que se una a otros esfuerzos realizados en esta materia por precursores institucionales y privados, con el principal eje diferenciador de anteponer un modelo de solidaridad entre consumidores, sector privado y el Estado, de manera que los intereses de todos, encuentren el equilibrio necesario para que el comercio y la prestación de los servicios públicos se dé bajo los principios de la información, solidaridad y justicia para los consumidores. Consumidores de Costa Rica, promueve una nueva cultura de consumo amparada a la Solidaridad entre el Estado, los Consumidores y el Sector Privado. Todos estos datos de hecho, extraídos de la página web de Consumidores de Costa Rica, Agosto 08 2016. Recuperado de [consumidoresdecostarica.org](http://consumidoresdecostarica.org).*

## **2. Medidas de Protección a Consumidores y Usuarios.**

Las medidas de protección son las reglas, normas o disposiciones que sirven de tutela a los consumidores y usuarios de bienes y servicios, creadas por órganos con competencia para ello y con cierta entidad (DIACO), para darle seguimiento a las



mismas. Previo a conocer estas medidas se presentan los antecedentes históricos de los derechos del consumidor.

## **2.1. Antecedentes Legales de los Derechos del Consumidor y Usuario.**

En Guatemala ha sido largo el proceso de regularización de los derechos de protección al consumidor y usuario, tal como lo reúne Guerrero (2008), con una línea de tiempo, que a raíz del establecimiento de un gobierno constitucional y creyendo necesario reestructurar las instituciones, se dispuso a través del Decreto Número 93 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del Organismo Ejecutivo, de fecha 27 de abril de 1945, crear el Ministerio de Economía y Trabajo, que en su artículo 16, asignaba las atribuciones a desarrollar a dicho Ministerio, dentro de las cuales ya se mencionaban aspectos relacionados con la protección del sector consumista.

Con el seguimiento de la creación del Ministerio de Economía, se creó la Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos, mediante el Acuerdo Gubernativo de fecha 5 de junio de 1945, para la debida aplicación del Decreto Número 90, Ley de Emergencia Económica, con el objeto de impedir las fluctuaciones bruscas de los precios, velando por el mantenimiento de la estabilidad y el equilibrio económico del país, de acuerdo con las diversas leyes, reglamentos y disposiciones de emergencias.

A continuación se creó la Oficina de Estabilización Económica, en el Acuerdo Presidencial del 18 de febrero de 1946, se indica que la Oficina de Coordinación de Precios y Abastecimientos no llenaba los fines para los cuales había sido creada, por lo que resulta oneroso su sostenimiento al erario nacional; en vista de ello se suprime y se



crea la Oficina de Estabilización Económica, la cual tendrá todas las atribuciones de la anterior.

Además se creó la Dirección General de la Economía Nacional, por Acuerdo Presidencial de fecha 5 de enero de 1948, debido a que en el Acuerdo Presidencial se dio una nueva organización complementaria distinta a la oficina anterior, por esta razón se suprimió para crear la Dirección General de la Economía Nacional; dándole las atribuciones que correspondía a la oficina suprimida.

Posteriormente debido a la confrontación que en ese tiempo tenía el Ministerio de Economía y Trabajo, se pensó que esta Dirección controlaría y regularía todo lo concerniente a la Economía Nacional, de esa cuenta se formó entre su estructura el Departamento de Control de Precios y Abastecimiento el cual quedó de todo lo relativo a controles de ese tipo. La Dirección General de Comercio Industrial y Controles se crea en el Acuerdo Presidencial del 29 de julio de 1949, se manifestaba que por acuerdo del presupuesto era necesario suprimir la Dirección General de la Economía Nacional y crear la Dirección General de Comercio, Industria y Controles, dándole las atribuciones que aparecieran en su Reglamento Interno, el cual se sancionó en el Acuerdo Presidencial del 25 de julio de 1950, o sea un año después de su creación.

El Departamento Administrativo de Economía y Trabajo se creó en el Acuerdo Presidencial del 28 de julio de 1953, se indicaba que debido a que en el presupuesto era necesario suprimir la Dirección General de Comercio Industria y Controles, y en su lugar se creaba el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, señalándose que las atribuciones serían las mismas que tenía la Oficina que se cancelaba.



Un año después debido a las situaciones políticas imperantes en el país y al cambio en las posiciones estructurales, en el Decreto 19 de la Junta de Gobierno de la República de Guatemala de fecha 15 de julio de 1954, se dispuso cancelar el Departamento Administrativo de Economía y Trabajo, indicándose que en tanto se hacen las revisiones pertinentes queda a cargo del Ministerio de Economía y Trabajo las aplicaciones de los acuerdos vigentes sobre los precios y los artículos controlados.

Así que el tema de protección al consumidor, según datos obtenidos de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, Ministerio de Economía, Recuperado de <http://www.diacogob.gt>, en Guatemala adquirió máxima importancia desde 1985 cuando se emitió la primera Ley (Decreto Ley 1-85 del Jefe de Estado General Oscar Humberto Mejía Vítores de fecha 14 de enero de 1985), Ley de Protección al Consumidor, cuyo objetivo era desarrollar, por parte del Estado, la defensa de los derechos e intereses de los consumidores, en un marco de política económica regulada por el Estado.

La legislación de 1985 consideraba que era “urgente dictar las medidas apropiadas para controlar y evitar el alza inmoderada que se ha producido en los precios de los productos y servicios esenciales”. Dicha legislación era de aplicación para toda persona individual o jurídica que cometiera actos de especulación, acaparamiento, alza inmoderada de precios, variación de peso, medida o calidad en los productos y servicios esenciales, no anunciados, los cuales eran tipificados como delitos económicos.



El Reglamento de la Ley Regulaba precios (máximo de venta y fijación de precios); ofrece las definiciones necesarias sobre los delitos económicos; existía una comisión reguladora de precios; establece sanciones sobre ventas netas y cierre de negocios.

Esta situación se dio en un ambiente internacional propicio, ya que las Naciones Unidas, en su Resolución Número 39/248 del 9 de abril de 1985, definieron el quehacer de los gobiernos en cuanto a la protección de los derechos de los consumidores. Guatemala, como país miembro, adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices emanadas en dicha Organización; de esa cuenta se promulgaron la Ley y el Reglamento antes indicado.

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

Posteriormente, establece Vela (2010) que fue emitido el Decreto Número 58- 87 del Congreso de la República de Guatemala relativo a la Ley de Abastecimiento y Control de Precios de los Productos Esenciales, teniendo como objetivo primordial facultar al Ministerio de Economía para establecer y fijar los precios máximos para vender los productos esenciales y básicos.



Seguidamente se emitió el Acuerdo Gubernativo Número 367-87 del Ministerio de Economía, donde se aprobaron los distintos estatutos de la asociación Liga del Consumidor, cuyas siglas son LIDECON. La misma fue determinada como una entidad de iniciativa privada, no lucrativa, apolítica y destinada a desarrollar acciones de protección al consumidor, la cual entre sus distintas actividades se encargó de la publicación de una revista llamada Reporte al Consumidor.

Fundamental es destacar que el Acuerdo Gubernativo Número 425-95 del Ministerio de Economía fue el que creó la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), como dependencia del Ministerio de Economía.

Actualmente rige el Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala que contiene la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. El objetivo de este cuerpo legal es la promoción, difusión y defensa de los derechos mínimos que asisten a los consumidores y usuarios. Según lo preceptuado en la ley, la entidad encargada de su aplicación es la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), la cual es una dependencia del Ministerio de Economía.

Como dato adicional y no menos importante, el día mundial de los derechos de los consumidores se celebra el 15 de marzo, desde 1996, para que exista un debido respeto y apoyo en beneficio de todos los consumidores de Guatemala.

## **2.2. Definiciones de Medidas de Protección.**

Las medidas de protección al consumidor, son las acciones dirigidas a tutelar los intereses económicos y sociales de los consumidores en sus relaciones con los proveedores de bienes o servicios.



El derecho del consumidor y usuario ha surgido como una suerte de estatuto personal del consumidor. Indica Piris (2000) que se ha planteado que el objeto y razón de ser de esta nueva disciplina jurídica es la protección a aquel sujeto que se denomina consumidor. Desde el punto de vista de la economía el consumo se convierte en el eslabón final del ciclo económico quedando con ello el consumidor como destinatario último del mismo.

Ahora bien, la problemática jurídica de la protección del consumidor y usuario se centra en la noción de la libertad contractual, que data del Código de Napoleón, porque en este ámbito el Estado interviene en el juego de la contratación no con el objeto de resguardar un interés público, sino privado. Esta situación empieza a evidenciarse hace un poquito más de medio siglo y de ahí la preocupación de los países por su regulación legal.

A decir de Rubio (2007) expone que las normas de protección al consumidor se aplican cuando al analizar la finalidad concreta que el sujeto, persona natural o jurídica, persigue con la adquisición, utilización y disfrute de un determinado bien o servicio, para reputarlo consumidor solo en aquellos eventos en que contextualmente, aspire a la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar, doméstica o empresarial en tanto no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica propiamente dicha aunque pueda estar vinculada, de algún modo, a su objeto social que es lo que constituye el rasgo característico de una verdadera relación de consumo.

Por fuera de la protección normativa quedan los consumidores empresarios cuyos actos se dirigen a ser incorporados en procesos productivos o de naturaleza similar.



*La Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL 1999), señala que la protección a consumidores y usuarios es una de las principales maneras de normalizar el equilibrio entre la oferta y la demanda, es decir, entre los comerciantes o proveedores y los consumidores o usuarios. El reconocimiento que se ha dado en las diferentes legislaciones otorga la facultad, en estos casos, a los consumidores y usuarios de poder reclamar la protección, en caso de amenaza de violación, o su reivindicación, en caso ya fueron violentados sus derechos mínimos.*

La Organización de las Naciones Unidas, es un organismo internacional que goza de legitimidad y que ha promulgado en la comunidad de sus estados miembros, una serie de normativas en todos los ámbitos, entre ellos lo relacionado al consumo. Es el organismo que más conformado tiene la organización mundial en la que se encuentran integrando países como Guatemala.

Los países miembros de la Organización de las Naciones Unidas reunidos en Asamblea General promulgan por medio del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, la Resolución 39/248 del 9 de abril del año 1985, que contiene las directrices para la protección del derecho del consumidor, las cuales son ampliadas en el año de 1999. Estas son recomendaciones, para que los gobiernos de los países en vías de desarrollo, cuenten con una orientación o una guía que les marque el rumbo hacia dónde dirigir sus esfuerzos para formular, o mantener una política de protección a los derechos del consumidor.



## **2.3. Convenios Internacionales Relacionados a los Derechos del Consumidor.**

Las disposiciones internacionales siempre han reflejado la búsqueda de principios para generar una cultura de satisfacción a consumidores y usuarios, al ser protegido en sus derechos, pero es de hacer notar que tales mandamientos aún no tienen el medio siglo de existencia por lo que se siguen fomentando, entre ellas se mencionan las más importantes y que han servido de base para su establecimiento en la gran mayoría de países, a continuación se detallan:

### **2.3.1. La Carta Europea de Protección a los Consumidores.**

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 derechos:

- a.** El derecho a la protección y a la asistencia de los consumidores, que se debe manifestar, según las directivas del consejo de Europa, en un fácil acceso a la justicia y en una racional administración de la misma. Además, los consumidores deben ser protegidos de todo daño, económico o material, provocado por bienes de consumo.
- b.** El derecho a la reparación del daño que soporte el consumidor por la circulación de productos defectuosos o por la difusión de mensajes engañosos o erróneos. En este sentido, la carta señala que los ordenamientos de los países miembros del consejo de Europa deberán establecer reglas generales que provean a la seguridad de los bienes y



servicios; que instituyan controles sobre los productos del mercado y sobre su composición y etiquetado y que protejan los intereses económicos de los consumidores con controles sobre las condiciones generales de contratación.

En la carta se invita a cada país miembro a una revisión periódica de la legislación en materia de prácticas comerciales desleales y en general, de todas las prácticas que resulten abusivas, incorrectas o poco deseables desde la perspectiva de la protección del consumidor.

- c. El derecho de los consumidores a organizarse en asociaciones y a ser representados en diversos organismos, para expresar opiniones sobre decisiones políticas y económicas inherente a la disciplina del consumo.

Al lado de estas organizaciones de consumidores, cada país deberá instituir una autoridad fuerte, independiente y eficaz, que represente a los consumidores y a las categorías comerciales, con facultades tanto para expresar pareceres a los organismos legislativos y gubernativos, sobre todos los problemas de tutela de los consumidores, como para aplicar la ley y los reglamentos destinados a regular las operaciones de mercado desde la perspectiva de dicha tutela.

La Carta Europea fue el primer documento que reconoció los derechos de los consumidores; fue el modelo que sirvió de guía a los ordenamientos de los países miembros de la Comunidad Económica Europea, actualmente Unión Europea, aunque también lo haría con otros ordenamientos.



### **2.3.2. El Programa Preliminar y las Directivas de la Comunidad Económica Europea.**

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

#### **a) El Derecho a la Protección de la Salud y la Seguridad de los Consumidores.**

Los bienes y servicios puestos en el mercado a disposición del consumidor deben ser tales que, utilizados en condiciones normales o previsibles, no presente peligros para su salud o seguridad; cuando sí presenten tales peligros, deben poder ser retirados del mercado con procedimientos rápidos y sencillos.

De manera general, los riesgos que pueden provenir de un uso previsible de los bienes y servicios, tomando en cuenta su naturaleza y las personas a las cuales son destinadas, deben ser puestos en conocimiento previo de los consumidores por medios apropiados. El consumidor debe ser protegido contra las consecuencias de daños corporales causados por mercancías y productos defectuosos provistos por productos de bienes y prestadores de servicios.



## **b) El Derecho a la Protección de los Intereses Económicos de los Consumidores.**

Los compradores de bienes o servicios deben ser protegidos contra los abusos de poder del proveedor; en particular, contra los contratos tipo o de adhesión, establecidos unilateralmente, la exclusión abusiva en los contratos de derechos básicos, las condiciones abusivas de crédito, el requerimiento de pago de mercancías no ordenadas y los métodos de venta agresivos.

El consumidor debe ser protegido contra los daños provocados a sus intereses económicos por un producto defectuoso o un servicio deficiente. La presentación y promoción de bienes y servicios, incluyendo los servicios financieros, no deben ser concebidas de forma que engañen, directa ni indirectamente, a la persona a la que se le ofrecen o a través de la que se solicitan.

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



### **c) El Derecho a la Reparación de los Daños.**

El consumidor debe recibir asesoramiento y asistencia en materia de quejas y en caso de perjuicios sufridos debido a la compra o utilización de productos defectuosos o de servicios insuficientes. Tiene derecho, además, a una justa reparación de tales perjuicios por medio de procedimientos rápidos, eficaces y poco costosos.

### **d) El Derecho a la Información y a la Educación del Consumidor.**

Por una parte, el comprador de bienes o servicios debe disponer de una información suficiente que le permita conocer las características esenciales de los bienes y servicios que se le ofrecen, tales como su naturaleza, calidad, cantidad y precio; hacer una elección racional entre los bienes y servicios que compiten en el mercado; utilizar con plena seguridad y de modo satisfactorio dichos bienes y servicios; así como reclamar la reparación de los perjuicios eventuales que resulten de los productos o servicios recibidos.

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

### **e) El Derecho a la Representación o Derecho a ser Escuchado.**

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



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

### **2.3.3. Resolución 35-63 Asamblea General de las Naciones Unidas.**

Las Naciones Unidas, en Resolución 35-63 del 5 de diciembre de 1980, aprobado por la Asamblea General, crea un conjunto de principios y normas equitativas convenidas multilateralmente para el control de prácticas comerciales restrictivas.

Por lo tanto, implica que los gobiernos deben adoptar o mantener políticas que especifiquen la responsabilidad de los productores para asegurar la durabilidad, utilidad y fiabilidad de los bienes y servicios, que promuevan la competencia leal y efectiva para brindar al consumidor la libertad de elección, que garanticen la protección contra abusos contractuales y, que garanticen la obtención de información sobre los efectos de los productos en el medio ambiente.

### **2.3.4. Directrices de las Naciones Unidas para la Protección al Consumidor.**

Aprobadas por la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas, mediante Resolución Número 39/248, del nueve de abril de 1,985. Establece dentro de sus objetivos que teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los países, y particularmente de los países en desarrollo; reconociendo que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación; y teniendo en cuenta



que los consumidores deben tener el derecho de acceso a productos que no sean peligrosos, así como la importancia de promover un desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenido, y la protección del medio ambiente, las presentes directrices para la protección del consumidor persiguen los siguientes objetivos:

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



Esta fue la ocasión en la que se logró el reconocimiento internacional de los derechos de consumidores y usuarios, que se convierten en las necesidades legítimas que las directrices procuran atender, y son las siguientes:

- a)** La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad;
- b)** La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;
- c)** El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;
- d)** La educación del consumidor, incluida la educación sobre la repercusión ambiental, social y económica que tienen las elecciones del consumidor;
- e)** La posibilidad de compensación efectiva al consumidor;
- f)** La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten;
- g)** La promoción de modalidades sostenibles de consumo.

Haciendo una comparación entre estas normativas internacionales, como lo indica Ovalle (2000) regulan los derechos fundamentales reconocidos en forma explícita y



llevan a la conclusión evidente de que estos documentos reconocen exactamente los mismos derechos de los consumidores y usuarios.

## **2.4. Organismos Internacionales y Nacionales en Defensa de los Consumidores.**

### **2.4.1. Organismos Internacionales para la Protección a los Consumidores y Usuarios:**

A través de los tiempos los derechos de los consumidores han sido preocupación política y jurídicamente a nivel internacional, de esa necesidad se han creado organizaciones en beneficio de los usuarios de bienes y servicios, esto se da inicio primeramente en el continente europeo.

Como lo relata Osorio (2015) en las décadas de 1830 y de 1840 se forman distintas cooperativas que manifestaban las necesidades de los consumidores y buscaban el modo de una protección de sus derechos. En Alemania, así como en Inglaterra, se crean muchas asociaciones que tenían como fin la protección para los consumidores, y a partir de este año en adelante en todo el mundo se busca la protección para los consumidores, siguiendo el ejemplo de dichos países.

Entre estos organismos internacionales se mencionan los siguientes:

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

Según datos Recuperado del sitio de internet [www.consumersinternational.org](http://www.consumersinternational.org). Es una federación mundial de organizaciones de consumidores que trabaja en conjunto con sus asociados, más de 250 organizaciones miembros en 120 países, y actúa como la



única voz global autorizada e independiente de los consumidores. Fundada en 1960. Su sede se localiza en Londres Inglaterra.

La Organización Mundial Consumers Internacional, anteriormente denominada como organización internacional de asociaciones de consumidores, es una organización que ha facilitado la protección al consumidor, a través de la creación de leyes modelos emitidas por la Oficina Regional de América Latina y el Caribe.

*El objetivo primordial de Consumers Internacional, ha sido desde el inicio, “el promover la construcción de una sociedad justa mediante la defensa de los derechos de los consumidores en todo el mundo, particularmente de los grupos vulnerables. Enfatiza la responsabilidad que tienen los consumidores de usar su poder en el mercado para eliminar los abusos y promover prácticas comerciales sanas, además de apoyar el consumo y la producción sostenibles.”*

La Consumers Internacional (CI) lleva a cabo campañas sobre temas internacionales que interesan a los consumidores de todas las regiones del mundo. Busca lograr cambios reales en las políticas de gobiernos y en las conductas de las empresas, mientras se avanza en la toma de conciencia entre los consumidores acerca de sus derechos y responsabilidades.

Guatemala es afiliada a través de la Asociación de Consumidores y Usuarios de Guatemala (ACUSGUA), lo cual hizo su ingreso el 08 de octubre del año 2012.

## **B. Oficina Regional para América Latina y el Caribe (ROLAC) de Consumers International (CI).**



Según la información de su página de internet, Recuperada de <http://consumersint-americalatinaycaribe.cl/objetivos>. Fue fundada en 1986 por Consumers Internacional con dos objetivos:

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

La Oficina Regional para América Latina y el Caribe, por sus siglas en inglés ROLAC, funciona como el coordinador y el centro de edición de las publicaciones mundiales de Consumer Internacional, emitidas en diferentes idiomas. Dentro de las actividades de dicha oficina se encuentran:

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

### **C. Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor (CONCADECO).**

Fue creado mediante el Convenio de Constitución del Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor (CONCADECO), suscrito por los Titulares de las agendas



gubernamentales de protección al consumidor de Centroamérica. Ratificado y firmado en la ciudad de San Salvador, El Salvador, el 18 de mayo de 2007.

En cuanto a su naturaleza el artículo primero indica que se constituye como un organismo regional en el marco del Sistema de Integración Centroamericana (SICA). El artículo dos de dicho convenio dice que tiene las siguientes finalidades:

- a. Crear mecanismos conjuntos que permitan fortalecer la defensa y protección de los derechos de los consumidores centroamericanos;
- b. Desarrollar e intensificar las relaciones entre las agencias gubernamentales de protección al consumidor de Centroamérica por medio de la cooperación y la ayuda mutua, para la tutela efectiva de los derechos de los consumidores de la región;
- c. Impulsar la participación de la sociedad civil en la promoción y protección de los derechos de los consumidores en el ámbito regional; y,
- d. Contribuir desde su ámbito de acción a los procesos de integración económica y social de la región.

#### **2.4.2. Organizaciones Nacionales para la Protección a los Consumidores y Usuarios.**

Las Organizaciones de consumidores y usuarios en Guatemala son asociaciones civiles sin fines de lucro, organizadas con la exclusiva finalidad de defender en forma colectiva los derechos de los consumidores y usuarios, establecidos en la Ley y



especialmente en el Decreto Número 06-2003 del Congreso de la Republica de Guatemala y en su respectivo reglamento. Estas deberán inscribirse en el Registro Civil del Registro Nacional de las Personas (RENAP) y en el registro que para el efecto llevará la Dirección de Atención al Consumidor, DIACO, y con lo cual adquieren su personalidad jurídica propia y distinta de las de sus asociados individualmente considerados para realizar sus fines y serán representadas por la persona u órgano que designen sus estatutos y reglamentos. Estas organizaciones nacionales son las siguientes:

#### **A. Liga del Consumidor (LIDECON).**

Se creó con el objetivo de controlar los precios de los productos del consumo básico en el área nacional. Trabajó arduamente por que los productos que se encuentran en el mercado cumplieran con las normas de calidad y peso exacto. Esta organización adquirió el nombre legal de Liga del Consumidor (LIDECON), obteniendo su personalidad jurídica por Acuerdo Gubernativo Número 367-87, siendo miembro de la Organización Internacional de Consumidores (IOCU). Los objetivos de ésta son:

- a. Defender los intereses del consumidor.
- b. Informar permanentemente sobre las alzas de los precios y los precios tope establecidos por el gobierno.
- c. Mantener informado al público acerca de las razones invocadas en el aumento inmoderado de los precios de los productos de consumo básico.
- d. Dar información y solicitarla a donde corresponda, sobre la calidad y volumen de los productos que sean vendidos al público.



- e. Prestar asesoría técnica, económica y legal a los asociados.
- f. Exponer los puntos de vista de los consumidores a la par de los productores, comerciantes o cualquier gremio o asociación.
- g. Hacer gestiones oportunas ante las autoridades competentes, para detener la espiral inflacionaria y exigir el control de precios, calidad y cantidad de los productos.
- h. Hacer gestiones ante organismos del Estado para la emisión de leyes, decretos, acuerdos o reglamentos que beneficien al consumidor.

## **B. Centro de Defensa al Consumidor y Usuario.**

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

A raíz de la creación de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, surgen entidades civiles y no gubernamentales de protección al consumidor, entre éstas según datos recuperados del sitio web [www.diacogob.gt](http://www.diacogob.gt), están las siguientes:

- a. Asociación Civil de Abogados y Profesionales por la Protección del Consumidor.



- b.** Asociación para la Protección de Consumidores de Productos de Consumo Humano.
- c.** Consultivo para Comercio con Justicia y Consumo Responsable (COYCORE).
- d.** Asociación de Corredores de Seguros y Fianzas.
- e.** Asociación de Usuarios de Transporte Urbano y Extraurbano (AUTUE).
- f.** Instituto de Investigación para la Defensa del Consumidor –ONG-
- g.** Asociación de Organización de la Defensa de los Intereses del Consumidor de Seguros y Fianzas.
- h.** Asociación de Consumidores Guatemaltecos (ACUSGUA). Constituida legalmente el 18 de octubre de 2010, esta organización guatemalteca promueve y divulga los derechos de los consumidores con el apoyo de un grupo de voluntarios.  
  
Sus principales áreas de trabajo son la protección legal del consumidor, los servicios públicos, el consumo sustentable, educación del consumidor y servicios financieros. Ingresó a la Consumers International (CI) el 8 de octubre de 2012.  
  
Representa a los consumidores guatemaltecos.

Estas entidades para su funcionamiento están reguladas en los Artículos del 6 al 13 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.



Como un aspecto importante se puede agregar que: La Dirección de Atención al Consumidor (DIACO), dependencia del Ministerio de Economía, como institución encargada de velar por los derechos del consumidor, el 15 de marzo de cada año conmemora el Día Mundial del Consumidor, con actividades encaminadas a promover los derechos de este sector en el país.

A través de las actividades que realiza la DIACO se pretende crear una cultura de denuncia, para que la población tenga toda la información que necesita saber para acudir al lugar indicado, en donde pueda ser escuchado de las quejas que tenga en contra de proveedores de bienes o servicios y para defenderse de los abusos de las empresas.

## **2.5. La Protección a los Derechos de los Consumidores y Usuarios según la Legislación Guatemalteca.**

El Estado de Guatemala cuenta con una serie de normativas dentro de su marco jurídico para la protección al consumidor y usuario. Según la jerarquía normativa del Derecho guatemalteco, a este respecto en primer lugar se encuentra la Constitución Política de la República de Guatemala y luego las leyes ordinarias como lo son: El Código de Comercio, Decreto Número 2-70 del Congreso de la República de Guatemala. El Código Civil, Decreto Ley Número 106. El Código Penal, Decreto Número 17-73 del Congreso de la República de Guatemala. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala y el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Acuerdo Gubernativo Número 777-2003. Se detallan de la siguiente manera:



### 2.5.1. La Constitución Política de la República de Guatemala.

La Constitución Política de la República de Guatemala en su Artículo uno establece lo relativo a la protección a la persona, y señala que *“el Estado de Guatemala se organiza para protegerla, también a la familia ya que su fin supremo es la realización del bien común”*.

De igual manera en su artículo 2 la ley suprema de Guatemala menciona que *“es deber del Estado garantizarle a los habitantes de la República la vida, la libertad, la justicia, la seguridad, la paz y el desarrollo integral de la persona. La seguridad aquí es por supuesto jurídica”*.

También el Artículo 26 de dicho cuerpo legal establece el derecho individual o colectivo de hacer peticiones a la autoridad respectiva, quien está obligada a tramitarlas y resolverlas de conformidad con la ley, esta norma garantiza el derecho que como consumidores exista una institución a la que se pueda acudir para que se hagan valer las quejas.

El Artículo 43 del mismo ordenamiento jurídico, instituye lo relativo a la libertad de industria, comercio y trabajo, cuando se habla de derechos de protección al consumidor es importante ubicar este artículo ya que el comercio, entendido como la actividad lucrativa que ejerce cualquier persona física o jurídica, sea en forma individual o colectiva, va intermediando directa o indirectamente entre productores y consumidores.

Concatenado a todo esto y punto clave constitucional, en lo que se refiere al régimen económico social:



*Manifiesta el artículo 119 que “son obligaciones fundamentales del Estado: inciso 9. La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos”.*

Agregando también que el Artículo 120 regula la intervención de empresas que prestan servicios Públicos y el Artículo 130 norma la prohibición de los monopolios.

Esto significa que los derechos del consumidor y usuario tienen rango constitucional y que por lo tanto sí hay garantías para hacerlos valer en cualquier momento.

### **2.5.2. El Código de Comercio, Decreto Número 2-70 del Congreso de la República de Guatemala.**

El Código de Comercio como regulador de los comerciantes en su actividad profesional, los negocios jurídicos mercantiles y cosas mercantiles como lo dice su artículo primero, para el caso de consumidores y usuarios cabe mencionar los más importantes artículos.

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

Aunado a esto el artículo 362 del mismo cuerpo legal, aduce que todo acto o hecho contrario a la buena fe comercial o al normal y honrado desenvolvimiento de las



actividades mercantiles, se considerará de competencia desleal y, por lo tanto, injusto y prohibido.

Tomando en cuenta lo anterior, el artículo 363 del mismo cuerpo normativo relaciona los actos desleales a aquellos como por ejemplo: pretender engañar o confundir al público en general o a personas determinadas, infringir deberes contractuales, entre otras. Ante los cuales se podrá entablar la acción correspondiente por el perjudicado.

### **2.5.3. El Código Civil, Decreto-Ley Número 106.**

El Código Civil de Guatemala contiene un articulado que tiene mucha relación con el derecho de los consumidores y usuarios, ya que también dentro del mismo se encuentra regulado todo lo relativo a las personas tanto físicas como individuales.

Importante es mencionar los siguientes artículos: 1520 Relativo a contratos de adhesión; el artículo 1543 de este ordenamiento jurídico, establece que el enajenante está sujeto al saneamiento por evicción o por vicios ocultos en todo contrato oneroso en que se transfiere la propiedad, la posesión, el uso, goce o disfrute de una cosas.

El artículo 1544 del mismo cuerpo legal, determina que los contratantes pueden ampliar o restringir por pacto expresos los efectos del saneamiento y aun convenir en que este no se preste. Agrega el Artículo 1545, establece que una vez se ha renunciado al saneamiento cuando llega el momento en que el enajenante deba prestarlo, éste únicamente deberá devolver el precio que recibió, cuando el contrato fue traslativo de dominio. Sin embargo cuando el saneamiento hubiere sido renunciando de manera



expresa, el enajenante está obligado a declarar los gravámenes y limitaciones que afectan a las cosas, así como los vicios ocultos que conozca.

*Esta norma se complementa con el Artículo 30 del Código de Notariado, Decreto Número 314 del Congreso de la República de Guatemala, establece que “en todo acto o contrato el otorgante que se obliga debe hacer constar de manera expresa si sobre los bienes que motivan el acto o contrato existen o no gravámenes o limitaciones que puedan afectar los derechos del otro otorgante, el notario advertirá las responsabilidades en que incurran si así no lo hicieron”.*

También el artículo 1629 del Código Civil se establece la oferta al público indicando que la persona que ofrezca al público objetos en determinado precio, queda obligada a sostener su ofrecimiento.

El mencionado cuerpo normativo en el artículo 1790 dice que “se entiende por contrato de compraventa cuando el vendedor transfiere la propiedad de una cosa y se compromete a entregarla, y el comprador se obliga a pagar el precio en dinero”.

Y por último el artículo 1809 contiene las disposiciones acerca de las obligaciones del vendedor y en dónde se le garantiza al comprador la pacífica y útil posesión de la cosa.

#### **2.5.4. El Código Penal, Decreto Número 17-73 del Congreso de la República de Guatemala.**

En un momento determinado los derechos de los consumidores y usuarios al infringirse pueden convertirse en delitos, por ello los regula el Código Penal de Guatemala. Entre estos artículos están los siguientes:



El artículo 340 hace referencia a *“quien, con propósitos ilícitos, realizare actos con evidente perjuicio para la economía nacional, absorbiendo la producción de uno o más ramos industriales, o de una misma actividad comercial o agropecuaria, o se aprovechara exclusivamente de ellos a través de algún privilegio, o utilizando cualquier otro medio, o efectuare maniobras o convenios, aunque se disimularen con la constitución de varias empresas, para vender géneros a determinados precios en evidente perjuicio de la economía nacional o de particulares, será sancionado con prisión de seis meses a cinco años y multa de quinientos a diez mil quetzales”*.

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

El responsable de alguno de los hechos enumerados anteriormente, será sancionado con prisión de seis meses a tres años y multa de doscientos a cinco mil quetzales.

El Artículo 342 de dicho cuerpo normativo penal, tipifica que comete delito de especulación, quien esparza falso rumor o falseare las leyes económicas naturales de la oferta y la demanda o quebrantare las condiciones ordinarias del mercado produciendo



aumento o baja injustificada en el valor de la moneda de curso legal. Será sancionado con prisión de uno a cinco años y multa de un mil a cien mil quetzales.

Se puede agregar también que el Código Penal tipifica los delitos de estafa propia, casos especiales de estafa y estafa en la entrega de bienes, delitos dentro de los cuales puede encajar la conducta de los comerciantes respecto de los consumidores y usuarios en su relación mercantil.

### **2.5.5. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.**

Tiene por objeto promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia. Las normas de esta ley son tutelares de los consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público.

También regula el quehacer de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, Dependencia Administrativa del Ministerio de Economía, la que se podrá abreviar DIACO o denominarse la Dirección, para los efectos de la Ley.

Dentro de este marco legal, una de las principales funciones tutelares que debe implementar la DIACO es la de educar y orientar al consumidor o usuario en cuanto a los derechos que le asisten como tal y cómo y dónde los puede ejercer y reclamar.



Lamentablemente este cuerpo legal no dota de autonomía a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor para ejercer una función coercitiva y ejecutiva a favor de los consumidores y usuarios.

Por lo mismo los procedimientos establecidos en dicha ley no son plenamente funcionales ni operativos para los consumidores y usuarios, en virtud de que carece de un proceso judicial en el cual se puedan hacer valer los derechos de los consumidores, pues actualmente los procesos establecidos en el Artículo 78, para la resolución de los conflictos y controversias que surgen son arreglo directo conciliatorio, arbitraje de consumo, procedimiento administrativo, los cuales no son suficientes para las controversias que se dan entre consumidores y proveedores.

#### **2.5.6. Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Acuerdo Gubernativo Número 777-2003.**

Este Reglamento desarrolla las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, a efecto de regular la estructura administrativa y el funcionamiento de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, como la unidad administrativa responsable de la aplicación de la citada Ley, puesto que así lo menciona el artículo primero.



## CAPÍTULO III

### USUARIOS DE TELEFONÍA

#### 1. Los Celulares y las Líneas Telefónicas.

Previo a tratar los aspectos generales sobre la telefonía, es importante entender las definiciones más relevantes del tema. El Diccionario de la Real Academia Española (2007) al respecto de “celular” menciona que es: teléfono móvil, entre varias de sus acepciones. Y de hecho así es como se entiende en el lenguaje común actual.

Dicho Diccionario al referirse a “teléfono” dice que es el “conjunto de aparatos e hilos conductores con los cuales se transmite a distancia la palabra y toda clase de sonidos por la acción de la electricidad. Aparato para hablar según ese sistema. Número que se asigna a cada uno de esos aparatos. Aparato portátil de un sistema de telefonía móvil”.

*La enciclopedia libre Wikipedia dice que una “línea telefónica” o “circuito telefónico” es un circuito eléctrico de un sistema de telecomunicaciones por teléfono. Típicamente, se refiere a un cable físico u otro medio de transmisión de señales que conecte el aparato telefónico del usuario a la red de telecomunicaciones, y normalmente supone también un único número de teléfono asociado a dicho usuario para poder facturarle el servicio prestado. Recuperado [https://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea\\_telef%C3%B3nica](https://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea_telef%C3%B3nica)}*

#### 1.1. Antecedentes Históricos de la Telefonía.

El desarrollo histórico de las Telecomunicaciones en Guatemala, según lo relata Fuentes (2009), se remonta a la época de la Reforma, primero con el General Miguel



García Granados, siendo presidente de la República durante los años 1871-1873, impulsó la aprobación de los principales códigos y otras leyes que se mantuvieron en vigor durante casi un siglo. Estos cambios fueron fundamentales para facilitar el trabajo de su sucesor, el General Justo Rufino Barrios, quien gobernó desde 1,873 hasta 1,885, "El Reformador", así en 1881 se realizó oficialmente la primera llamada telefónica entre las ciudades de Antigua y Guatemala.

Ya en 1884, el servicio se extendió hacia Quetzaltenango, llegando de la mano con el Ferrocarril de los Altos. Por lo anterior, en 1890 se fundó la primera compañía privada de teléfonos de Guatemala.

Con el paso de los años y en vista de que esta Empresa no se desarrollaba al ritmo de empresas similares en otros países del área, hubo de ser intervenida y nacionalizada en 1916, convirtiéndose en la Empresa Nacional de Teléfonos.

A continuación en 1926 y por influencia de intereses particulares, se autorizó la operación de la Tropical Radio & Telephone Co., para prestar el servicio internacional de telefonía. En el año 1927, con la introducción de los primeros teléfonos automáticos, la Empresa Nacional de Teléfonos, se dividió y se establecieron La Dirección General de Teléfonos Nacionales y El Proyecto Telefónico Nacional, instituciones que prestaban los servicios local y departamental por separado, pero siempre con categoría de estatales.

Ante las deficiencias y la falta de modernización de la empresa privada de servicio internacional (Tropical Radio) y a las diferencias entre los trabajadores de las empresas nacionales, a causa de la desigualdad de prestaciones de que gozaban en cada una de ellas, el Gobierno de Guatemala se vio obligado a fusionar las tres, surgiendo a la vida



La Empresa Guatemalteca de Telecomunicaciones "GUATEL", el 25 de enero de 1,966, gozando al momento de su creación, de plena autonomía.

El desarrollo mundial continuaba y por lo tanto también Guatemala. Ya en 1987 con la instalación de nuevas centrales y ampliación de la red, la empresa empezó a brindar un servicio más eficiente en las agencias que la han convertido en una empresa más competente y confiable, a la vez que los ingresos por concepto de pagos telefónicos, se incrementaron en más del 50%. Desde ese momento y con la planificación del desarrollo hacia el año 2,000, podía fácilmente preverse que un cambio tanto en las actitudes del personal como de las costumbres de los usuarios, estaba a las puertas.

La empresa Guatemalteca de Telecomunicaciones GUATEL, cambio de razón social el 1 de septiembre de 1997, con el fin de poder vender las acciones de la misma, y actualmente es una empresa con un gran potencial para competir internacionalmente con otras, ya que posee equipos de alta tecnología y una infraestructura completa.

## **1.2. Generalidades sobre la Telefonía.**

### **1.2.1. Telefonía Móvil.**

En 1989, se dio por iniciado el mercado de telefonía móvil en Guatemala; Comunicaciones Celulares (COMCEL/Tigo), inició operaciones en la Ciudad de Guatemala, extendiéndolas en los próximos años a varias ciudades importantes del país.

En 1997, con la apertura del mercado de telecomunicaciones y la subasta de espacio en frecuencia, se dio el ingreso de varios operadores internacionales. En 1998, Telecomunicaciones de Guatemala de América Móvil y Telefónica de Guatemala, se adjudicaron licencias; iniciando operaciones en 1999 bajo las marcas PCS Digital y



Telefónica MoviStar, respectivamente. En el mismo año, Tigo (en ese entonces COMCEL) lanzó el primer servicio prepago del país, cobrando llamadas salientes y entrantes.

En efecto expone Fuentes (2009) que en 1999, Bellsouth Internacional se adjudicó la cuarta licencia para servicios móviles nacionales; iniciando operaciones en 2000. En 2003, el operador salvadoreño Digicel (hoy parte de Digicel Group) se adjudicó la quinta licencia de servicios móviles, el operador no ha iniciado operaciones. En el mismo año se adjudicó una sexta licencia de servicios móviles a una empresa local sin que esta haya iniciado operaciones.

En 2004, con la adquisición de 10 operaciones de Bellsouth Internacional por parte de Telefónica Internacional, Bellsouth Guatemala pasó a manos de Telefónica de Guatemala, siendo conocidas desde marzo de 2005 con la marca conjunta MoviStar. En septiembre de 2006, PCS Digital cambio su nombre a Claro como parte de un proceso de integración de marcas en Centroamérica, emprendido por su matriz América Móvil.

El 8 de septiembre de 2006, por primera vez en la historia de Guatemala, 7 de cada 10 usuarios (3,714,900 usuarios) apagó su teléfono móvil como forma de protesta ante el intento de los operadores de realizar cobros por servicios hasta el momento gratuitos, y la eliminación de promociones aplicadas por los 3 operadores; tales como: eliminación de promociones de duplicación de saldos en prepagos y el cobro de llamadas entrantes.

En enero de 2007, MoviStar es el primer operador en minutos salientes gratis al acumular una cantidad específica de minutos entrantes. El 6 de febrero, Tigo anuncia el



inicio de facturación por segundo, siendo el primer operador en dejar de lado el usual cobro por minuto.

Llegando a la actualidad, según datos de Gamarro, U. (2015, 11 de mayo). Baja mercado de telefonía en el país. *Diario Prensa Libre. Versión electrónica*. Por primera vez en 18 años el mercado de la telefonía celular en Guatemala experimentó una fuerte caída en el 2014 luego de haber contabilizado exponenciales crecimientos de hasta dos dígitos.

El cómputo en el 2013 fue de 21 millones 716 mil 357 de líneas de celulares y 20 millones 787 mil 80 líneas en el 2012, que reportaron las tres compañías operadoras. No obstante, la expansión de la telefonía celular ha crecido en 26 mil 244 por ciento, al pasar de 64 mil 194 líneas en 1997 a las 16.9 millones al 2014.

Se concluye con los datos que, los últimos movimientos en los negocios de las telecomunicaciones fue la compra del 40% de las acciones que realizó la Corporación Multi Inversiones (CMI) de la multinacional española Telefónica por un monto de US\$500 millones que incluyó la compra de los activos en Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Panamá el 30 de abril del 2013.

La compañía Tigo reportó 9.03 millones de usuarios de los cuales 8.8 millones son prepago (tarjeteros) y 222 mil bajo contrato según el boletín de la SIT 2014. Telgua registró 5.02 millones, distribuidos en 4.8 millones en sistema de recarga y 192 mil con contrato. Telefónica computó 2.8 millones, de los cuales 2.6 millones son tarjeteros y 228 mil operan líneas con contrato.



El sistema prepago sigue dominando el mercado con 16.2 millones, o sea el 96%, y las terminales con crédito, con 642 mil 785 líneas que es el 3.7%. En el caso de la telefonía fija hubo una caída del 7%. En el 2014, el número de líneas era de 1 millón 718 mil, mientras que el 2013 fue de 1 millón 863 mil.

*Datos del Boletín Estadístico de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala (SIT) del Segundo Semestre del año 2015 (31 de diciembre). Únicamente se tienen registros de telefonía móvil a nivel nacional, siendo un total de 18,121,390. Distribuidos éstos así: 925,336 totales de terminales móviles de crédito que corresponde a un 5.11% y 17,196,054 totales de terminales móviles de prepago que hace el 94.89%.*

### **1.2.2. Telefonía Fija.**

En cuanto a las líneas telefónicas o telefonía fija señala Fuentes (2009) que en 1876 las primeras líneas eran simples conductores metálicos directamente conectados de un teléfono a otro con la Tierra como toma de tierra. Más tarde, en 1878, la compañía de teléfonos *Bell Telephone Company* llevó líneas, conocidas como bucle local, desde el teléfono de cada usuario a la centralita o central telefónica, que llevaba a cabo todos los intercambios eléctricos necesarios para permitir que las señales de voz fueran transmitidas a teléfonos.

Agrega Fuentes (2009) que es hasta 1997, que el mercado de telefonía fija en Guatemala era dominado por un único operador estatal; conocido como Guatel, únicamente logró instalar 240,000 líneas en el período 1974-1997. Como parte del proceso de privatización de empresas públicas, el 80% de los clientes de Guatel, paso



en 1997 a manos de Telecomunicaciones de Guatemala (Telgua). Con la apertura total del mercado de telecomunicaciones; se dio el ingreso de al menos 20 operadores en los años siguientes, operadores que se han reducido por fusiones, integraciones, compras, y ventas por parte de algunos operadores. Reduciéndose actualmente a Claro, Tigo y Movistar.

*Según datos del Boletín Estadístico de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala (SIT) del Segundo Semestre del año 2015 (31 de diciembre). El Departamento de San Marcos cuenta con 19,687 líneas fijas. De esto solo el Municipio de San Marcos posee 4,154. Distribuidas así: 3 son de la empresa BNA, 267 de Telefónica y 3,637 de Telgua.*

### **1.3. Características de la Telefonía.**

*Característica:* es la cualidad o circunstancia que es propia o peculiar de una persona o una cosa y por la cual se define o se distingue de otras de su misma especie. En cuanto a la telefonía se distinguen las siguientes:

#### **1.3.1. Autonomía.**

Permite realizar y recibir llamadas dentro de la red, de tipo local, larga distancia nacional e internacional. Permite realizar desvíos, transferencias, y conferencias de llamadas telefónicas. Admite identificar las llamadas perdidas, realizadas, recibidas.

La autonomía también se refiere a que indica el tiempo que se puede utilizar el móvil desconectado, tras haber sido total y correctamente cargado. Puede ser dividida en dos,



la autonomía en conversación (o tiempo que el móvil soporta en actividad real) y la autonomía en espera (o período que el teléfono móvil puede estar ligado sin hablar).

### 1.3.2. Precio.

Cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio, en este caso de telefonía, ya sea fija o móvil. Se refiere también al pago de servicio mensual o prepago. Costo de llamadas con líneas del mismo proveedor o con otras compañías. Es decir, según el plan que ha adquirido el consumidor o usuario.

La información de las tarifas reales es muy escasa, aun consultando a las propias agencias operadoras de telefonía, sin embargo haciendo investigación propia y comparando datos, se sacan las siguientes conclusiones en los precios de llamadas de voz y de mensajes, que son los más utilizados por los consumidores y usuarios:

**Tigo:** El precio por llamada en líneas *prepago* es de Q2.35 a números Tigo y otras compañías, y el costo de los mensajes de texto es de Q0.50 centavos ya sea a números Tigo y otras empresas, y para desmentir el mito urbano, que dicen que el precio de llamada y SMS aumenta cuando ofrecen “doble o triple saldo” esto es mentira, ya que la tarifa no cambia, eso sí, el saldo promocional únicamente sirve para realizar llamadas. Ojo, el cobro es por minuto.

**Claro:** En el caso de Claro, el cobro por llamada es de Q.0.03 por segundo, es decir Q.1.80 el minuto, esto a cualquier compañía. Y el *mensaje de texto* el costo es de Q.0.45. Aunque hay que tomar en cuenta que posee una serie de planes los cuales el usuario puede elegir, según su conveniencia y sus necesidades.



**Movistar:** El costo por minuto de llamada es de Q.2.35 hacia toda Guatemala (diferentes operadores) y Estados Unidos. Sin embargo el precio por mensaje de texto es mucho mayor que al de las otras compañías, ya que un SMS cuesta Q.1.20.

Si bien estos son los precios en planes prepago, las tres empresas ofrecen paquetes por medio de suscripción, en los cuales ofrecen hasta mensajes y llamadas ilimitadas a números preferidos, así como una gran variedad de planes, que cada quien puede elegir. (Ver Anexo No. 2 Plan Tarifario de las Operadoras).

#### **1.4. Empresas Prestadoras de Servicios de Telefonía.**

En Guatemala existen varias operadoras suministradoras de servicio celular y líneas fijas, el mercado se encuentra liderado, por tres empresas: Comcel (Tigo), Telgua (Claro) y Telefónica (Movistar); las cuales dominan la mayor parte de usuarios y por ende de teléfonos celulares.

##### **1.4.1. Telgua (Claro).**

Anteriormente tenía el nombre de PCS (Personal Communication Services) o sea (Servicios de Comunicaciones Personales), pero el nombre y nueva imagen “Claro”, inició en Guatemala en 2006 como parte de una integración de marcas PCS digital y Aló PCS, siendo éste el segundo mayor operador de telefonía móvil en el país. Claro Guatemala se encuentra implementando una red UMTS/HSDPA en la banda de 1900 mhz. Es una empresa internacional que presta el servicio de telefonía en Argentina, Brasil, Perú, Chile, Guatemala, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y el resto de Centro América. Recuperado de <http://www.subinternet303.com/2008/04/compaia-movil-claro-y-suhistoria.html>.



*Según datos del Boletín Estadístico de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala (SIT) del Segundo Semestre del año 2015 (31 de diciembre). TELGUA posee 5,189,148 de líneas móviles en todo el país, de los cuales 218,446 son Terminales Móviles de Crédito y 4,970,702 corresponden a Terminales Móviles de Prepago. Aclarando que la SIT no tiene registro de distribución por Departamentos del país.*

Claro ofrece servicios de llamadas cobradas por minuto, por segundo, por llamada (de 10 minutos) o por centavo; a elección del cliente en el formato prepago y postpago. Plan aplica únicamente a otros Celulares Claro.

#### **1.4.2. Comcel (Tigo).**

Primeramente llamado Comunicaciones Celulares, S.A. (Comcel, S.A.), es la empresa pionera en brindar servicios de comunicación. La selección del nombre Tigo responde a un concepto que trata de integrar la facilidad para que los usuarios se comuniquen tomando en cuenta tanto el aspecto geográfico como el económico. Telemóvil hace uso de la tecnología para proveer servicios por ser la marca que está contigo.

El principal negocio consiste en proporcionar servicios de telecomunicación integral. Es una empresa multinacional, formada con capital local y extranjero cuya casa matriz está en Luxemburgo. En el 2004 Comcel invirtió más de Q400 millones destinados para el cambio de nueva tecnología GSM de 850 mhz. Por lo que en agosto del 2004 lanzó su nueva marca TIGO con la nueva tecnología GSM (Global System por Mobile Communications) o sea (Sistema Global de Telefonía Móvil), con mayor fidelidad en las



llamadas y un sistema con los mejores estándares a nivel mundial en la comunicación celular.

Esta tecnología global permite dar servicio de telefonía móvil con mayor cobertura a nivel nacional. Comcel aparte de ser pionera en el mercado también tiene liderazgo en cobertura dando un énfasis especial al interior del país. Así lo menciona Herrera (citado por Gálvez Quintana, 2012).

*Según datos del Boletín Estadístico de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala (SIT) del Segundo Semestre del año 2015 (31 de diciembre). COMCEL posee 9,736,799 de líneas móviles en todo el país, de los cuales 454,269 son Terminales Móviles de Crédito y 9,282,530 corresponden a Terminales Móviles de Prepago. Aclarando que la SIT no tiene registro de distribución por Departamentos del país mucho menos por Municipio.*

Tigo realiza cobros por llamadas basándose en cobros por segundo, no ofrece opciones de llamadas por minuto o por llamada.

### **1.4.3. Telefónica (Movistar).**

Inicialmente fue “BellSouth Guatemala, es una empresa afiliada de BellSouth International, que a su vez es subsidiaria y propiedad del 100% de BellSouth Corporation, compañía de servicios de comunicaciones situada en el ranking 100 de Fortune y con sede en Atlanta, Georgia, Estados Unidos. Actualmente BellSouth Corporation presta servicios a más de 45 millones de clientes de servicios de telefonía fija e inalámbrica, de larga distancia, y de Internet en los Estados Unidos y en otros 14 países.



En América Latina, BellSouth opera empresas de comunicaciones en 11 países (Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela y otros), las cuales ofrecen una amplia gama de servicios de comunicaciones inalámbricas de voz y datos”. Datos de Herrera (citado por Gálvez, 2012).

MoviStar ofrece servicios de llamadas cobradas por minuto y por llamada, y en una combinación de ambas, ofreciendo para ello variedad de planes prepago y postpago, a tarifas variables decididas por el usuario con base en el horario o actividad que se adapte a las necesidades del usuario, ofrece paquetes de llamadas a clientes postpagos en los que incluye dependiendo del plan cierta cantidad de sms o minutos adicionales gratis.

*Datos del Boletín Estadístico de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala (SIT) del Segundo Semestre del año 2015 (31 de diciembre). TELEFÓNICA posee 3,195,443 de líneas móviles en todo el país, de los cuales 252,621 son Terminales Móviles de Crédito y 2,942,822 corresponden a Terminales Móviles de Prepago. Aclarando que la SIT no tiene registro de distribución por Departamentos del país mucho menos por Municipio.*

La tendencia actual de la telefonía es la posibilidad de tener un pequeño teléfono inalámbrico que pueda ser utilizado en cualquier parte del mundo, respondiendo al mismo número de teléfono se esté donde se esté, y ofrezca servicios tanto de voz como de fax, transmisión de datos y otros. Este sistema está en la actualidad siendo fuertemente desarrollado.

En conclusión las tres grandes empresas que dominan el mercado de telefonía en Guatemala son Claro, Tigo y Movistar.



## **1.5. Contratos con el Usuario.**

El contrato es un acuerdo de voluntades en los cuales se establecen relaciones jurídicas o de derecho.

Ossorio, en su Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales (1ra. edición electrónica), dice de Contrato que es el Pacto o convenio entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada. Agrega que en una definición jurídica, se dice que hay contrato cuando dos o más personas se ponen de acuerdo sobre una declaración de voluntad común, destinada a reglar sus derechos.

Por su parte el tratadista Capitant, H. (1955) lo define como acuerdo de voluntades, entre dos o más personas, con el objeto de crear entre ellas vínculos de obligaciones, y también documento escrito destinado a probar una convención. Los contratos han de ser celebrados entre personas capaces y no han de referirse a cuestiones prohibidas o contrarias a la moral o a las buenas costumbres. Los contratos lícitos obligan a las partes contratantes en iguales términos que la ley.

El Código Civil de Guatemala Decreto-Ley Número 106, señala en el artículo 1517 que hay contrato cuando dos o más personas convienen en crear, modificar o extinguir una obligación. Agrega en el artículo 1518 que los contratos se perfeccionan por el simple consentimiento de las partes.

## **1.6. Contrato de Adhesión.**

El guatemalteco Aguilar Guerra (2006) señala que denominamos contratos por adhesión a todos aquellos en que existe una previa prerredacción unilateral del contrato



que es obra de una de las partes contratantes, por medio de formularios, impresos, pólizas o modelos preestablecidos, que generalmente presentan cláusulas abusivas o vejatorias para el consumidor y a la otra sólo le es permitido declarar su aceptación o eventualmente su rechazo (ejemplo de estos contratos son, contratos de seguros, bancarios, funerarios, tarjetas de crédito, transporte, suministro de agua, energía eléctrica, teléfono, etc.).

Son contratos determinados por una producción masiva de bienes y servicios, que hace imposible la discusión individualizada con cada usuario o consumidor, lo que origina una situación de prepotencia de una de las partes.

Al respecto también Ossorio en su Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales (1ra. edición electrónica), señala que *el Contrato de adhesión* constituye una típica y cada vez más frecuente modalidad de la contratación, que se caracteriza por el hecho de que es una de las partes la que fija las cláusulas o condiciones, iguales para todos, del contrato, cuya celebración se propone, sin que quienes quieran participar en él tengan otra alternativa que aceptarlo o rechazarlo en su totalidad; es decir, adherirse o no a los términos del contrato preestablecido, sin posibilidad de discutir su contenido. Los contratos de seguros, de transporte, de suministro de agua, electricidad y otros servicios públicos son ejemplo de esta índole.

El Código Civil, Decreto-Ley Número 106, en su artículo 1520 señala que *los contratos de adhesión, en que las condiciones que regulan el servicio que se ofrece al público son establecidas sólo por el oferente, quedan perfectos cuando la persona que usa el servicio acepta las condiciones impuestas. Las normas y tarifas de estos negocios*



*deben ser previamente aprobadas por el Ejecutivo, para que pueda actuar la persona o empresa que hace la oferta, incurriendo en responsabilidad en caso contrario. Cuando la variación de las circunstancias en que fue autorizado un servicio de carácter público haga demasiado onerosas las normas y tarifas aceptadas, puede el Procurador General de la Nación o el representante de la municipalidad respectiva, pedir la revisión de las condiciones impuestas.*

*La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, artículo 47 indica que “se entenderá por contrato de adhesión, aquel cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por una de las partes, sin que la otra pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar”.*

Agrega dicho cuerpo legal en el mismo artículo que no producirán efecto alguno en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que:

- a)** Otorguen a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato, salvo cuando esta facultad se conceda al consumidor o usuario en las modalidades de venta por correo, a domicilio, por muestrario o catálogo, usando medios audiovisuales u otras análogas y sin perjuicio de las excepciones que las leyes establecen.
- b)** Establezcan incrementos de precio del bien o servicio por accesorios, financiamiento o recargos no previstos, salvo que dichos incrementos correspondan a prestaciones adicionales susceptibles de ser aceptadas o rechazadas en cada caso y estén consignadas por separado o forma específica.



- c) Hagan responsable al consumidor o usuario por los efectos de las deficiencias, omisiones o errores del bien o servicio cuando no le sean imputables.
- d) Contengan limitaciones de responsabilidad ante el consumidor o usuario, que puedan privar a éste de su derecho o resarcimiento por deficiencias que afecten la utilidad o finalidad esenciales del bien o servicio.
- e) Incluyan espacios en blanco que no hayan sido llenados o inutilizados antes que se suscriba el contrato.
- f) Impliquen renuncia o limitación de los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores y/o usuarios.

En la actualidad, los contratos de adhesión son más usuales en la contratación de tarjetas de crédito, telefonía móvil celular, televisión por suscripción, seguros, y diversas actividades bancarias. Si bien en los contratos de adhesión existen condiciones generales para el comercio en masa, la ley debe propiciar que esta clase de contratación no prive al adherente de toda posibilidad de discusión; es por esta razón que es importante prohibir, por medio de otras leyes, cláusulas exorbitantes y para aquellas actividades en las que interviene el poder público, reglas de sometimiento. (*Ver Anexo No. 3 Modelo de Contrato de Adhesión de Telefonía*).

### **1.6.1. Características de los Contratos de Adhesión.**

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, indica las Características en el artículo 48



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

No deberá hacerse relación a textos o documentos que no se proporcionen al consumidor o usuario simultáneamente a su suscripción.

Si el acuerdo de arbitraje ha sido incorporado a contratos mediante formularios, dichos contratos deberán incorporar en caracteres destacados, claros y precisos la siguiente advertencia: “este contrato incluye acuerdo de arbitraje”.

Mencionando a Fuentes Orozco (2008) destaca que los contratos por adhesión se caracterizan por:

- a. Limitar el contenido del contrato a lo dispuesto por la exclusiva voluntad de uno de los sujetos contratantes, lo que no debe confundirse con “las cláusulas generales de contratación” que como simples estipulaciones son “reglas elaboradas por una de las partes de forma unilateral para ser incorporadas en futuras contrataciones”.

Al existir esta limitación de negociar, se afirma que los contratos por adhesión no pueden ser concebidos como contratos puesto que “no existe libertad contractual”, no obstante ello se considera que tal afirmación no resulta correcta puesto que las partes contratantes que se adhieren al documento contractual elaborado, tienen



la posibilidad de revisar el contenido del contrato, dando lectura al texto, por ejemplo, o preguntando algún aspecto dudoso de la contratación y decidir si se adhieren o no.

- b. El consumidor o usuario, recibe la oferta materializada en el documento, objeto del negocio, el cual se encuentra prerredactado, quedando sujeto a un derecho potestativo restringido por la otra parte, en tanto, el proveedor asumirá una situación de ventaja que le permitirá adherirse al documento prerredactado dentro de los términos de la oferta contractual.

### **1.7. Derecho de Retracto.**

Este derecho es considerado como un derecho nuevo del cual gozan los consumidores y usuarios de bienes y servicios. Conocido en el Derecho Romano, como Pactum displicentia que significa pacto de desagrado.

Es una especie de compra sujeta a la aprobación del adquiriente, quien no sólo manifestaba su inconformidad con respecto a la cosa vendida sino también recupera el precio pagado por ella. Es decir, la potestad del consumidor es poder ejercer su derecho de aceptar o cancelar su compra realizada.

En su Diccionario Jurídico elemental Cabanellas de Torres (2001) manifiesta que el *Derecho de Retracto es el derecho que por ley o convención, se tiene para dejar sin efecto una venta o enajenación hecha a favor de otro y recuperar o adquirir para sí la cosa, por el mismo precio pagado, y ciertos gastos en ocasiones.*



Dice Badenes (1979) que la palabra “*retracto*” se aplica al retracto legal sin tener en cuenta su verdadero sentido gramatical. En efecto, se entiende por retraer, volver a traer, traer otra vez, traer de nuevo, reintegrar una cosa al estado en que ya se ha encontrado. Agrega que es necesario, para que estemos ante un retracto propiamente tal, que la relación jurídica creada y cuyo desdoblamiento aquél origina, constituya entre los contratantes una situación transitoria, no definitiva y acabada.

Asimismo Colin, Ambrosio & Capitant (1955) opinan que la acción de retracto, en todos los casos en los que la ley la establece, es de carácter real, como creada por la ley sobre la cosa misma, y con una finalidad que afecta al interés social.

Por su parte Castán (1954), considera que hay que reconocer el carácter real de la acción de retracto.

El derecho de retracto, se refiere a la facultad que asiste a un sujeto para adquirir una cosa después que fue transferida a otro y por la cantidad que éste dio por ella. Es un derecho de adquisición preferente por el que su titular tiene la facultad de adquirir un determinado bien o derecho cuando se cumple un concreto supuesto de hecho o cuando las partes así lo hayan acordado.

### **1.7.1. Normativa Legal que Rige el Derecho de Retracto.**

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, regula en el artículo 51 el Derecho de Retracto diciendo que:



*“El consumidor tendrá derecho a retractarse siempre, dentro de un plazo no mayor de cinco días hábiles contados a partir de la firma del contrato o desde la fecha en que éste se hubiere celebrado fuera del establecimiento comercial, especialmente por teléfono o en el domicilio del consumidor o usuario. Si ejercita oportunamente este derecho, le serán restituidos los valores pagados por el consumidor o usuario, siempre que no hubiere hecho uso del bien o servicio”.*

Esta normativa se interpreta claramente que es un derecho irrenunciable para todo consumidor o usuario de bienes y servicios, en consecuencia es aplicable a las telefonías. Siempre y cuando éstos lo realicen dentro del tiempo estipulado en la legislación guatemalteca que es de cinco días contados a partir de la firma del contrato.

Eso significa que transcurrido este plazo queda firme el mismo. En este tiempo se ejercita el derecho si los bienes o productos no han sido utilizados por el consumidor o usuario, por ello a este lapso se le ha llamado periodo de reflexión o de enfriamiento. Si es servicio de telefonía se ejercitará el retracto si el usuario no lo ha utilizado o gozado del producto adquirido.

### **1.8. Discrepancias Jurídicas de los Contratos de Adhesión Aplicadas a la Telefonía.**

El sector de la telefonía es uno de los mercados más atractivos, esto se debe a sus altas tasas de crecimiento, los constantes cambios tecnológicos que enfrenta y la normatividad regulatoria a la que se encuentra sujeta a nivel mundial, entre ellos Guatemala.



Siguiendo esta idea, las empresas proveedoras se aprovechan de la circunstancia o porque las leyes de la materia casi están a su favor, dejando así al consumidor y usuario de telefonía al desamparo, y siendo éste el motivo de la tutela jurídica. Por ejemplo siguiendo casos de protección al usuario, países como Argentina han estipulado medios para evitar o aminorar los abusos en los contratos de adhesión, como la concesión al consumidor que ha sido víctima de un acoso comercial imprevisto de un tiempo razonable para que medite sobre la conveniencia de la adquisición (Salazar, 2006). Estas discrepancias se reflejan en aspectos como las siguientes:

### **1.9. Cláusulas Abusivas en los Contratos.**

Anota Jacobo (2006) que las cláusulas abusivas: *“son aquellas que limitan la responsabilidad del proveedor por daños, o que importan una renuncia o restricción de derechos del consumidor. También las que imponen la inversión de la carga probatoria ante un hecho de incumplimiento”* (p.71).

Apunta Posada (2015) con relación al fundamento jurídico de la teoría de las cláusulas abusivas, que existen dos posiciones al respecto: la primera considera que la teoría de las cláusulas abusivas está edificada sobre la teoría del abuso del derecho, entendido como ejercicio abusivo de la libertad contractual.

Es decir, son consideradas como abusivas todas las cláusulas, impuestas por el predisponente (parte fuerte) en ejercicio de su libertad contractual al adherente (parte débil), en cuanto alteren, de manera injustificada y en perjuicio de los intereses de la parte débil, el equilibrio jurídico del contrato, por entenderse que la libertad contractual ha sido ejercida de manera abusiva en perjuicio de los intereses del adherente.



Agrega Posada (2015) la segunda posición sostiene que el fundamento de la teoría de las cláusulas abusivas se encuentra en el principio de la buena fe, de acuerdo con el cual los contratantes no solo deben actuar con la intención de no vulnerar ningún interés tutelado por el derecho, sino que adicionalmente, deberán comportarse con lealtad, honestidad, probidad, diligencia y responsabilidad en todas las relaciones jurídicas que establezcan y durante todas las etapas del *iter contractus*, para que el contrato se erija como el medio idóneo para la satisfacción de los intereses individuales de las partes. Recuperado <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derpri/article/view/4328/5081>

Para Aguilar Guerra (2006) citando el anexo de la Directiva 93/13/CEE, del 5 de abril de 1993 sobre “*cláusulas abusivas en los contratos celebrados con los consumidores*”, contiene un listado indicativo y no exhaustivo, tal como señala el artículo 3.3, de cláusulas que pueden ser declaradas abusivas.

Algunos de los supuestos típicos de cláusulas abusivas son:

- a. Las cláusulas que otorgan la facultad de resolver discrecionalmente el contrato.
- b. Las cláusulas que perjudican de manera desproporcionada o no equitativa al consumidor o comportan en el contrato una posición de desequilibrio entre los derechos, obligaciones y las partes en perjuicio de los consumidores y usuarios.
- c. Los incrementos de precio por servicios, accesorios, financiaciones, aplazamientos, recargos, indemnizaciones, o penalizaciones que no correspondan a las prestaciones adicionales susceptibles de ser aceptadas



o rechazadas en cada caso y expresados con la debida claridad y separación.

- d. Las limitaciones absolutas de responsabilidad frente al consumidor o usuario y las relativas a la utilidad o finalidad esencial del producto o servicio.
- e. La imposición de renunciaciones a los derechos del consumidor o usuario reconocidas en la ley.
- f. Los pactos de sumisión expresa a jueces o tribunales que no sean los del domicilio del adherente.

*Para poner un ejemplo, en el caso de Colombia. El artículo 42 de la Ley 1480 de 2011, define las cláusulas abusivas como "aquellas que producen un desequilibrio injustificado en perjuicio del consumidor y las que, en las mismas condiciones, afecten el tiempo, modo o lugar en que el consumidor puede ejercer sus derechos".*

Asimismo son consideradas abusivas las cláusulas que amplían los derechos de una parte en menoscabo de la otra, como el hecho de que la empresa pueda rescindir el contrato libremente y los consumidores de telefonía tienen limitaciones para hacerlo o tiene un costo alto para ello. Obligación del consumidor de cancelar primero las deudas pendientes antes de dar de baja un servicio. El consumidor siempre puede cancelar el contrato aun cuando tenga una deuda, que podrá abonar luego.



## **1.10. Desventajas que Presenta el Contrato de Adhesión para los Consumidores de Telefonía.**

Si existen cláusulas con las cuales el consumidor no está de acuerdo, en principio no tiene posibilidades de negociar su contenido o modificaciones en forma individual. Uno de los principales inconvenientes es que la capacidad y poder que tiene el proveedor para confeccionar el contrato, le permite a éste redactarlo de forma tal que reduzca eventuales situaciones desfavorables frente a la inmensidad de casos aislados que puedan presentarse ante tan diverso público que se adhiere al contrato. Ello lleva a que en estos contratos puedan incluirse cláusulas abusivas por el empresario que perjudican al consumidor.

La principal desventaja que la doctrina atribuye a este tipo de contratos, consiste en la limitación de la libertad de contratación o mejor entendido, a la autonomía de la libertad del adherente, quien no se encuentra en posibilidad de discutir y lograr que sus intereses particulares se reflejen en el contenido del pacto. Esto se acentúa más en contratos en los que el adherente es usuario, es decir, cuando no existe otra opción para adquirir el bien o servicio, que la suscripción del contrato de adhesión.

Señala Romero (2003), como otra de las desventajas en este tipo de contratos, la fuerza económico del predisponente, quien posee una asearía legal y financiera de la que carece el adherente, lo cual se acentúa como desventaja por la costumbre de redactar este tipo de contratos en términos oscuros.

En el ámbito procesal Stiglitz, R. (1985) menciona importantes obstáculos para el acceso de la parte adherente a la justicia, siendo estos el factor sicológico en cuanto a



la falta de conciencia de los derechos por parte de la mayoría de los consumidores, sentimiento de impotencia ante el poderío económico del predisponente y exigüidad de la lesión en contraposición con los eventuales costos del proceso, entre otros.

Otra crítica a este tipo de contratos consiste en la disparidad en cuanto a las relaciones de poder entre las partes, lo cual acentúa aún más la primera crítica esbozada. Dicha disparidad se hace evidente cuando el predisponente es el Estado y las partes se ven obligadas a suscribir el contrato por existencia de un monopolio estatal. Sin embargo, también en el caso de los empresarios, ha de reconocerse su poder sobre el pequeño consumidor.

### **1.11. Problemas que Genera la Telefonía Móvil para los Usuarios.**

Existe una serie de situaciones que se presentan en los consumidores y usuarios de telefonía, no es tanta la problemática en cuanto a las líneas fijas, sino que es mayor en los celulares o lo que se conoce como telefonía móvil, pues por ser básicamente portables cotidianamente, entre los inconvenientes más relevantes se encuentran:

#### **A. El tiempo de aire y su plazo para utilización.**

De conformidad con lo que establece la Ley de protección al consumidor y usuario, no es necesario que se establezca la firma de un documento o formulario para que se dé vida a un contrato de adhesión, menciona que el hecho de que los usuarios aceptan las condiciones de uso de los servicios de telefonía sin oportunidad de discutir las condiciones, da vida a un contrato de adhesión.



Los servicios de telefonía móvil mediante *tarjetas prepagadas*, son quienes mayores beneficios proporcionan a las operadoras, puesto que se establece un consumo masivo de tarjetas por parte de los usuarios, las cuales están disponibles en casi todas las tiendas.

Sostiene Jacobo (2006) que: *“La utilización de tarjetas llamadas prepago, obliga a los consumidores a usar dicho servicio en un corto lapso, con los consiguientes perjuicios para los mismos”* (p.74). Ya que en ocasiones, el tiempo caduca aun cuando el usuario que ha tratado de economizar tiempo de aire, cuenta todavía con saldo en su tarjeta.

El hecho de calificar el uso de las tarjetas como un servicio prepago, debería otorgar ciertos beneficios para quienes las adquieren, ya que el pago se realiza previo a la utilización del servicio, contrario a los llamados planes, en los cuales, prácticamente se establece la prestación de un servicio al crédito, ya que los usuarios deben pagar según hayan utilizado el servicio en el mes anterior a la fecha en que se realiza el pago.

De igual manera funcionan las recargas electrónicas que actualmente abundan en los diferentes negocios. Dichas recargas pueden ser para llamadas, mensajería y para internet que posee los servicios de redes sociales.

## **B. La problemática del robo de los teléfonos móviles.**

Esta situación es producto de la falta de seguridad que viven los ciudadanos cotidianamente en Guatemala y que tiene raíces profundas.

A consecuencia de esta problemática, pero en especial del robo constante de teléfonos celulares, el Congreso de la República de Guatemala considerando que la Ley General de Telecomunicaciones, Decreto Número 94-96 del Congreso de la



República de Guatemala, no establece adecuadamente el procedimiento a seguir en el caso de hurto o robo de terminales telefónicas móviles, ni la prohibición expresa de reactivación de las mismas una vez sean éstas reportadas como tales, por lo que es necesario crear normas que obliguen a las operadores que prestan el servicio de telefonía móvil, a llevar un control de los terminales móviles que hayan sido denunciados como robadas o hurtadas por los usuarios que utilizan la telefonía móvil. Por ello se crea la Ley de Registro de Terminales Telefónicas Móviles Robadas o Hurtadas, Decreto Número 09-2007 del Congreso de la República de Guatemala, como un paliativo a tal situación.

Pero a pesar de tal normatividad cientos de personas sufren cada semana el robo de sus aparatos móviles de comunicación con los consiguientes daños y perjuicios, es más muchas vidas se han perdido sólo por el hecho de proteger sus pertenencias como el caso del celular.

*No obstante que dicha ley regula en su Artículo 21 lo relacionado al Robo de equipo terminal móvil. Indicando al respecto que “La persona que sin la autorización debida y con violencia, tomare un equipo terminal móvil será sancionada con prisión de seis (6) a quince (15) años”. Es notable que esta normativa no está siendo nada efectivo con los consumidores y usuarios de los mismos.*

En la actualidad el teléfono celular es una herramienta básica para las personas de todos los estratos y de cualquier región del país, por lo cual es indispensable que la Ley cumpla con su objeto, la cual es normar el bloqueo de equipos terminales móviles por causas de robo o hurto, establecer condiciones de activación de tales equipos en la



provisión de servicios de telefonía móvil y regular la creación de una base de datos de teléfonos robados.

Entre otros problemas: muchas veces las empresas proveedoras de servicios telefónicos realizan cobros ocultos que no están contenidos en los planes o promociones, con el argumento de que automáticamente al admitir el contrato de adhesión también le incluyen tales o cuales suscripciones y en consecuencia al pago de los mismos. De igual forma se puede hablar del saldo promocional, que el usuario con tal de poseer un poco de más realiza otra recarga, lo cual ocurre que ese saldo promocional es eliminado, es decir, que en vez de beneficiar lo perjudica y por supuesto que la empresa obtiene mayores ganancias. El usuario no es informado por parte de la compañía proveedora cuando hay aumento al precio de las llamadas.

Como dato relevante según las estadísticas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- sólo durante los meses de enero a noviembre del año 2015, se recibieron 499 quejas, las cuales se presentaron en diversas actividades económicas, de las quejas presentadas un 57% corresponde a quejas de comercios; en segundo lugar con 12% las quejas de telefonía celular y con un 11% a las quejas de bancos. Como es observable en esta muestra la telefonía celular ocupa el segundo lugar en denuncias a nivel nacional.

### **1.12. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y su Papel en Beneficio de los Consumidores y Usuarios de Telefonía.**

Si el usuario de telefonía se ve afectado, por ejemplo de cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, publicidad engañosa, cobros ocultos, etc., puede recurrir a



presentar su queja para que no se le perjudique, y para ello el Estado ha creado la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- órgano gubernamental dependiente del Ministerio de Economía, con independencia funcional y técnica, con competencia de actuación en todo el territorio nacional, encargada de aplicar la Ley de Protección al Consumidor y Usuario y su Reglamento, con varias atribuciones pero principalmente la de velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.

### **1.12.1. Atribuciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) Respecto a la Telefonía.**

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en el artículo 54 establece las atribuciones de La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, las cuales son aplicables también para los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas, se transcriben a continuación algunas de las más importantes:

- a)** Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.
  
- b)** Iniciar las actuaciones administrativas en caso de presunta infracción a las disposiciones de esta Ley, sus normas reglamentarias y resoluciones que en consecuencia se dicten, de oficio o por denuncia de quien invocare un interés particular o actuare en defensa del interés general de los consumidores y usuarios.



- c) Celebrar convenios con proveedores, consumidores y/o usuarios y sus organizaciones para alcanzar los objetivos de esta Ley.
- d) Aplicar las sanciones administrativas establecidas en esta Ley, cuando corresponda y publicar los resultados.
- e) Representar los intereses de los consumidores o usuarios abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan.

Es importante destacar que estas atribuciones de la DIACO, como derechos de los consumidores y usuarios de telefonía, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, en el artículo 17 señala la existencia del Libro de Quejas, indicando que todo proveedor deberá poner a disposición en un lugar visible, el cual deberá ser de acceso irrestricto al público. Herramienta ésta a través del cual el consumidor y usuario puede hacer uso de su derecho de reclamo sobre el descontento que tenga del servicio que ha adquirido, y darle posible solución al conflicto generado.

### **1.12.2. Infracciones y Sanciones ante la DIACO.**

Respecto a las infracciones la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en el artículo 68 señala que:

*“Toda acción u omisión por parte de proveedores y consumidores y/o usuarios u organizaciones de consumidores y usuarios que implique violación de normas jurídicas sustantivas en esta materia o el abuso del ejercicio de los derechos y*



*obligaciones que establece la presente Ley, constituye infracción sancionable por la Dirección, en la medida y con los alcances que en ella se establecen.*

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

Referente a las sanciones la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, en el artículo 69 indica que: *“Sin perjuicio del derecho de defensa que tienen los proveedores o prestadores de bienes y servicios, de ejercitar su derecho de defensa a través de los procedimientos administrativos para la solución de conflictos que se regulan más adelante, la Dirección podrá imponer progresivamente las sanciones que correspondan”.*

### **1.12.3. La Necesidad de Defensa para el Usuario de Telefonía.**

El crecimiento del uso de la telefonía en grandes cantidades, producto del progreso técnico y la internacionalización de las comunicaciones a todo nivel, genera variadas relaciones de contratación, además se da en la actualidad una exagerada utilización de contratos mediante formularios y contratos de adhesión que por sus condiciones ponen en evidente desventaja a los consumidores.

A parte de eso según las estadísticas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- sólo durante los meses de enero a noviembre del año 2015, se recibieron 499 quejas, las cuales se presentaron en diversas actividades económicas; pero en segundo lugar a nivel nacional con el 12% de las quejas son en contra de la telefonía celular.



A este respecto Aguilar (2006), menciona que *la cuestión de la defensa de los consumidores es uno de los temas clave en la sociedad moderna, precisamente calificada como “sociedad de consumo”* (p.120). Sí es cierto que en un momento determinado la problemática surgió como mera defensa o protección, hoy esa problemática, debe enfocarse con una perspectiva más amplia y más profunda: esta perspectiva debe contemplar, por supuesto, la defensa del consumidor y usuario, pero también la promoción del consumidor.

*“El derecho de los consumidores contiene normas específicas o propias pero, además, se integra por normas pertenecientes a otras disciplinas jurídicas entre ellas las de Derecho Civil y Derecho Mercantil. Todas tienen por finalidad contribuir a la protección del consumidor y usuarios, dada la insuficiencia de las normas de las disciplinas jurídicas tradicionales fundadas en planteamientos económicos y sociales ya superados”* (Aguilar, 2006, p.121).

Modernamente, la promulgación de los llamados estatutos de los consumidores ha sido una de las vías de protección de los ciudadanos en cuanto a la adquisición y al disfrute de bienes y de servicios. En el ordenamiento jurídico guatemalteco, además, este esquema de protección se encuentra constitucionalizado. Efectivamente, esta política se dibuja en los artículos 2, 4, 44 y 119 inciso i) de la Constitución Política de la República de Guatemala. Estas normas son desarrolladas por la ley especial relativa a la protección de los consumidores y usuarios, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.

Ello quiere decir que la defensa de los consumidores hay que regularla en el marco de la libertad de empresa y su traducción jurídica, o sea la libertad contractual. También



la protección a los consumidores y usuarios conlleva el derecho a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno.

En conclusión los derechos de los consumidores y usuarios de telefonía pueden ser ejercitados por los propios interesados y por las asociaciones u organizaciones de consumidores, porque las empresas operadoras no están interesadas más que en sus ganancias millonarias diarias.



## CAPÍTULO IV

### CERTEZA JURÍDICA QUE PROPORCIONA LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR (DIACO) PARA PRESTAR UN SERVICIO EFICIENTE A USUARIOS DE TELEFONÍA.

#### 1. Certeza Jurídica que Proporciona la DIACO para Prestar un Servicio Eficiente a Usuarios de Telefonía.

La seguridad jurídica es un principio del Derecho universalmente reconocido, que se basa en la “*certeza del derecho*”, tanto en el ámbito de su publicidad como en su aplicación y que significa la seguridad de que se conoce, o puede conocerse, lo previsto como prohibido, ordenado o permitido por el poder público.

*La seguridad jurídica es, en el fondo, la garantía dada al individuo por el Estado de modo que su persona, sus bienes y sus derechos no serán violentados o que, si esto último llegara a producirse, le serán asegurados por la sociedad, la protección y reparación de los mismos. De modo que seguridad y certeza son sinónimos. Según la enciclopedia libre Wikipedia.*

##### 1.1. Definiciones Generales.

La *Certeza Jurídica* viene a ser la seguridad que se tiene de algo en cuanto a que la ley o el derecho lo regulan de esa manera y por lo tanto debe observarse de esa forma.

El concepto *Certeza* para Ossorio según su Diccionario Jurídico (1ra. edición electrónica) lo define como la clara, segura y firme convicción de la verdad. Ausencia de



dudas sobre un hecho o cosa. Convencimiento que adquiere el juzgador por lo resultante de autos y que se traduce en la apreciación que hace de las pruebas.

Agrega el Diccionario de la Real Academia Española (2007) que certeza es el conocimiento seguro y claro de algo o también la firme adhesión de la mente a algo conocible, sin temor de errar.

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. (Abadi, 2004, p.4). En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

En cuanto a la prestación de los servicios Serna (2003), ostenta que el servicio es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. Los cuales estos deben estar basados en la eficiencia, básicamente hacia los usuarios de telefonía.

Para tales propósitos se creó la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, mediante Acuerdo Gubernativo Número 425-95, de fecha 4 de septiembre 1995, como dependencia del Ministerio de Economía. Con competencia para dirigir y ejecutar las actividades del Ministerio de Economía tendientes a atender al consumidor y usuario. Con atribuciones para orientar, asistir e informar en todo lo relacionado con la calidad, cantidad, peso y demás características de los productos y servicios, así como lo relacionado con la organización de los consumidores.



La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- se rige por la Ley de Protección al Consumidor y Usuario (Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala), que le proporciona la certeza jurídica y en la cual se establecen los procedimientos administrativos para la resolución de controversias, de esa manera prestar un servicio eficiente a los consumidores y usuarios de telefonía.

## **1.2. Medidas Legales que Garantizan la Certeza Jurídica.**

Por medida legal, se debe entender que es aquella disposición que tendrá una estrechísima vinculación con la ley, el derecho o la justicia, porque justamente una de las referencias más usadas de esta palabra es ella.

En cuanto al concepto protección, la Real Academia Española (2007), define que es el sistema legal que garantiza la confidencialidad de los datos personales en poder de las administraciones públicas u otras organizaciones.

Según los tratadistas españoles Botana, Gema & Ruiz (1999) el ámbito al que se puede extender la protección bien puede distinguirse en dos vertientes: *La protección indirecta y la directa*. La primera alcanza todo el quehacer de los poderes públicos y en especial a la ordenación del mercado interno, la libertad de competencia, regulación de los monopolios, la política de precios, el control de las importaciones y otros. Mientras que la protección directa se realiza mediante la atribución de derechos concretos a favor de la persona que consume o sea, el consumidor.



Las medidas legales que garantizan la certeza jurídica a los usuarios de celulares y líneas telefónicas son las mismas que como cualquier ciudadano hace uso para ser protegido en una relación jurídica por la obtención de bienes y servicios.

Aclarando que se hace aquí una breve descripción para no ser repetitivos, puesto que ya se trató ampliamente en el segundo capítulo relacionada a la protección a los derechos de los consumidores y usuarios según la legislación guatemalteca. Se encuentran los siguientes cuerpos legales:

**A. Constitución Política de la República de Guatemala.** Ésta como Ley

superior de todo el ordenamiento jurídico, protege el derecho de los consumidores de telefonía en los siguientes artículos: Artículo 43 regula la libertad de Industria, comercio y trabajo. Artículo 96 norma el control y calidad de los productos. Artículo 97 establece el medio ambiente y equilibrio ecológico. Artículo 99 contiene disposición relacionada sobre alimentación y nutrición. Artículo 119 inciso j, regula lo relativo a las obligaciones del Estado en defensa del consumidor y usuario. Artículo 118 menciona lo relacionado al régimen económico y social donde el Estado es el orientador de la economía nacional. Artículo 120 cita la intervención de empresas que prestan servicios Públicos. Artículo 130 norma la prohibición de los monopolios.

**B. Código Civil, Decreto-Ley Número 106.** Dentro del cual se encuentra

regulado lo relativo a las personas tanto físicas como individuales, se relaciona con el derecho de los consumidores en los siguientes artículos: Artículo 1520 relativo a contratos de adhesión. Artículo 1629 se establece la oferta al público.



Artículo 1790 se encuentra la compraventa. Artículo 1809 contiene las disposiciones acerca de las obligaciones del vendedor y en dónde se le garantiza al comprador la pacífica y útil posesión de la cosa.

**C. Código de Comercio, Decreto Número 2-70 del Congreso de la República de Guatemala.** Como ley que regula todo lo relacionado al comercio y todas las relaciones que se dan dentro del mismo, protege el derecho del consumidor en los siguientes artículos: Artículo 361 prohibición de monopolios. Artículo 362 regula la competencia desleal. Artículo 363 disposiciones sobre competencia desleal.

**D. Código Penal, Decreto Número 17-73 del Congreso de la República de Guatemala.** Puede darse el caso de que cuando se estén violando algunos de los derechos de los consumidores, una de estas infracciones pueda constituir delito y por lo tanto este derecho se relaciona con los artículos: Artículo 340 donde se establece el delito de monopolio. Artículo 341 contiene disposiciones acerca de otras formas de monopolio. Artículo 342 se regula el delito de especulación.

**E. Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.** Esta es la ley específica encargada de velar por el derecho de todos los consumidores y usuarios, entre ellos los de telefonía. Para este caso, La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- se rige por la misma. Como lo indica Aguilar Guerra (2006)



los principales caracteres de ésta ley, para dar certeza jurídica a los consumidores y usuarios de telefonía, son los siguientes:

- Regulación de los derechos de los consumidores y usuarios; su organización mediante asociaciones civiles sin fines lucrativos;
- Regulación de los derechos, obligaciones y prohibiciones de proveedores;
- Regulación sobre la información y publicidad de los bienes y servicios; créditos para el consumo; prestación de servicios privados y públicos; seguridad de los productos y servicios; protección contractual;
- Creación, organización y reglamentación de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor;
- Infracciones y sanciones en que eventualmente pueden incurrir tanto los proveedores o prestadores de bienes y servicios, como los propios consumidores y usuarios;
- Procedimientos administrativos para la solución de conflictos y recursos administrativos y judiciales aplicables.

Para ello, la DIACO deberá asistir a los derechos e intereses de los consumidores y usuarios en sus relaciones comerciales con los proveedores y prestadores de servicios, en este caso procurará que las relaciones entre las empresas operadoras de telefonía y consumidores o usuarios de celulares y líneas telefónicas se llevan a cabo con apego a



las leyes de la materia, pero principalmente de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, a través de:

### **1.2.1. Organizaciones de Consumidores y Usuarios.**

Están reguladas en la ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, específicamente en los artículos del 6 al 13, en los siguientes términos: *Las Organizaciones de Consumidores y Usuarios son asociaciones civiles sin finalidades lucrativas, organizadas con la exclusiva finalidad de defender en forma colectiva los derechos de los consumidores y usuarios; deberán inscribirse en el Registro Civil y en el registro que para el efecto llevará la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.*

**A. Personalidad Jurídica.** Las asociaciones de consumidores y usuarios constituidas de conformidad con la ley e inscritas en el Registro Civil y el que para el efecto lleve la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, tendrán personalidad jurídica propia y distinta de la de sus asociados individualmente considerados para realizar sus fines y serán representadas por la persona u órgano que designen sus estatutos o reglamentos.

**B. Inscripción y Registro.** Las asociaciones presentarán para su inscripción en los respectivos registros, el primer testimonio de la escritura pública de su constitución en el que consten sus estatutos o reglamentos; así como de cualquier ampliación o modificación, a los respectivos registros. Para que la inscripción quede firme en el registro correspondiente de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, se



deberá adjuntar certificación de la inscripción en el Registro Civil, dentro de los quince días posteriores a dicha inscripción.

**C. Finalidades.** Las organizaciones de consumidores y usuarios tendrán por finalidad:

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



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

**D. Limitaciones.** Las organizaciones de consumidores o usuarios en ningún caso podrán:

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

**E. Impedimentos para Integrar Órganos Directivos.** No podrán ser integrantes de los órganos directivos de las organizaciones de consumidores y usuarios:

- a) Los menores de edad e incapaces.
- b) Las personas que no sean ciudadanos guatemaltecos.



- c) Quien haya sido condenado en quiebra culpable o fraudulenta, mientras no se le rehabilite.
- d) Quien tenga antecedentes penales.
- e) Quien habiendo sido condenado en juicio de cuentas no haya solventado su situación.
- f) Quienes representen intereses de proveedores o prestadores de servicios.

**F. Interés del Directivo.** El directivo de una organización de consumidores y usuarios, que tenga interés personal directo o indirecto en la deliberación y resolución de algún asunto en que participe o que le afecte por razones de amistad o parentesco, deberá manifestarlo a los demás directivos y abstenerse de participar. La contravención a esta norma será sancionada con la pérdida del cargo en la organización de consumidores y usuarios, sin perjuicio de las eventuales responsabilidades legales que puedan deducirsele.

**G. Promoción de Reclamos.** Las asociaciones de consumidores y usuarios podrán substanciar los reclamos de los consumidores de bienes y servicios ante la Dirección, que se deriven del incumplimiento de esta Ley. En estas instancias, la función de las asociaciones de consumidores y usuarios será estrictamente denunciante extrajudicial, su función se limitará a facilitar el acercamiento entre las partes.

La finalidad de las asociaciones de consumidores y usuarios es la de convertir a estos grupos de pasivos a activos, en Guatemala el movimiento de éstas



asociaciones es todavía muy débil, por lo que es necesario que se fortalezcan ya que el trabajo unido constituye un poderoso instrumento para obligar a los proveedores a cambiar su comportamiento mercantil en favor de los desprotegidos. Sobre todo contra las monstruosas empresas proveedores de telefonía monopólicas del mercado.

### **1.2.2. Derecho de Retracto.**

En palabras simples se puede decir que el derecho de retracto es la potestad del consumidor de poder ejercer su derecho de aceptar o cancelar su compra.

*“El prototipo del consumidor necesitado de protección es la persona que individualmente no está en condiciones de hacer valer sus justas exigencias sobre los productos o servicios que adquiere y que carece de los medios necesarios para enfrentarse con las empresas con las que contrata” (Bercovitz, 2009, p. 113).*

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

De igual manera el Artículo 119 del mismo cuerpo legal establece que dentro de las obligaciones fundamentales del Estado está: *La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.*



La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en el artículo 51 indica que *“El consumidor tendrá derecho a retractarse siempre, dentro de un plazo no mayor de cinco días hábiles contados a partir de la firma del contrato o desde la fecha en que éste se hubiere celebrado fuera del establecimiento comercial, especialmente por teléfono o en el domicilio del consumidor o usuario. Si ejercita oportunamente este derecho, le serán restituidos los valores pagados por el consumidor o usuario, siempre que no hubiere hecho uso del bien o servicio”*.

*“Fundamentalmente son problemas que necesitan una especial protección a favor del consumidor. En primer término, el relativo a la lucha contra la publicidad engañosa y las prácticas comerciales agresivas (...), motivos de reflexión para una revisión de la doctrina tradicional sobre la violencia y el error (...), la tutela de la salud y seguridad frente a los daños derivados de los productos y servicios puestos en el mercado, obligaciones de resarcimiento, bajo la rúbrica de la responsabilidad civil del fabricante; y por último, hay que referirse al control de las condiciones generales” (Aguilar, 2006, p.126-127).*

Estas normas nos muy difíciles de aplicar para proteger a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas en virtud de que los contratos de adhesión son realizadas por la empresa y únicamente dadas a conocer al usuario, sin dar la oportunidad de su discusión, solo para citar un ejemplo.

Sobre el derecho de retracto ya se ha hecho alusión en el capítulo anterior, por lo que aquí se ha hace referencia exclusiva como parte de la certeza jurídica que proporciona la DIACO a los consumidores y usuarios de telefonía.



### 1.2.3. Programas de Tutela.

Relacionado a los programas de tutela, vienen a ser la protección a los consumidores y usuarios, en este caso de telefonía. Aguilar (2006) dice que se entiende por *“Derecho de consumo, como el conjunto de normas que tienden al restablecimiento de la libertad contractual o libertad privada, de la libre prestación del consentimiento en una economía de mercado. Es decir, a la válida declaración de voluntad unida a la noción de equilibrio”*. (p.121).

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en el artículo 66 dice en cuanto a los Programas de tutela que: La Dirección representará los intereses de los consumidores o usuarios, abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan en la protección al consumidor o usuario. Para hacer operativa la función de protección antes indicada, la Dirección deberá implementar los siguientes programas:

- a) Defensa legal del consumidor o usuario.
- b) Investigación de mercados y productos de consumo final, productos peligrosos y de riesgo en el consumo.
- c) Educación y orientación al consumidor o usuario.
- d) Apoyo técnico a la organización de consumidores y usuarios.
- e) Promoción de la resolución negociada de conflictos entre proveedores y consumidores y/o usuarios.



- f) Cooperación con entidades públicas y privadas para lograr mejoras en las condiciones del consumidor y usuario.
- g) Estudios, formulación y planteamiento de sugerencias para la emisión de nuevas leyes o reformas a las mismas, para mejorar la defensa del consumidor o usuario.

Esto lo realiza la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, representando los intereses del consumidor o usuario, abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan, principalmente al momento de que el consumidor o usuario de celulares y líneas telefónicas se vea afectado en sus derechos, básicamente es el seguimiento o acompañamiento que esta le da al afectado o que haya sido víctima por parte de las empresas operadoras que prestan los servicios de telefonía. Estos programas los implementa también la DIACO en las ferias del consumidor que organiza.

Es de manifestar que las acciones que ha emprendido la DIACO, no han sido suficientes para fortalecer los programas de tutela que puedan coadyuvar a que disminuyan las demandas o denuncias, culpa también del consumidor que prefiere callar y no quejarse de los malos servicios, o simplemente no sabe o no conoce los procedimientos a seguir. En este sentido corresponde a la DIACO mayor publicidad de educación para el consumo y de formar una cultura de denuncia.

#### **1.2.4. Libro de Quejas. Forma de uso y lo que hace La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO).**



*El libro de quejas, autorizado por la DIACO, es la herramienta, el instrumento, el medio inmediato utilizado por el consumidor o usuario de celulares y líneas telefónicas y también por el proveedor, como mecanismo para lograr una conciliación inmediata y para dejar constancia escrita de la situación que se ha presentado. (Ver Anexo No. 4 Portada del Libro de Quejas y formato de la hoja para presentar la denuncia).*

Este libro obligadamente tiene que estar en un lugar visible a todo público, y cualquiera puede y tiene derecho de anotar en el mismo el motivo de su inconformidad. Será revisado por inspectores de la DIACO y se tomarán las quejas para ser trasladadas al departamento de servicios al consumidor, para su investigación y resolución por la vía administrativa, al no solucionarse por esta vía, se traslada al tribunal competente, para continuar con el proceso judicial correspondiente.

*La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en el artículo 17 apunta que: “A efecto de garantizar el derecho de reclamo de los consumidores y usuarios, todo proveedor deberá poner a disposición de los mismos en un lugar visible, un libro de quejas o cualquier medio autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, el cual deberá ser de acceso irrestricto al público, el que debe contener como mínimo los espacios en los que se indique el nombre del consumidor o usuario afectado, el tipo de reclamo y la fecha en que quedó solucionado el mismo. Cuando el proveedor tenga agencias o sucursales deberá contar con un libro de quejas en cada una de ellas”.*

Aragón (2009), señala el procedimiento para el uso del libro de quejas y lo que posteriormente hace la DIACO con esas quejas, y lo refiere así:



## **A. Uso del Libro de Quejas:**

- a)** El consumidor solicita al proveedor, el libro de quejas, que debe estar debidamente autorizado y a la vista;
- b)** El proveedor debe permitir, que en el libro respectivo, el consumidor asiente su queja;
- c)** La queja debe tener relación directa con una transacción de orden comercial o servicio adquirido, que haya realizado en el establecimiento.
- d)** El consumidor y el proveedor pueden utilizar este mecanismo para lograr una conciliación inmediata y dejar constancia en el libro, en el espacio de resolución de la queja;
- e)** Si el proveedor, por el contrario no resuelve la queja en un plazo máximo de ocho días, el consumidor tiene el derecho de llamar al teléfono 1544 y hacerlo saber; o hacerlo en la página de internet [www.diaco.gob.gt](http://www.diaco.gob.gt).
- f)** La Dirección revisará el libro y tomará la queja que será trasladada, al departamento de servicios al consumidor, para su resolución por la vía administrativa;
- g)** La institución se pondrá en contacto con el consumidor y el proveedor para resolver el caso.
- h)** Señor consumidor o usuario, por favor, no pretenda anotar reclamos injustos o de mala fe, no manche, no destruya, no averíe, no hurte, no maltrate el libro,



porque le sirve para ayudar a solucionar sus posibles quejas, que van en beneficio propio y permite mejorar el servicio de la empresa.

## **B. Procedimiento que sigue la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor con las Quejas:**

- a) Toma los datos y el motivo de la queja, dándole la forma adecuada y documenta la misma;
- b) Investiga la veracidad de la queja, sea ésta por: precio, calidad, peso, volumen, empaque, etiquetado, garantía, composición o por incumplimiento de cualquier servicios;
- c) Interviene conciliatoriamente, para evitar mayores conflictos, entre el proveedor y el consumidor;
- d) Inicia un proceso administrativo, remitiendo el mismo, a la instancia que por su competencia corresponda, cuando establece que hay incumplimiento a la ley de protección al consumidor y usuario, o bien cuando determina la comisión de un delito;
- e) Orienta en el seguimiento de la queja, si es que no fuera de competencia de esta Dirección.

Las Agencias operadores proveedoras de telefonía (CLARO, TIGO, MOVISTAR), cuentan con este libro de quejas, las cuales se tienen todos los derechos para usarlo cuando hay problemas con el servicio, mala recepción de señal, caídas de llamadas,



mensajes que llegan tarde, internet lleno, cobros injustificados u ocultos, fallo en las conexiones de red, etc. Cabe agregar aquí que el Libro de Quejas es de color rojo, y por eso algunos usuarios o proveedores le han dado en llamar “libro rojo”.

Si la queja no se hace en el libro, también se puede presentar ante la DIACO, por cualquiera de los siguientes medios: Llamando al Call Center 1544; mensaje de texto al 1544; página de Internet ([www.diacogob.gt](http://www.diacogob.gt)) o Personalmente en cualquiera de las sedes departamentales.

### **1.2.5. Información y Publicidad.**

Específicamente está contenida en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en los artículos del 18 al 25 y que son aplicables al uso de celulares y líneas telefónicas, de la siguiente forma:

- a. Información Básica.** Se considera básica la información relativa a las características de los bienes y productos, así como sus medidas, composición, peso, calidad, precio, instrucciones de uso y riesgos o peligros que represente su consumo o uso, condiciones de pago y garantía, fecha de fabricación y vencimiento, consignadas en etiquetas, envolturas, envases y empaques, la cual deberá ser veraz, exacta, clara y visible, consignada en idioma español o a través de la simbología internacionalmente aceptada, en moneda nacional y con las unidades de medida que correspondan.



- b. Exhibición de Precios.** Los establecimientos comerciales deberán contar y poner a disposición del consumidor, la información de los precios finales de todos los bienes y servicios que ofrecen. De acuerdo al tipo de actividad, dicha información deberá colocarse de manera visible al público expresada en quetzales, moneda nacional.
- c. Publicidad Engañosa.** Se prohíbe la publicidad engañosa que induzca al consumidor o usuario a error mediante ardid o engaño, para defraudarlo en su patrimonio en perjuicio propio o de tercero.
- d. Bienes Deficientes, Usados o Reconstruidos.** Cuando se ofrezcan al público bienes con alguna deficiencia o que sean usados o reconstruidos deberá indicarse esa circunstancia en forma precisa, notoria y previa a la venta y hacerse constar este extremo en los propios artículos, etiquetas, envolturas o empaques, así como en la factura o en el documento que acredite la transferencia de propiedad del bien, indicándose en dichos documentos las garantías de que goza el bien o producto de que se trate.
- e. Garantías.** La expresión “garantizado” o “garantía” o cualquier frase, leyenda o palabra equivalente, solo podrá ser consignada en documentos, etiquetas o propaganda, cuando se señale en qué consiste, la persona obligada y las condiciones de forma, plazo y lugar en las que el consumidor o usuario podrá hacerla efectiva.



f. **Condiciones de la Garantía.** Cuando el consumidor o usuario adquiriera un bien nuevo de consumo duradero, el proveedor deberá extender un certificado de garantía de uso o funcionamiento con los requisitos señalados en el artículo anterior. Los fabricantes, importadores y vendedores deben asegurar un servicio técnico adecuado y el suministro de partes y repuestos, sin costo adicional para el consumidor o usuario, mientras dure la garantía.

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

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

h. **Incumplimiento de Ofertas, Promociones o Liquidaciones de Temporada.** Si el proveedor que hubiere anunciado una oferta, promoción o



liquidación no cumple con lo anunciado de conformidad con lo establecido, el consumidor o usuario podrá optar por una de las acciones siguientes:

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

Estas son normas jurídicas que el consumidor y usuario de celulares y líneas telefónicas puede hacer uso y los cuales son coercibles para su debido cumplimiento.

### **1.2.6. Normalización y Metrología.**

Esta medida legal que también garantiza la certeza jurídica, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, regula en el artículo 26, también exigible y como derecho para los consumidores y usuarios de celulares y línea telefónicas, al respecto indica: *“Para la normalización, verificación, control, certificación de la calidad, metrología y el establecimiento científico de la prueba en la substanciación de los procedimientos a que hubiere lugar en el cumplimiento de esta Ley, se aplicarán las normas obligatorias emitidas por el Organismo Ejecutivo y con los reglamentos técnicos que hubieren emitido o emitan los ministerios de Estado para asegurar la calidad de los productos nacionales*



*e importados, o para la protección de la salud y la vida de las personas, o para la prevención de prácticas que puedan inducir a error”.*

### **1.3. Infracciones y Sanciones.**

Antes de definir lo que son las infracciones y las sanciones es preciso aclarar que el Código Penal, Decreto Número 17-73 del Congreso de la República de Guatemala, en su artículo primero se refiere a los delitos y a las faltas, se sobreentiende entonces que los delitos son tipos penales y las faltas o infracciones en este caso son administrativas por ser más leves.

Relacionando esto, el tratadista Fraga (1984) señala dentro de las atribuciones del Estado para reglamentar la actividad privada, tomando en cuenta aquí que las empresas operadores de telefonía son eminentemente particulares. *“Que si el Estado interviene regulando jurídicamente esa actividad es porque los intereses individuales necesitan ser coordinados a fin de mantener el orden jurídico”* (p.15).

#### **1.3.1. Definiciones de Infracción.**

Para Cabanellas de Torres (2001) según su Diccionario Jurídico Elemental dice de Infracción que es: *“Transgresión, quebrantamiento, violación, incumplimiento de una ley, pacto o tratado”*. En este sentido toda persona es responsable de las infracciones que cometa, incurriendo en las penas respectivamente señaladas o en la obligación de resarcir los daños y perjuicios así ocasionados. Agrega que *“faltas en el Derecho Penal, son las acciones u omisiones voluntarias castigadas por la ley con pena leve; por lo cual se han denominado delitos veniales o miniaturas de delito”*.



Agrega el Diccionario de la Real Academia Española (2007) que falta es la *“Infracción voluntaria o culposa de una norma, que puede ser castigada bien penal o administrativamente”*.

Wikipedia enciclopedia libre, relaciona que una falta, en Derecho penal, es una conducta antijurídica que pone en peligro algún bien jurídico protegible, pero que es considerado de menor gravedad y que, por tanto, no es tipificada como delito.

Agrega que las faltas cumplen con todos los mismos requisitos que un delito (tipicidad, antijuridicidad y culpabilidad). La única diferencia es que la propia ley decide caracterizarla como falta, en lugar de hacerlo como delito, atendiendo a su menor gravedad. Dado que, por definición, la gravedad de una falta es menor a la de un delito, las penas que se imponen por las mismas suelen ser menos graves que las de los delitos, y se intenta evitar las penas privativas de libertad en favor de otras, como las penas pecuniarias o las de privaciones de derechos.

Esto significa que las empresas operadoras de telefonía únicamente cometen infracciones contra los consumidores o usuario de celulares y líneas fijas, por las razones ya mencionadas.

### **1.3.2. Clases de Infracciones.**

Las infracciones, según lo establecido también se les llaman faltas o contravenciones refiriéndose administrativamente, así dentro de la Administración Pública se pueden determinar las siguientes faltas, como lo señala Del Cid (2007). Siendo éstas las más relevantes:



- a. **Faltas instantáneas:** Cuando la acción que consume la falta se perfecciona en un solo momento.
- b. **Faltas permanentes:** Cuando la acción se prolonga en el tiempo, voluntariamente, convirtiendo la falta en repetida o permanente.
- c. **Faltas continuas:** Cuando varias acciones concurren para producir una falta.
- d. **Faltas materiales y formales:** Cuando la consumación requiere la producción de un efecto determinado por una norma legal o reglamentaria.
- e. **Faltas por comisión y omisión:** Se incurre en faltas de comisión cuando se actúa violando una prohibición de policía y se incurre en faltas de omisión cuando se deja de hacer algo o hay abstención.

Contra el consumidor o usuario de celulares y líneas y líneas telefónicas, una infracción es aquella violación a lo que previamente se encuentra prohibido, ya sea por un reglamento, una ley o cualquier disposición que lo proteja.

### 1.3.3. Definiciones de Sanción.

El Diccionario de Cabanellas de Torres (2001) dice de Sanción: *“Pena para un delito o falta. Recompensa por observancia de preceptos o abstención de lo vedado”*.

Al respecto Kelsen (citado por Rojina, 1967) dice que: *“El deber es lo primario o norma primaria, y el incumplimiento del deber, es decir, el acto antijurídico, sólo será el supuesto para que opere una norma secundaria”*.



Por su parte el Diccionario Jurídico de Ossorio (1ra. edición electrónica) indica que la Sanción administrativa es: *“La medida penal que impone el Poder Ejecutivo o alguna de las autoridades de este orden, por infracción de disposiciones imperativas o abstención ante deberes positivos”*.

Añade el Diccionario de la Real Academia Española (2007) que sanción es la *“pena que una ley o un reglamento establece para sus infractores”*.

Wikipedia enciclopedia libre, dice al respecto que se denomina sanción a la consecuencia o efecto de una conducta que constituye a la infracción de una norma jurídica. Dependiendo del tipo de norma incumplida o violada, puede haber sanciones penales o penas; sanciones civiles y sanciones administrativas.

Para López (1983) sanción es la ratificación del cumplimiento del deber violado, el reconocimiento de indemnización o el castigo que es susceptible de imponerse como consecuencia de incumplimiento.

Para las empresas operadoras de celulares y líneas telefónicas si en un momento determinado comenten una infracción y resulten sancionadas, lógicamente tiene que ser administrativa, impuesta por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor - DIACO-, por queja o denuncia de algún usuario afectado.

#### **1.3.4. Clases de Sanciones.**

Según el tratadista García Máynez (citado por Del Cid, 2007) clasifica las sanciones atendiendo a la finalidad que persiguen y a la relación entre la conducta ordenada y la norma infringida y la que constituye el contenido de la sanción en la forma siguiente:



Relaciones entre el deber jurídico primario y el constitutivo de sanción:

- a. **Coincidencia:** Cumplimiento forzoso (su fin consiste en obtener coactivamente la observancia de la norma infringida).
  
- b. **No coincidencia:** Indemnización: Tiene como fin obtener del sancionado una prestación económicamente equivalente al deber jurídico. Castigo: Su finalidad inmediata es aflictiva. No persigue el cumplimiento del deber jurídico primario ni la obtención de prestaciones equivalente.

Para el caso de la sanciones que regula la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, la sanción equivale a un castigo que se le impone a las empresas operadoras de celulares y líneas telefónicas cuando en un momento determinado cometen infracciones en contra de los consumidores y usuarios y no observan ni respetan lo que establece este cuerpo legal, por lo tanto es una sanción administrativa y esta solo puede ser una multa, de acuerdo al tipo de falta.

### **1.3.5. Infracciones y Sanciones según la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.**

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, instituye que *“Quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar las estipulaciones, plazos, condiciones, modalidades, garantías, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicados o convenidos dichos servicios”*.



Esto significa que si no se le da cumplimiento, devienen las sanciones correspondientes a las infracciones cometidas, como el caso de los proveedores de telefonía. El fundamento legal de las infracciones y sanciones están contenidas en los artículos del 68 al 76 del mencionado cuerpo legal, de la siguiente forma:

**A. Infracción:** Es toda acción u omisión por parte de proveedores y consumidores y/o usuarios u organizaciones de consumidores y usuarios que implique violación de normas jurídicas sustantivas en esta materia o el abuso del ejercicio de los derechos y obligaciones que establece la presente Ley, constituye infracción sancionable por la Dirección, en la medida y con los alcances que en ella se establecen.

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

**B. Sanciones:** Sin perjuicio del derecho de defensa que tienen los proveedores o prestadores de bienes y servicios, de ejercitar su derecho de defensa a través de los procedimientos administrativos para la solución de conflictos que se regulan más adelante, la Dirección podrá imponer progresivamente las sanciones siguientes:

a) **Apercibimiento escrito**, que formulará el funcionario o empleado debidamente autorizado por la Dirección, según lo establecido en esta Ley.



- b)** Apercibimiento público, el cual se podrá publicar en los medios masivos de comunicación.
- c)** Multas, las cuales serán calculados en Unidades de Multa Ajustables (UMAS). El valor de cada UMA será equivalente al salario mensual mínimo vigente para las actividades no agrícolas, siempre que no exceda del cien por ciento del valor del bien o servicio.
- d)** Publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor en el diario de mayor circulación en el país.

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

Agrega que La Dirección deberá sancionar con multa de quince a setenta y cinco UMAS, a aquellos proveedores que incurran en las siguientes infracciones:

- a)** Incurrir en alguna o algunas de las prohibiciones establecidas en la presente Ley.
- b)** No cumplir con sus obligaciones.
- c)** La omisión de proporcionar la información básica de los productos y servicios que se ofrecen a los consumidores y usuarios.
- d)** No exhibir los precios de los bienes o servicios que se ofrecen al público.



- e) La omisión de la información cuando se expendan productos deficientes, usados, reparados u otros en cuya elaboración o fabricación se hayan utilizado partes o piezas usadas, a los consumidores o usuarios.
- f) Omitir la información complementaria que le sea requerida por la Dirección, siempre que no se viole la garantía del secreto profesional y cualquier información confidencial por disposición legal.
- g) Proporcionar información no susceptible de comprobación, o que induzca a error o engaño.
- h) Infringir las normas relativas a promociones de temporada o liquidaciones establecidas en esta Ley.
- i) No informar previamente al consumidor o usuario sobre las condiciones en las que se le otorga un crédito.
- j) No advertir, ni proporcionar las indicaciones sobre el uso de productos potencialmente dañinos para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios o para la seguridad de sus bienes.
- k) Cuando, en el momento de tener conocimiento de que un producto sea dañino o peligroso para el consumo o uso, no informar al público y no retirarlo del mercado.
- l) No cumplir con la garantía extendida al consumidor o usuario.



- m) No proveer el libro de quejas que establece la presente Ley o el medio legalmente autorizado por la Dirección.
- n) Impedir el acceso de los consumidores o usuarios que desean registrar sus reclamos, al medio legalmente autorizado o al libro de quejas sea por pérdida o extravío, por deterioro o por estar agotados los folios respectivos. En ningún caso se puede negar al consumidor o usuario el derecho a inscribir sus reclamos.
- o) No mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, medidas, registradoras, básculas y los demás instrumentos de peso, que se utilicen en el negocio.
- p) Cobrar en exceso los intereses que se deban aplicar sobre saldos pendientes de créditos concedidos, o por exigir pagos por adelantado, sin la existencia de un pacto de anuencia por parte del consumidor o usuario.
- q) No registrar en la Dirección los contratos de adhesión.

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

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



el incremento del precio normal para dicho bien o servicio, se le impondrá una multa de diez a veinticinco UMAS.

- c) **Condiciones de entrega:** Quien incumpla con las condiciones de entrega, plazos y características que fueron ofrecidas o pactadas con el consumidor, se le impondrá una multa de diez a veinte UMAS.
- d) **Adulteración de productos:** Quien adultere productos, ya sea en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad, se le impondrá una multa de veinte a ochenta UMAS.
- e) **Contenido inferior:** La fijación inferior en el envase o empaque, de la cantidad o del contenido neto de un producto, dará lugar a una multa de veinte a ochenta UMAS.
- f) **Obstrucción o resistencia:** Quien por cualquier acto o acción dolosa que obstaculice o impida la acción de investigación y fiscalización de la Dirección, se le impondrá una multa de quince a cincuenta UMAS.
- g) **Publicidad:** Por la utilización de publicidad engañosa por parte del proveedor, se le impondrá una multa de cuarenta a ochenta UMAS.
- h) **Garantía:** No extender garantía de productos que vende el proveedor, de conformidad con lo establecido en la presente Ley o por no extenderla completa, se le impondrá una multa equivalente a cincuenta UMAS.



- i) **Abuso de derecho:** A las organizaciones de consumidores o usuarios que contravengan las limitaciones contenidas en el artículo 10 de esta Ley, se les impondrá una multa equivalente a veinticinco UMAS.
  
- j) **Negligencia:** Quien en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, cause menoscabo al consumidor o usuario, debido a fallas o deficiencias en la identidad y procedencia del respectivo bien o servicio, y la seguridad en su uso, se le impondrá una multa de veinte a cincuenta UMAS.

Siempre que los consumidores o usuarios incurran en violaciones a lo negociado o pactado con los proveedores o prestadores de servicios y tal circunstancia pueda ser comprobada por éstos, podrán ser sancionados de acuerdo a lo establecido en el propio contrato o negociación de que se trate, pero en todo caso se garantiza el derecho del consumidor o usuario a ejercitar su derecho de defensa, a través del procedimiento administrativo o legal que corresponda. Aplicable por supuesto a usuarios de celulares y líneas telefónicas fijas.

#### **1.4. Procedimientos Administrativos para la Resolución de Controversias.**

*El procedimiento administrativo se refiere a la serie de fases o etapas que tiene por fin decidir una controversia a través de un expediente administrativo, que se ejecuta por autoridades administrativas funcionarios o empleados públicos, cuya finalidad es tomar una decisión administrativa al respecto. (Ver Anexo No. 5 Esquema del Procedimiento Administrativo según la Ley de Protección al Consumidor y Usuario).*



Para Castillo (citado por Hernández, 2010) dice que el procedimiento administrativo se define como un procedimiento legal y reglamentario. Las decisiones que finalizan el procedimiento resuelven problemas bien o mal estructurados.

El procedimiento administrativo, aduce Calderón (2003) debe definirse como: *“La serie de fases o etapas que comprende un expediente administrativo, que se ejecutan por o ante las autoridades administrativas o los funcionarios o empleados públicos cuya finalidad es la decisión administrativa”* (p.35).

Arias (2013) afirma que: *“Los procedimientos ante la administración deben tener como parámetro, la premisa de hacer efectivos los derechos de los ciudadanos, sin tener que acudir al control judicial, o mejor, dejando que éste sea residual”* (p.260).

Se puede decir entonces que los procedimientos administrativos para la resolución de controversias, ilustrándolo así: se forma por una secuencia de actos que tiene por fin decidir una polémica (denuncia presentada sobre mal servicio de la telefonía), entre partes (operadoras de telefonía y consumidores o usuarios), por parte de una autoridad (la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO-), con fuerza de verdad legal (Sanción).

Para la resolución de los conflictos y controversias que surjan entre proveedores y consumidores o usuarios que puedan constituir infracción a la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003, del Congreso de la República de Guatemala, (los artículos 82, 83, 84), se establecen los siguientes procedimientos a seguir:



### **1.4.1. Arreglo Directo o Conciliatorio entre las Partes.**

La conciliación es un mecanismo o alternativa no procesal de resolución de conflictos, a través de la cual las partes, entre quienes exista una diferencia originada en relaciones comerciales o de cualquier otra índole, tratan de superar el conflicto existente, con la colaboración activa de un tercero, objetivo e imparcial, cuya función esencial consiste en impulsar las fórmulas de solución planteadas por las partes o propuestas por él, evitando así que el conflicto llegue a instancia jurisdiccional o arbitral. Artículo 49 de la Ley de Arbitraje, Decreto Número 67-95 del Congreso de la República de Guatemala.

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

Para desarrollar este procedimiento la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- contará con un cuerpo de conciliadores capacitado y especializado, quienes tendrán a su cargo la audiencia de conciliación.

### **1.4.2. Arbitraje de Consumo.**

Este procedimiento se lleva a cabo si después de agotado el arreglo directo o conciliatorio las partes no llegan a un acuerdo sobre la controversia. Para ello la Ley de



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

*El arbitraje según Salcedo (2007) “es la acción o facultad de resolver conflictos por un tercero, con autoridad para ello, en una cuestión o asunto controvertido. Integra además un modo de obtención de justicia sin recurrir a las medidas extremas, pero ateniéndose a disposiciones legales” (p.18).*

El Sistema Arbitral de Consumo es el instrumento que las Administraciones Públicas ponen a disposición de los ciudadanos para resolver de modo eficaz los conflictos y reclamaciones que surgen en las relaciones de consumo, toda vez que la protección de los consumidores y usuarios exige que éstos dispongan de mecanismos adecuados para resolver sus reclamaciones. Información recuperada de <http://arbitrajedeconsumo.mspsi.es/ayuda.html>.

*"Acuerdo de Arbitraje", o simplemente "Acuerdo", es aquél por virtud del cual las partes deciden someter a arbitraje todas o ciertas controversias que hayan surgido o puedan surgir entre ellas respecto de una determinada relación jurídica, contractual o no contractual. Artículo 5 numeral 1 de la Ley de Arbitraje.*

Las actuaciones arbitrales terminan con el laudo definitivo que en otras palabras viene a ser la resolución final.



### **1.4.3. Procedimiento Administrativo.**

A través del procedimiento administrativo, la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor queda facultada para sancionar a los infractores de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor podrá iniciar el procedimiento administrativo, de oficio o por medio de queja presentada por un consumidor o usuario, o asociación de consumidores. El presente procedimiento se basa en los principios de celeridad, oralidad, equidad, informalidad y publicidad.

### **1.5. Procedimiento Administrativo que debe seguir el Usuario.**

El Procedimiento administrativo es el cauce formal de la serie de actos en que se concreta la actuación administrativa para la realización de un fin. 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 siguiendo las pautas del procedimiento administrativo, procedimiento que por otra parte el administrado puede conocer y que por tanto no va a generar indefensión.

En este sentido el consumidor y usuario de celulares y líneas telefónicas puede seguirlo de la siguiente manera:

#### **1.5.1. Planteamiento de la Queja.**

El consumidor o usuario que se considere agraviado deberá llenar el formulario proporcionado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, en el cual



expresará la queja, consignará sus datos personales y lugar para recibir notificaciones, así como los datos del proveedor de bienes o prestador de servicios contra quien se plantea la queja y la dirección donde éste pueda ser notificado o bien la sucursal o la agencia del proveedor donde adquirió o contrató el bien o servicio.

Si la queja no se hace en el libro de quejas que poseen los proveedores, también se puede presentar ante la DIACO, por cualquiera de los siguientes medios:

- Llamando al Call Center (1544).
- Mensaje de texto al 1544.
- Internet ([www.diaco.gob.gt](http://www.diaco.gob.gt)) o
- Personalmente en cualquiera de las sedes departamentales.

#### **A. Información Importante que Solicita la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor para darle Trámite a una Queja.**

Dice la DIACO: Después de utilizar cualquiera de los medios descritos anteriormente es nuestro deber informarle que para poder darle seguimiento a su queja relacionada con la adquisición de un bien o la prestación de un servicio, requerimos que en un plazo no mayor de 5 días hábiles presente a la DIACO, copia de los documentos que acrediten la compra de un bien o la prestación del servicio reclamado:

Copia legible de su documento de identificación personal (DPI).

##### **a) En caso de compra de un bien, cuando se refiera a:**

- Reclamo por garantía.



- Cambio de producto.
- Reparación Gratuita.
- Devolución de lo pagado.

**b) Documentos a presentar:**

Copia legible de la factura o recibo de compra.

Copia legible de certificado de garantía.

**c) En caso de prestación de un servicio, deberá de presentar lo siguiente:**

Copia legible del contrato de adhesión (si lo tuvieran)

Copia legible de factura(s) o de los recibo(s) de pago

**d) En relación a publicidad engañosa y/o exhibición de precios:**

Anuncio publicitario, volante u otros.

Fotocopia de la factura (si lo tuvieran).

**e) Observaciones:**

- La documentación que acredita la queja deberá de estar a nombre de la persona que la interpone.
- Si la factura que presenta, estuviera a nombre de un comerciante individual o de una sociedad mercantil, además de presentar los requisitos anteriores, tendrá que presentar la copia legible de la patente de comercio de empresa o la patente de comercio de sociedad.



- Si ingresa la queja vía internet, call center, requerimos que en un plazo no mayor de 5 días hábiles presente los requisitos anteriormente dados, fuera de ese plazo no se dará el trámite que corresponde. (Importante).
- Si no presenta factura contable, deberá de adjuntar desplegado electrónico emitido por el Registro Mercantil.

Fundamento legal en el Artículo 86 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, así como los Artículos 13, 17 y 48 del Reglamento de la Ley anotada.

Cabe aclarar que la DIACO presta servicios en línea: Trámite de la Queja; Ingresa tu Queja; Consulta tu Queja y DIACO te Escucha.

## **B. Formulario de la Queja vía Página de Internet [www.diacogob.gt](http://www.diacogob.gt)**

Estimado(a) Consumidor(a):

Para que quede ingresada su queja, necesita llenar TODOS los campos marcados con \*, los cuales son campos obligatorios. Mediante este formulario usted nos hace llegar su requerimiento. La confirmación de su ingreso le llegará en unos minutos a su casilla de correo electrónico, por lo cual debe ingresar correctamente dicha dirección electrónica, si no tiene, nosotros lo estaremos llamando.

El ingreso de reclamo consta de 5 pasos:

1. Generales.
2. Archivos Adjuntos.
3. Ingresar los datos del Consumidor.



4. Ingresar los datos del Proveedor.

5. Ingresar los datos de la Queja.

En cuanto a los datos del consumidor: Nacionalidad; tipo de consumidor (individual o jurídico); NIT; Documento de Identificación (primer nombre, segundo nombre, primer apellido, segundo apellido, apellido de casada, género); Dirección (zona, departamento, municipio); Sede de DIACO más cercana; Teléfono (domiciliar, celular, tel. de referencia); Correo electrónico y su confirmación; Autorizo a publicar información (si, no).

Además de ello:

Consulta tu queja. (Número de queja y Documento de Identificación).

Seguimiento de la queja.

### **1.5.2. Notificación.**

La notificación es un acto jurídico por el cual se comunica legalmente a una persona una resolución judicial para que actúe procesalmente en el juicio mediante los actos que la ley pone a su disposición. Es decir, es comunicar formalmente a su destinatario.

*Las notificaciones, en el proceso Calderón (2003) afirma: “Son los actos procesales por medio de los cuales se hace saber a las partes las decisiones de órgano jurisdiccional o la existencia de una acción en su contra” (p.37).*

El Diccionario de Cabanellas de Torres, Guillermo (2001), dice de Notificación que es el acto de dar a conocer a los interesados la resolución recaída en un trámite o en un asunto judicial. Documento en que consta tal comunicación, y donde deben figurar las



firmas de las partes o de sus representantes. Comunicación de lo resuelto por una autoridad de cualquiera índole. Noticia de una actitud o requerimiento particular que se transmite notarialmente.

Al presentarse la queja la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), deberá notificar en forma personal a los interesados citándolos para el efecto por correo que certifique la recepción de la citación, en caso de incomparecencia por medio del procedimiento de notificación establecido en el Código Procesal Civil y Mercantil. Para continuar el procedimiento administrativo deberá constar fehacientemente que las partes fueron debidamente notificadas con referencia expresa del lugar, forma, día y hora.

El Artículo 66 del Código Procesal Civil y Mercantil, Decreto Ley Número 107 del Jefe del Gobierno de la República de Guatemala, se refiere a las Clases de notificaciones indicando que: *“Toda resolución debe hacerse saber a las partes en la forma legal y sin ello no quedan obligadas ni se les puede afectar en sus derechos. También se notificará a las otras personas a quienes la resolución se refiera.*

*Las notificaciones se harán, según el caso: 1o. Personalmente; 2o. Por los estrados del Tribunal; 3o. Por el libro de copias; y 4o. Por el Boletín Judicial”.*

### **1.5.3. Citación.**

La Citación “es la diligencia por la cual se hace saber a una persona el llamamiento hecho de orden del juez, para que comparezca en juicio a estar a derecho”. Según el Diccionario Jurídico Elemental de Cabanellas de Torres (2001).



A este respecto: La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), citará al presunto infractor y al consumidor o usuario que presentó el reclamo, señalando día y hora para la audiencia administrativa, dentro de los diez días siguientes a la fecha en que se presentó la queja, para que las partes comparezcan con los elementos idóneos que fundamenten su posición; asimismo, para informarles sobre los procedimientos a su disposición para resolver el conflicto, de conformidad con lo establecido en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.

#### **1.5.4. Audiencia.**

Durante la audiencia, el conciliador nombrado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), buscará dirimir la controversia o conflicto buscando la conciliación entre las partes. Si las partes voluntariamente lo desean, podrán someterse al arreglo directo o al arbitraje de consumo. Si el infractor no compareciere a la audiencia, o compareciendo a la misma manifiesta que no desea conciliar o someterse al arbitraje de consumo, la audiencia terminará.

Si se llegara a un acuerdo, el conciliador de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), levantará acta que documente los acuerdos a que hayan llegado las partes.

#### **1.5.5. Procedimiento Sancionador.**

Si en la audiencia no se logra conciliación o el sometimiento al arbitraje de consumo, la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), deberá iniciar el procedimiento administrativo para sancionar la infracción a la Ley de Protección al



Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala. Para tal efecto, volverá a citar al infractor a una segunda audiencia administrativa para que éste sea oído y ofrezca las pruebas en que basa la defensa.

Si el infractor no evacua la audiencia la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), procederá a dictar la resolución correspondiente declarando su rebeldía.

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

Si la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), considera necesario, deberán designar un perito. Debe elaborar una lista de peritos expertos en la materia objeto de la queja, entre los cuales puede escoger. El infractor podrá proponer un experto a su costa.

Si hubiera sido necesario de perito, este deberá presentar su dictamen dentro del plazo que le fije la Dirección, el que no deberá ser mayor de cinco días, a menos que la naturaleza del asunto requiera un lapso mayor. El dictamen deberá contener la opinión del perito sobre la materia que se le solicite, estableciendo, según su criterio y pruebas o análisis realizados, a qué persona o entidad le asiste la razón.

### **1.5.6. Resolución.**

Según el Diccionario Jurídico Elemental de Cabanellas de Torres (2001). La Resolución es la *“Acción o efecto de resolver o resolverse. Solución de problema,*



*conflicto o litigio. Decisión, actitud. Firmeza, energía. Valor, arrojo, arresto. Expedición, prontitud, diligencia celosa. Medida para un caso. Fallo, auto, providencia de una autoridad gubernativa o judicial. Rescisión. Acto, hecho o declaración de voluntad que deja sin efecto una relación jurídica. Término, extinción. Destrucción”.*

*La Ley de Protección al Consumidor y Usuario señala que: “Concluido el procedimiento, se dictará resolución dentro de los cinco días siguientes, debiendo la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO-, en base a las pruebas recabadas, determinar si el proveedor o prestador de servicios incurrió o no en la infracción y la sanción, en caso afirmativo. La resolución deberá llenar, en lo aplicable, los requisitos que establece la Ley del Organismo Judicial”.*

*Artículo 98.*

El artículo 143 de la Ley del Organismo Judicial, Decreto Número 2-89 del Congreso de la República de Guatemala, indica que: *“Toda resolución judicial llevará necesariamente el nombre del tribunal que la dicte, el lugar, la fecha. Su contenido, la cita de leyes y las firmas completas del juez, del magistrado o de los magistrados, en su caso y del secretario, o sólo la de éste cuando esté legalmente autorizado para dictar providencias o decretos de puro trámite”.*

### **1.5.7. Aplicación de las Sanciones.**

La aplicación de sanciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, corresponde a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), salvo los



casos que constituyan delitos, cuyo conocimiento y sanción corresponde a los órganos jurisdiccionales. En el trámite administrativo que se siga para determinar la comisión de una infracción a los derechos de los consumidores o usuarios, la Dirección debe actuar con oficiosidad, celeridad, imparcialidad y especialidad de las actuaciones.

Si de la investigación que se realice apareciera la comisión de un delito, la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se abstendrá de imponer sanción alguna y pondrá, de oficio, el hecho en conocimiento del Ministerio Público.

Si agotada la vía administrativa, la parte a la que se le hubiere impuesto alguna sanción, no recurre a lo establecido en el artículo 106 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, la resolución sancionadora quedará firme y se procederá de la siguiente forma:

a) Si la sanción consiste en la imposición de multa, ésta deberá pagarse dentro de los diez días siguientes en la Tesorería de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO-, con cargo específico a sus fondos privados. En caso de incumplimiento, el cobro se llevará a cabo en la vía económico-coactiva, constituyendo título ejecutivo los documentos siguientes:

1. Certificación de la resolución que contenga la multa impuesta.
2. Certificación del documento en que conste el reconocimiento del adeudo por concepto de multa, efectuado por el infractor o su representante legal ante funcionario o empleado competente.



3. Acta notarial o testimonio del instrumento público autorizado por notario, en que conste el reconocimiento del adeudo por concepto de multa, efectuado por el infractor o su representante legal.
  4. Cualquier otro documento que por disposición legal tenga fuerza ejecutiva.
- b)** En los casos en que la sanción consista en la publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor, la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- supervisará el cumplimiento de esta sanción.

Los fondos recaudados en concepto de multas y sanciones que se impongan y provengan por la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, ingresarán a los fondos privativos de la Dirección, para promover la educación al consumidor.

La responsabilidad por infracciones y las sanciones establecidas en Ley de Protección al Consumidor y Usuario, prescriben por el transcurso del plazo de tres años, los que principian a contarse a partir de la fecha en que se cometió la infracción, y si se hubiere impuesto alguna sanción desde la fecha en que se notificó al infractor la resolución que la impuso.

El plazo de prescripción se interrumpe por:

- a)** La notificación al infractor de la orden de instrucción del procedimiento para determinar su responsabilidad.
- b)** La notificación de la resolución que determina la responsabilidad del infractor y la sanción que se le impone.



- c) El reconocimiento expreso o tácito, por parte de la persona señalada como infractor, de que cometió la infracción.
- d) Por cualquier acto o gestión escrita de la persona señalada como infractor dentro del expediente administrativo, o cualquier otro tipo de actuación producida por funcionario o profesional que esté investido de fe pública.
- e) La renuncia del infractor a la prescripción consumada.

Las resoluciones de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) que pongan fin al procedimiento administrativo podrán ser impugnadas a través de los recursos de revocatoria y de reposición los que se regirán en su forma y plazos por lo establecido en la Ley de lo Contencioso Administrativo.

En contra de lo resuelto por el Ministerio de Economía se podrá iniciar el proceso contencioso administrativo de conformidad con la Ley de lo Contencioso Administrativo. Recordando que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), es una dependencia de ese Ministerio de Estado.

### **1.5.8. Reincidencias.**

La reincidencia es la reiteración de una misma culpa o defecto. Existe reincidencia cuando en un periodo de dos años, una persona individual o jurídica, incurra en una infracción de la misma naturaleza y por la cual ya había sido sancionado, en cuyo caso la sanción a imponer se aumentará en un veinticinco por ciento.



## CAPÍTULO V

### COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Después de haber obtenido los resultados de las variables independiente y dependiente a través de la investigación de campo utilizando como criterio base la hipótesis planteada: “El rol de supervisión que desempeña la DIACO permite aplicar medidas legales de protección a los usuarios de telefonía, y contribuye a proporcionar certeza jurídica en la prestación de un servicio eficiente en el Municipio de San Marcos, San Marcos”.

De acuerdo a la investigación desarrollada se ha evidenciado que efectivamente a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor a través del papel que desempeña, aplica las medidas legales necesarias de protección a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas como a cualquier otro usuario de bienes y servicios varios, en virtud de que cuenta con las herramientas legales necesarias proporcionadas por el ordenamiento jurídico guatemalteco.

La certeza jurídica de la DIACO para que preste un servicio eficaz lo desarrolla porque lo mandan las normas legales vigentes. A este respecto los encuestados consideran que se encuentran protegidos por el Estado y pueden hacer valer sus derechos a través de ésta dependencia administrativa.

Por estas y otras razones obvias, la hipótesis planteada para el desarrollo de la investigación, fue comprobada.



## **SUSTENTO DE LA COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS A TRAVÉS DE LOS PROCEDIMIENTOS ESTADÍSTICOS “Q” KENDALL Y $\text{CHI}^2$**

Estos coeficientes de correlación sirven para medir la magnitud de la relación que existe entre las variables de la hipótesis, como lo indica Raúl Rojas Soriano (2013) en su libro Guía para realizar investigaciones sociales. Por ello se considera relevante establecer los cruces entre las preguntas: Número 8 que refleja la Variable Independiente y la Número 15 que relaciona a la Variable Dependiente contenidas en la Encuesta utilizada como instrumento de investigación en la muestra de población que para el efecto se estableció.

Es de aclarar que para tener un resultado real se ha eliminado del análisis las abstenciones, o sea de los casos que no supieron o no que quisieron contestar a estas preguntas, que en concreto y coincidentemente son tres de cada una. Es decir, ya se ha depurado de la base de datos, puesto que en este análisis no se pretende buscar una relación causal que ha motivado esa no respuesta.

Esta demostración se hace con el propósito de establecer que la relación entre las variables independiente y dependiente de la hipótesis planteada en la investigación es significativa. Se da a conocer a continuación de la siguiente manera:



## PROCEDIMIENTO ESTADÍSTICO “Q” KENDALL

### Relación de las Preguntas 8 y 15 de la Encuesta

#### VARIABLE INDEPENDIENTE

Pregunta No. 8

¿Está de acuerdo que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) en sus roles de supervisión lo haga también a la telefonía?

#### VARIABLE DEPENDIENTE

Pregunta No. 15

¿Sabe usted que la DIACO contribuye a proporcionar certeza jurídica para que la telefonía preste un servicio eficiente?

	SI	NO
SI	A 147	B 24
NO	C 60	D 111

$$Q = \frac{AD - BC}{AD + BC} = \frac{(147)(111) - (24)(60)}{(147)(111) + (24)(60)} = \frac{16,317 - 1440}{16,317 + 1440} = \frac{14,877}{17,757} = 0.83$$

**INTERPRETACIÓN:** Como es observable, según el coeficiente “Q” Kendall con el 0.83 existe una alta asociación entre estas dos variables de la hipótesis planteada en la investigación. Porque los criterios de opinión de los encuestados manifiestan que la DIACO en sus roles de supervisión lo tiene que hacer también a la telefonía, ya que ésta dependencia administrativa le da la certeza jurídica para que presten un servicio eficiente a los consumidores y usuarios de los mismos.



## PROCEDIMIENTO ESTADÍSTICO CHI<sup>2</sup>

### Relación de las Preguntas 8 y 15

Cuadro teórico

<b>A</b> 147	<b>B</b> 24	<b>n1</b> 171
<b>C</b> 60	<b>D</b> 111	<b>n2</b> 171
<b>n3</b> 207	<b>n4</b> 135	<b>N</b> 342

Frecuencias esperadas:

$$A = \frac{(n1) (n3)}{N} \quad A = \frac{(171) (207)}{342} = \frac{35,397}{342} = 103.5$$

$$B = \frac{(n1) (n4)}{N} \quad B = \frac{(171) (135)}{342} = \frac{23,085}{342} = 67.5$$

$$C = \frac{(n2) (n3)}{N} \quad A = \frac{(171) (207)}{342} = \frac{35,397}{342} = 103.5$$

$$D = \frac{(n2) (n4)}{N} \quad A = \frac{(171) (135)}{342} = \frac{23,085}{342} = 67.5$$



Desarrollo de la Chi<sup>2</sup>       $x^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$

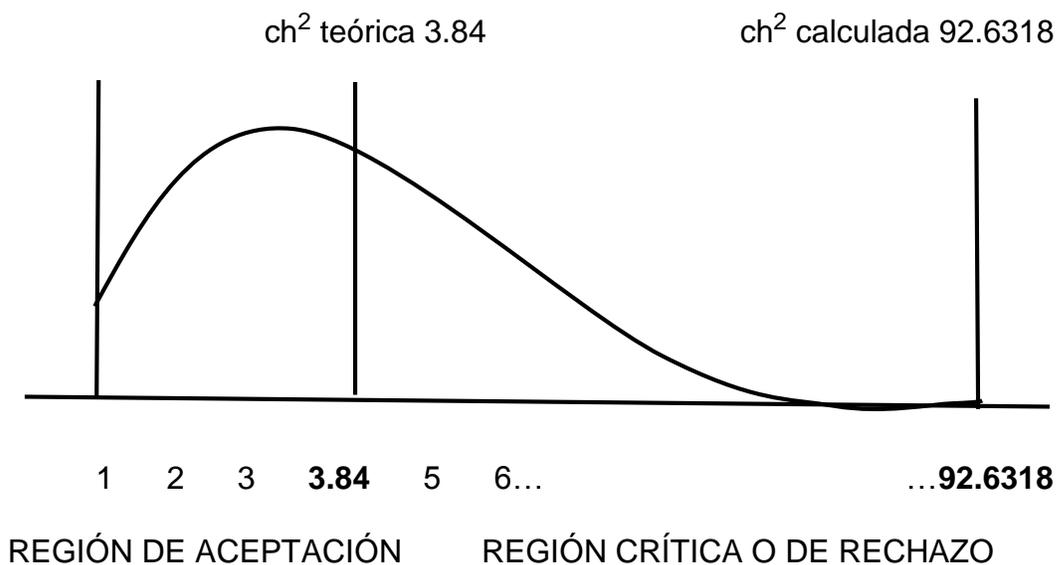
Fo	fe	fo - fe	(fo - fe) <sup>2</sup>	$\frac{(fo - fe)^2}{fe}$
147	103.5	43.5	1892.25	18.2826
60	103.5	-43.5	1892.25	18.2826
24	67.5	-43.5	1892.25	28.0333
111	67.5	43.5	1892.25	28.0333
				<b>92.6318</b>

Considerando que en este caso, se requiere probar la hipótesis de investigación (*Hi*) con un 95% de confianza, o sea, un 5 % de error. Para esto se utiliza la hipótesis nula (*Ho*) que indica que no existe relación entre las variables, contraria a la planteada.

Entonces la  $ch^2$  calculada es 92.6318 se encuentra plenamente en la región de rechazo, ya que confrontándola con la  $ch^2$  teórica que es de 3.84, es observable que si existe relación entre las variables. Si se rechaza la hipótesis nula no se rechaza entonces la hipótesis de investigación. A continuación se demuestra con la gráfica para mayor ilustración.



Gráfica para determinar lo antes expuesto:



INTERPRETACIÓN: La  $ch^2$  teórica 3.84 y la  $ch^2$  calculada es 92.6318. La prueba de significación revela que la relación encontrada entre las dos variables objeto de análisis, es significativa con un 95% de confianza, es decir, se tiene un 5% de probabilidad de que no lo sea. Entonces la  $ch^2$  calculada es 92.6318 se encuentra plenamente en la región de rechazo, ya que confrontándola con la  $ch^2$  teórica que es de 3.84, es observable que si existe relación entre las variables. Si se rechaza la hipótesis nula no se rechaza entonces la hipótesis de investigación planteada.



## CONCLUSIONES

1. La Constitución Política de la República de Guatemala establece que el régimen económico y social de país se funda en principios de justicia social y es obligación del Estado orientar la economía nacional y en consecuencia la defensa de los consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.
2. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, es la dependencia encargada de velar por el cumplimiento efectivo de la Ley de Protección al Usuario y Consumidor, de brindar educación a los consumidores y usuarios, ser un medio de conciliación entre partes en conflicto, sancionar a los infractores imponiendo multas que se encuentran establecidas en la mencionada ley.
3. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor desempeña el rol de aplicar medidas legales de protección a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas en el Municipio de San Marcos, San Marcos. Pero no es plenamente eficaz, debido a que no goza de autonomía pues depende del Ministerio de Economía y los procedimientos que la ley le proporciona para solucionar las controversias es únicamente de conciliación, por lo que carece de coerción y por lo tanto con poca capacidad operativa.
4. En la legislación guatemalteca, existen normas de protección a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas, las cuales se encuentran dispersas



en el ordenamiento jurídico no obstante de existir una ley específica (Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala), la que no tiene la positividad necesaria para hacer efectiva la protección a los consumidores y usuarios.

5. Las empresas operadoras proveedoras de celulares y líneas telefónicas en San Marcos son: Telgua (Claro), Comcel (Tigo) y Telefónica (Movistar), las cuales ofrecen servicios como mensajes de texto, correo de voz, desvío de llamadas, llamada en espera, internet móvil, descarga de juegos al teléfono, descarga de sonidos para el timbre del teléfono, toma de fotos y envío de fotos, esos servicios adicionales a la comunicación propiamente dicha incrementan sus ingresos, pero muchas veces esos servicios no satisfacen a cabalidad al usuario.
6. La certeza jurídica que proporciona la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor para que la telefonía preste un servicio eficiente a los consumidores y usuarios, lo hace a través de las diversas normas jurídicas dispersas, en la Constitución Política de la República de Guatemala, el Código de Comercio, el Código Civil, el Código Penal, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario y en el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. De ahí la importancia de la divulgación de los derechos para una buena educación para el consumo. Ya que de nada sirve la existencia de normas protectoras de los consumidores y usuarios si no se dan a conocer y el obligado descuida su difusión.



## RECOMENDACIONES

1. El Estado de Guatemala cumpla con las obligaciones establecidas en la Constitución Política de la República de garantizar los derechos de los consumidores y usuarios a través de sus instituciones, se promuevan políticas gubernamentales eficientes que redunden en beneficio e interés social.
2. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor realmente vele por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores y usuarios de telefonía, propicie la certeza jurídica, formule y realice programas de difusión de la institución y divulgue por todos los medios de comunicación que existen los derechos del consumidor y usuario, agilice los procedimientos y procure establecer una descentralización para prestar un mejor servicio a la población.
3. Es urgente la creación de la Procuraduría de Defensa del Consumidor y Usuario que debió crearse cinco años después de la vigencia de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario no obstante que así lo dejó establecido en su artículo 107 de sus disposiciones transitorias, misma que tendría que ser mayormente accesible a la población para presentar las quejas, descentralizado, con procedimientos efectivos y con autonomía funcional, para garantizar los derechos plenos de los consumidores y usuarios en general, pero en este caso para la telefonía.
4. Es necesario que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto Número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, sea dotada de un



procedimiento administrativo o hasta judicial efectivo que otorgue al consumidor y usuario de telefonía la confianza de una protección forzosa y evitar así abusos de las compañías operadoras.

5. Las empresas operadoras proveedoras de telefonía en San Marcos, Claro, Tigo y Movistar, sean obligadas a garantizar los derechos de los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas, para que los mismos puedan gozar libremente de un servicio eficiente y de calidad. No deben aprovecharse de las condiciones pasivas del consumidor, ni mucho menos por ser un medio facilitador de las comunicaciones actuales. Deben atender con prontitud los reclamos formulados. Resarcir los daños y perjuicios y que cumplan con las leyes del país.
6. Los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas deben hacer valer sus derechos, organizarse en asociaciones civiles para defender en forma colectiva sus derechos, informarse oportunamente de sus derechos y obligaciones, hacer sus quejas respectivas haciendo uso de las herramientas como el libro de quejas. Para ello cuenta con las medidas de protección y no debe dudar de su tutela jurídica puesto que solo a través de ello la DIACO proporcionará la certeza jurídica.



## BIBLIOGRAFÍA

- Abadi, M. (2004). *La Calidad de Servicio*. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
- Aguilar, V. O. (2006). *El Negocio Jurídico*. Guatemala: Colección de Monografías Hispalense.
- Arias, F. (2013). *Estudios de Derecho Procesal Administrativo*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Ibáñez.
- Aragón, H. (2009). *Implicaciones de los Derechos del Consumidor con Respecto al Uso del Servicio de Estacionamiento de Vehículos*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Broy, C. (2009). *Análisis jurídico del derecho de protección al consumidor en Guatemala y la función de la dirección de atención y asistencia al consumidor en su aplicación*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Calderón, H. (2003). *Derecho Procesal Administrativo*, 4ta Edición. Guatemala: Editorial FENIX.
- Castillo, J. (2011). *Derecho Administrativo: teoría general y procesal*. Guatemala: Impresiones Gráficas.
- De León, J. (2011). *Cartilla sobre los derechos del consumidor y usuario*. Procurador de los Derechos Humanos. Guatemala.
- Diacó, Ministerio de Economía. (2012). *La Protección del Consumidor en Guatemala*. Recuperado de: [www.diacó.com.gt](http://www.diacó.com.gt)
- Fernández, M. (2009). *Consumidores y Derecho a la Información*. Consejo Económico y Social de España.
- Fuentes, J. (2009). *Guía sistematizada para la implementación y digitalización de servicios telefónicos a nivel de abonado, una aplicación en Guatemala*.



- Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Fraga, G. (2000). *Derecho Administrativo* 4ta. Edición. México: Editorial Porrúa.
- Fratti, K. (2010). *El Derecho de Consumo en El Salvador*. El Salvador.
- Gálvez, N. (2012). *Uso del Celular y sus Efectos en el Rendimiento Académico de los y las Alumnas del Colegio Montesquieu*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Gamarro, U. (2015, 11 de mayo). Baja mercado de telefonía en el país. *Prensa Libre. Versión electrónica*. Guatemala.
- Guerrero, H. (2008). *Análisis jurídico del derecho de consumo y su incidencia en el consumidor electrónico*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Jacobo, V. (2006). *La Telefonía móvil en Guatemala y los Vínculos Competitivos en la Globalización y sus discrepancias Jurídico Mercantiles*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Orozco, R. (2012). *Competencia de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, al Ejercer Procuración al Consumidor*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Ovalle, J. (2000). *Derechos del Consumidor*. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Posada, C. (2015). *Revista de Derecho Privado, No. 29*. Universidad Externado de Colombia. Colombia.
- Romero, J. (2003). *Derechos del Consumidor. Revista de Ciencias Jurídicas*. Facultad de Derecho de la Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Serna, H. (2003). *Servicio al cliente. Métodos de auditoría y medición*. Bogotá,



Colombia.

Rubio, J. (2002). *Compendio de Jurisprudencia Protección al Consumidor*. Bogotá, Colombia: Imprenta Nacional.

Stiglitz, R. (1985). *Contratos por Adhesión, Cláusulas Abusivas y Protección al Consumidor*. Buenos Aires, Argentina.

Villa Nueva, Centro Universitario. España. (2008). *Derecho de los Consumidores y Usuarios: Una Perspectiva Integral*. Recuperado de: [www.netbiblo.com](http://www.netbiblo.com)

Villegas, R. A. (2009). *Derecho Mercantil Guatemalteco. Tomo I*. Guatemala: Editorial Universitaria.

#### **REVISTAS:**

Ossa, D. (Enero-junio, 2010). Protección, garantías y eficacia de los derechos del consumidor en Colombia. *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*. Volumen 40. (No. 112). p. 203-239.

Cabrera, K. (2011). El derecho de consumo. Desde la teoría clásica del contrato hasta los nuevos contratos. *Revista de Derecho*. (Nº. 35). ISSN: 0121-8697.

Garza, Efraín., M. H. Badii., & J. L. Abreu. (2008, 3 octubre- 1 marzo). Mejoramiento de la calidad de servicios mediante el modelo de las discrepancias entre las expectativas de los clientes y las percepciones de la empresa. *International Journal of Good Conscience*. 3(1): 1-64.

#### **DICCIONARIOS:**

Cabanellas, G. (1993). *Diccionario Jurídico Elemental*. [versión electrónica]. Argentina: Editorial Heliasta. <http://www.heliasta.com>



Cabanellas, G. (2001). *Diccionario Jurídico Elemental*. Décimoquinta Edición.  
Argentina: Editorial Heliasta.

Microsoft® Encarta® (2007). *Diccionario de la Real Academia Española*.  
Biblioteca Premium.

Ossorio, M. (1982). *Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales*. [1ra.  
edición electrónica]. Realizada por Datascan, S.A. Guatemala, C.A.

## **LEGISLACIÓN:**

*Constitución Política de la República de Guatemala*. 31 de mayo de 1985.

*Código Civil*. Decreto-Ley Número 106.

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

*Código Penal*. Decreto Número 17-73 del Congreso de la República de  
Guatemala.

*Código Procesal Civil y Mercantil*. Decreto Ley Número 107 del Jefe del Gobierno  
de la República de Guatemala.

*Ley de Arbitraje*. Decreto Número 67-95 del Congreso de la República de  
Guatemala.

*Ley de Equipos Terminales Móviles*. Decreto Número 8-2013 del Congreso de la  
República de Guatemala.

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

*Ley de Protección al Consumidor y Usuario*. Decreto Número 06- 2003 del



Congreso de la República de Guatemala.

*Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.* Acuerdo Gubernativo Número 777-2003.

**PÁGINAS DE INTERNET:**

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

<https://es.wikipedia.org/wiki/Consumidor>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Consumidor\\_final](https://es.wikipedia.org/wiki/Consumidor_final)

[https://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea\\_telef%C3%B3nica](https://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea_telef%C3%B3nica)

[https://es.wikipedia.org/wiki/Procedimiento\\_administrativo](https://es.wikipedia.org/wiki/Procedimiento_administrativo)

<http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derpri/article/view/4328/5081>

<https://sit.gob.gt/>

<http://www.diacogob.gt/diacogob/index.php/services/tramite-de-la-queja>

<http://www.diacogob.gt/diacogob/index.php/institucion/derechos-del-consumidor>

<http://www.definicionabc.com/social/rol.php>

<http://www.definicionabc.com/derecho/legal.php>

<https://www.deutschland.de/es/topic/economia/globalizacion-comercio-mundial/informacion-del-consumidor>

<http://www.meic.go.cr/web/97/consumidor/legislacion>

<http://www.monografias.com/trabajos82/proteccion-consumidor-cuba/proteccion-consumidor-cuba2.shtml>

[www.diacogob.gt](http://www.diacogob.gt)

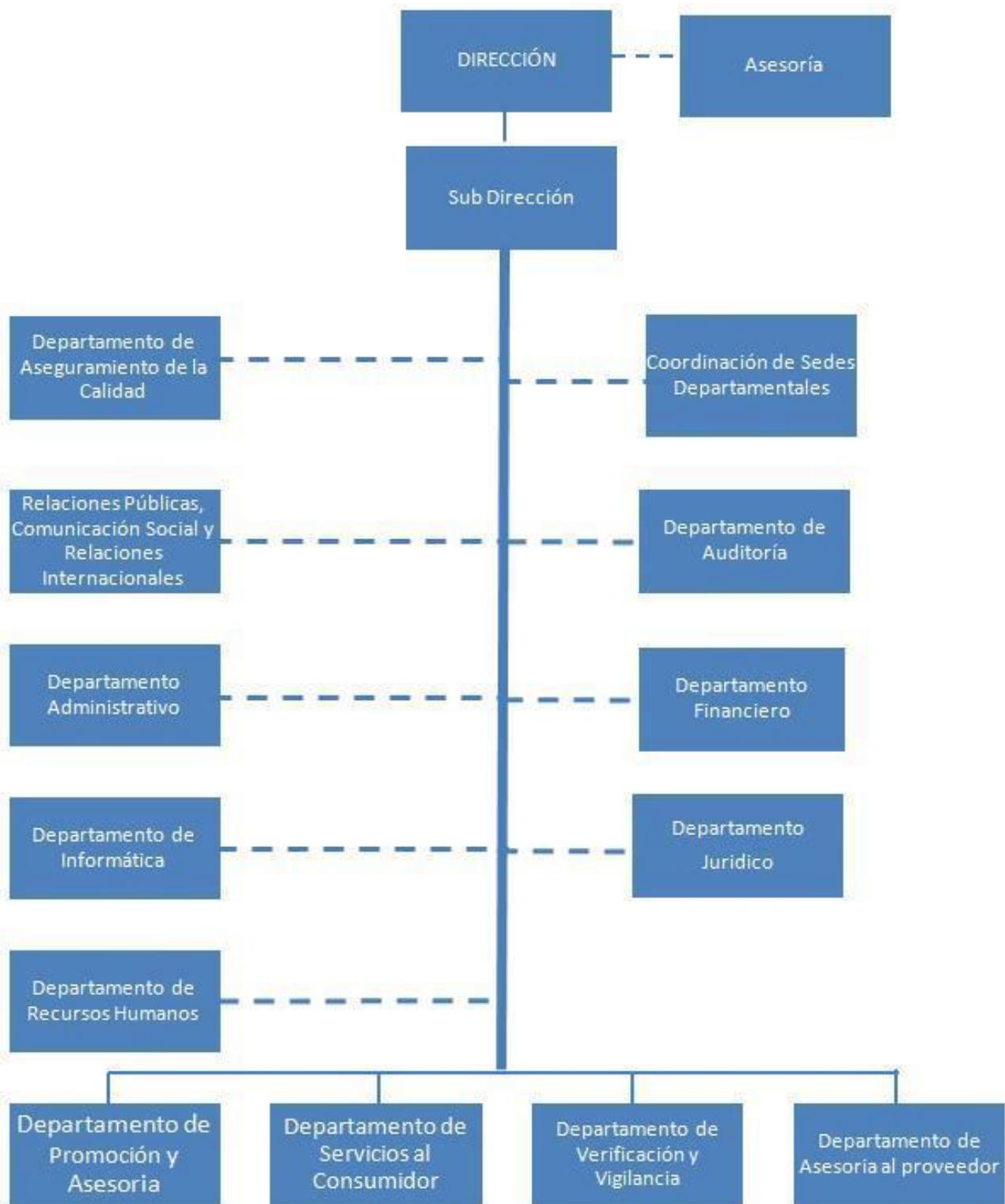


# ANEXOS



## ANEXO No.1

### ORGANIGRAMA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR



## ANEXO No. 2

### PLANES TARIFARIOS TELEFONÍA FIJA

EMPRESA	Llamada local dentro de su propia red tarifa normal	Llamada local dentro de su propia red tarifa reducida	Llamada local hacia otras redes tarifa normal	Llamada local hacia otras redes tarifa reducida	Llamada interurbana tarifa normal	Llamada interurbana tarifa reducida	Cuota básica mínima mensual	Minutos que incluye la cuota básica
Comcel	Q. 0.18	Q. 0.18	Q. 0.18	Q. 0.18	Q. 0.18	Q. 0.40	Q.1,096.40	6000
Telefónica	Q. 0.40	Q. 0.40	Q. 0.40	Q. 0.40	Q. 0.40	Q. 0.40	Q. 44.00 Plan condominio	200
Telgua	Q. 0.28	Q. 0.28	Q. 0.50	Q. 0.50	Q. 0.46	Q. 0.46	Q. 44.80 y 100	200

FUENTE: Boletín de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala (SIT) 31 de diciembre 2015.

**Claro** ofrece servicios de llamadas cobradas por minuto, por segundo, por llamada (de 10 minutos) o por centavo; a elección del cliente en el formato prepago y postpago. Plan aplica únicamente a otros Celulares Claro.

**Tigo** realiza cobros por llamadas basándose en cobros por segundo, no ofrece opciones de llamadas por minuto o por llamada.

**MoviStar** ofrece servicios de llamadas cobradas por minuto y por llamada, y en una combinación de ambas, ofreciendo para ello variedad de planes prepago y postpago, a tarifas variables decididas por el usuario con base en el horario o actividad que se adapte a las necesidades del usuario, ofrece paquetes de llamadas a clientes postpagos en los que incluye dependiendo del plan cierta cantidad de sms o minutos adicionales gratis.

Tiempo de duración de cuenta principal: 90 días.

Datos del 31 oct 2015 a las 17:42. Recuperado de:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaciones\\_en\\_Guatemala](https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaciones_en_Guatemala)

En Guatemala los precios son variados dependiendo de la compañía y del plan que se tenga, pero en promedio, según la **Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT)**, el precio va de los 13 a los 25 centavos de dólar por minuto. Recuperado de:  
<http://www.soy502.com/articulo/guatemala-costa-rica-precios-mas-bajos-telefonía>



# ANEXO No. 3

## MODELO DE CONTRATO DE ADHESIÓN DE LAS TELEFONÍAS

		Viene de No. Contrato	10536793		On Base	2094093																												
<b>ANEXO 3</b> <b>Servicio Telefónico Inalámbrico</b> SUMINISTRADORA DEL SERVICIO: TELECOMUNICACIONES DE GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA, (en adelante denominada "TELGUA").																																		
<b>Cliente</b>																																		
Nombre o Razón Social:		EDGAR JUAN ROBLERO MORALES																																
Nombre del Representante Legal:																																		
DPI/Pasaporte:		2385 34324 1207		Extendida en:		SAN PEDRO SACATEPEQUEZ SAN MARCOS																												
NIT:		5139555-5		Teléfono:		57010805																												
Dirección:																																		
01 CALLE ACCESO 7 ZONA 03 SAN PEDRO SACATEPEQUEZ, SAN MARCOS																																		
Correo Electrónico (e-mail):																																		
<b>Información Laboral Titular</b>																																		
Negocio Propio:		o Empleado:		X		Puesto Actual:																												
						DOCENTE																												
Nombre de la Empresa:																																		
INSITUTO ADOLFO V-HALL																																		
Dirección:		SAN MARCOS		Teléfono:		77608216																												
Fax:																																		
Jefe Inmediato:		CONSTANTINO VASQUEZ		Sueldo:		Q3,000																												
Tiempo de laborar:		7 AÑOS																																
<b>Referencias Obligatorias para Cliente Individual</b>																																		
Nombre Familiar:		OTONIEL ROBLERO		Parentesco:		HERMANO																												
Teléfono:		57228077																																
Dirección:																																		
SAN MARCOS																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>No. De Teléfono/Tarjeta GPRS</th> <th>Modelo de Aparato/Tarjeta GPRS</th> <th>ESN / IMEI (del aparato o tarjeta GPRS)</th> <th>IMSI (de la tarjeta SIM)</th> <th>PLAN TARIFARIO DE VOZ O DATOS</th> <th>COSTO DEL APARATO</th> <th>PROPIETARIO DE APARATO GSM 12 SI/NO</th> <th>PROPIETARIO DE TARJETA GPRS SI/NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>47255230</td> <td>MODEM HUAWEI</td> <td>862563020739821</td> <td></td> <td>G-NAVEGACION REG 3GB Q175</td> <td>Q0</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>3533</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>								No.	No. De Teléfono/Tarjeta GPRS	Modelo de Aparato/Tarjeta GPRS	ESN / IMEI (del aparato o tarjeta GPRS)	IMSI (de la tarjeta SIM)	PLAN TARIFARIO DE VOZ O DATOS	COSTO DEL APARATO	PROPIETARIO DE APARATO GSM 12 SI/NO	PROPIETARIO DE TARJETA GPRS SI/NO	1	47255230	MODEM HUAWEI	862563020739821		G-NAVEGACION REG 3GB Q175	Q0					3533						
No.	No. De Teléfono/Tarjeta GPRS	Modelo de Aparato/Tarjeta GPRS	ESN / IMEI (del aparato o tarjeta GPRS)	IMSI (de la tarjeta SIM)	PLAN TARIFARIO DE VOZ O DATOS	COSTO DEL APARATO	PROPIETARIO DE APARATO GSM 12 SI/NO	PROPIETARIO DE TARJETA GPRS SI/NO																										
1	47255230	MODEM HUAWEI	862563020739821		G-NAVEGACION REG 3GB Q175	Q0																												
		3533																																
<b>Servicios de Valor Agregado</b>																																		
No.	Servicio de GPRS	SIS (Especificar Paquete de Datos)	Paquete Familia y Amigos	Navegación 3G Ilimitada iPhone	Paquete de SMS	Paquete Llamadas Ilimitadas Claro	Paquete Happy Hour Claro	Paquete de Navegación BlackBerry adicional	Paquete de Roaming Voz y/o Datos	Sin Fronteras Norteamericanos																								
<b>Destinos Familia y Amigos</b>																																		
Nombre del Cliente		Número Claro Móvil / Línea Fija																																
<b>Paquete SMS</b>																																		
Paquete Seleccionado		Fecha de Contratación																																
<b>Referencias</b>																																		
Nombre		Teléfono																																
<b>BENEFICIO AL CLIENTE</b>																																		
Este apartado contempla los beneficios de los bienes o servicios prestados por TELGUA hacia el cliente, los cuales temporalmente variarán en la forma o tarifas en que regularmente se prestan. <b>Beneficio Llamadas Ilimitadas:</b> los clientes que contratan o renuevan contrato de su Plan Controlado (Plan Ahorro y Plan Cool) reciben el paquete de llamadas ilimitadas gratis durante 3 meses, los clientes que contratan o renuevan en Planes Smartphone reciben el paquete de Llamadas Ilimitadas durante 6 meses gratis. Una vez finalizado el beneficio, el Paquete de Llamadas Ilimitadas permanecerá activo y se cargará al cliente la tarifa mensual vigente que TELGUA determine. <b>Beneficio Redes Sociales:</b> los clientes que contratan o renuevan contrato de su Plan Claro (Plan Ahorro, Plan Cool, Plan Smartfun 1 y 2, y Plan Ilimitado 1 y 2), recibirán la Promoción de Redes Sociales gratis según el Paquete de Internet que contratan, recibirán 1 mes de Whatsapp gratis al contratar el paquete de 312 MB, 3 meses de Whatsapp y Facebook gratis al contratar el de 1.5GB, 6 meses de Whatsapp y Facebook gratis al contratar el de 3GB y 5GB, y 12 meses de Whatsapp y Facebook gratis al contratar el de 8GB, 10GB y 12GB. Una vez finalizado el beneficio, el Paquete de Whatsapp Ilimitado, o el Paquete de Whatsapp y Facebook Ilimitado, permanecerá activo y se cargará al cliente la tarifa mensual vigente que TELGUA determine para cada paquete. <b>BENEFICIO REGIONAL:</b> Aplica para el cliente que goza de los Planes Controlados (Ahorro y Cool), Planes Puros Smartfun 1 y 2 y Planes Ilimitados (1 y 2) a quienes TELGUA otorga la tarifa local de Guatemala en llamadas y SMS salientes que el cliente haga en Guatemala hacia El Salvador, Nicaragua, Honduras, Costa Rica, Panamá o México y navegación; y para las llamadas y SMS que el cliente haga o genere desde El Salvador, Nicaragua, Honduras, Costa Rica, Panamá o México hacia cualquiera de dichos países. Aplica Política de Uso Razonable.																																		



Yo, El Cliente acepto las condiciones del contrato único suscrito y las siguientes condiciones:

**DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:**

**PLANES POSTPAGO DE VOZ:** Servicio de telefonía móvil Postpago de voz que El Cliente contrata, le permite consumir hasta la cuota de minutos determinada en el plan elegido, contra el pago de la tarifa mensual adelantada para dicho plan.  
**PLANES BLACKBERRY:** El plan de telefonía móvil BlackBerry que El Cliente contrata, incluye: a) Servicio de voz por la cantidad de minutos de tiempo de aire establecido en el plan elegido y minutos adicionales a la cuota establecida, costo costo por minuto se refleja en el referido plan; b) Paquete BlackBerry según el servicio establecido en el Plan elegido c) Paquete de mensajes de texto según la cantidad establecida en el plan elegido y mensajes adicionales, cuyo costo por mensaje está establecido en el referido plan.

La cobertura de los Planes con navegación en Internet está establecida en el plan elegido siendo la navegación limitada Nacional en Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica y Nicaragua. Los KB consumidos en países no incluidos en el referido Plan, tendrán un costo por cada KB según la tarifa vigente para el país en el que se utilice el servicio en Roaming. Los Planes con Paquete de Navegación limitada navegan a alta velocidad 3G hasta llegar a 3GB consumidos, después la velocidad se degrada hasta 128Kbps, permitiendo navegar en Internet con velocidad de forma limitada, posterior a la degradación. La reducción de velocidad está sujeta a cambios por parte de TELGUA sin previo aviso.

**PAQUETES DE NAVEGACIÓN BLACKBERRY:** El servicio de Navegación en Internet que El Cliente contrata, se le prestará como un servicio de valor agregado al plan de voz BlackBerry ya contratado y vigente, con el que puede navegar una vez esté activado en la línea de voz, según el paquete por el que se elige y siempre que tenga una Terminal compatible con el servicio.

**PAQUETES DE NAVEGACIÓN ADICIONALES BLACKBERRY:** La cobertura de los Paquetes de navegación en Internet está establecida en el Paquete elegido siendo la navegación limitada Nacional en Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica y Nicaragua, la navegación limitada internacional en Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica y Nicaragua y cuya cantidad de consumo de MB en USA y México está determinado en el Paquete elegido y la navegación limitada América en Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica y Nicaragua y cuya cantidad de consumo de MB en Panamá, México, Estados Unidos, Rep. Dominicana, Jamaica, Perú, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Brasil, Puerto Rico, Colombia y Ecuador está determinado en el Paquete elegido. Los KB consumidos en países no incluidos en el referido Paquete, tendrán un costo por cada KB según la tarifa vigente para el país en el que se utilice el servicio en Roaming. Los Paquetes de Navegación limitada navegan a alta velocidad 3G hasta llegar a 3GB consumidos, después la velocidad se degrada hasta 128Kbps, permitiendo navegar en dicha velocidad de forma limitada, posterior a la degradación. La reducción de velocidad está sujeta a cambios por parte de TELGUA sin previo aviso.

**INTERNET MÓVIL:** El servicio de Internet Móvil que El Cliente contrata, se le prestará como un servicio de valor agregado al plan de voz ya contratado y vigente, con el que puede navegar una vez esté activado en la línea de voz, según el paquete por el que se elige y siempre que tenga una Terminal compatible con el servicio.

La navegación puede ser bajo la red 2G o 3G según la aplicación del teléfono que adquiere para su uso. Al llegar a los límites de descarga establecidos en el Paquete elegido el servicio se bloqueará y puede adquirir paquetes adicionales desde el portal de compra de paquetes adicionales (PDR), cotizados a un factura mensual o bien con el saldo del cliente si es híbrido. La cobertura de los Paquetes de navegación en Internet está establecida en el Paquete elegido entendiéndose como: la navegación Nacional la realizada en los países de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica. La navegación fuera de los países CLMNA (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica) se cobrará el paquete internacional elegido o bien al costo por cada KB según la tarifa vigente para el país en el que se utilice el servicio de Roaming. Las capacidades de descarga y reducciones de velocidad están sujetas a cambios por parte de TELGUA sin previo aviso.

**PAQUETE DE REDES SOCIALES:** El cliente que contrata un plan, puede adquirir un Paquete de Redes Sociales que incluye Facebook y WhatsApp, el cual le será cargado adicionalmente a su factura del mes siguiente, conforme a las tarifas mensuales vigentes y hasta que solicite la desactivación del paquete, antes de su fecha de corte en el Centro de Servicios al Cliente de TELGUA.

**PAQUETE LLAMADAS LIMITADAS A CLARO:** El Paquete de Llamadas Limitadas que El Cliente contrata, le permite hablar ilimitadamente todos los días y en cualquier horario a Líneas Fijas Residenciales de TELGUA y Líneas Móviles CLARO. Al contratarlo, el paquete quedará activo 24 horas después de la activación del Plan Contratado. En caso no desee continuar con el paquete, puede solicitar la desactivación antes de su fecha de corte en nuestro centro de Servicio al Cliente.

**LOCALIZAME FAMILIA:** Este servicio permite a los clientes recibir información en tiempo real de la geo-localización aproximada, de los miembros de su grupo familiar. Para dar de alta este servicio es obligatoria la aceptación que El Cliente haga de la Política de Privacidad y de los términos y condiciones contenidos en la aplicación de la página Web [www.claro.com.gt](http://www.claro.com.gt) y el cumplimiento de las mismas. TELGUA otorgará a El Cliente 30 días iniciales de prueba para utilizar el servicio sin ningún cargo y al concluir dicho plazo, la tarifa mensual será cargada a la cuenta del Cliente, así como recargos adicionales, de existir. Al aceptar este servicio, Yo, El Cliente, acepto pagar la tarifa mensual vigente y recargos adicionales, de existir, dentro de las políticas que TELGUA determine. SI  NO

**LOCALIZAME FAMILIA:** Este servicio permite a los clientes recibir información en tiempo real de la geo-localización aproximada, de los miembros de su grupo familiar. Para dar de alta este servicio es obligatoria la aceptación que El Cliente haga de la Política de Privacidad y de los términos y condiciones contenidos en la aplicación de la página Web [www.claro.com.gt](http://www.claro.com.gt) y el cumplimiento de las mismas. TELGUA otorgará a El Cliente 30 días iniciales de prueba para utilizar el servicio sin ningún cargo y al concluir dicho plazo, la tarifa mensual será cargada a la cuenta del Cliente, así como recargos adicionales, de existir. Al aceptar este servicio, Yo, El Cliente, acepto pagar la tarifa mensual vigente y recargos adicionales, de existir, dentro de las políticas que TELGUA determine. SI  NO

**CLARO VIDEO:** Servicio de suscripción y renta en línea donde El Cliente tendrá acceso a películas, series, conciertos, caricaturas y documentales. Además del contenido disponible por la renta mensual de suscripción, El Cliente podrá rentar por 24 horas 2 modalidades de películas en línea y estreno. Para suscribirse al servicio, El Cliente podrá contratar el servicio a través de las Tiendas Claro, Call Center o en el portal web de Claro Video [www.clarovideo.com.gt](http://www.clarovideo.com.gt) aceptando los Términos y Condiciones del servicio. TELGUA le otorga a El Cliente 30 días calendario gratis a partir del día de suscripción; al concluir dicho plazo, la suscripción mensual será cargada o debitada a la cuenta de El Cliente, así como los cargos adicionales, si en caso existieran. Al aceptar este servicio, Yo, El Cliente, acepto pagar la tarifa mensual vigente y recargos adicionales, de existir, dentro de las políticas que TELGUA determine. SI  NO

**CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL SERVICIO:** Yo, El Cliente, acepto pagar las cuotas mensuales del Plan de Voz, mensuales de texto, datos y servicios contratados, así como todos los cargos adicionales de: minutos, tiempo de aire, mensajes de texto, mensajes multimedia y KB de datos según el plan elegido, haciendo efectivas las facturas mensuales correspondientes, así como las siguientes condiciones de prestación de servicios:

**PLANES POSTPAGO DE VOZ:** En caso El Cliente alcanzara el límite del tiempo de aire asignado a dicha tarifa, deberá a su costa recargar minutos tarjetas Claro Prepago o pagar los minutos adicionales consumidos, los cuales se incluirán en la factura mensual que se emitirá conforme al plan aceptado. Yo, El Cliente, acepto expresamente que los minutos de tiempo de aire que me son asignados mensualmente dentro del plan de mi elección no serán acumulados.

**PAQUETE LLAMADAS LIMITADAS A CLARO:** Los minutos causados a cualquier otro destino (Otro Operador de Telefonía, Largo Distancia o en Roaming) se descontarán de la bolsa de minutos o del saldo, si tuviera disponible, o se cobraran a la tarifa vigente por minuto adicional según el destino de la llamada y el Plan de Voz del cual es titular. Aplica Política de Uso Razonable.

**COBRIO EN EL SERVICIO DE ROAMING:** El consumo del servicio de roaming (llamadas, mensajes de texto, datos y cualquier otro servicio que se provea fuera del país), será cargado de forma adicional conforme las tarifas vigentes que TELGUA tenga pactadas con el operador extranjero que presta el servicio, salvo que El Cliente haya adquirido un Plan o Paquete que incluya tales servicios de roaming (llamadas, mensajes de texto, datos y cualquier otro servicio que se provea fuera del país), en cuyo caso se cargará de manera adicional únicamente el consumo que exceda el volumen contratado en dicho Plan o Paquete. Algunos destinos internacionales tienen recargos adicionales a las tarifas normales vigentes. Dichos recargos son establecidos por el país destino y son ajenos a Telgua.

**PLAN SIN FRONTERAS NOROCCIDENTALES:** Este servicio permite al cliente que lo solicite, ampliar la cobertura del plan Postpago a Estados Unidos, Hawaii, Puerto Rico, Alaska y Canadá pagando la tarifa vigente que será cargada a su cuota mensual. Estando en cualquiera de estos países, el beneficio le permitirá utilizar los minutos, mensajes y megabytes incluidos en su plan. Si el cliente consumiera todos los minutos, mensajes y megabytes incluidos, y consumiera más, se aplicará en el cobro las tarifas locales vigentes en Guatemala. Al aceptar el cliente este beneficio también podrá llamar y utilizar servicios de mensajería desde cualquier lugar de Centro América, Panamá y México hacia Estados Unidos, Hawaii, Puerto Rico, Alaska y Canadá, todo a Tarifa local vigente en Guatemala. Una vez el cliente acepte el servicio, éste se activará 24 horas después y le será cargado el cargo respectivo en su factura hasta que el cliente solicite la baja del beneficio en cualquier Tienda Claro. Aplica Política de Uso Razonable.

**DEL PLAZO MÍNIMO INICIAL DEL SERVICIO:** El plazo mínimo inicial de prestación del servicio contratado, en todos los planes de voz e Internet antes descritos, es de dieciocho (18) meses, salvo para los Planes iPhone, Planes Claro, Claro Control e Internacionales con iPhone, para el cual el plazo mínimo inicial será de \_\_\_\_\_ meses. En ambos casos, el plazo será prorrogado automáticamente por periodos iguales, si El Cliente no otorga aviso previo en quinquenio con acuse de recibo en cualquiera de las Tiendas Telgua.

**CLAUSULA INDEMNIZATORIA:** En caso que yo, El Cliente, decida dar por terminado anticipadamente el plazo del servicio contratado en este anexo pagaré a TELGUA en concepto de daños y perjuicios, el equivalente al cincuenta por ciento (50%) de la tarifa mensual convenida multiplicada por los meses que falten para la expiración del plazo contratado. No aplica penalización alguna en las prórrogas del plazo cuando El Cliente hubiese pagado a TELGUA el valor total del aparato telefónico ("en propiedad") con el cual se le presta el servicio o cuando siendo propietario de un aparato GSM haya adquirido una tarjeta SIM y el servicio telefónico.

Acepto que mis llamadas internacionales sean enviadas en forma automática a través del código 147 de TELGUA. SI  NO

**DE LA GARANTÍA DEL EQUIPO:** TELGUA garantiza que el equipo adquirido para la prestación del servicio contratado se encuentra en buenas condiciones de funcionamiento conforme a las especificaciones técnicas del producto hasta por un máximo de un año; estos se contarán a partir de la fecha de facturación de la terminal, quedando fuera de esta garantía los accesorios de cada equipo. Si se comprueba dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que el equipo fue facturado, que su funcionamiento tiene fallas técnicas o demota errores de origen, bajo condiciones de uso normal previsto, TELGUA reemplazará el mismo por un equipo nuevo. A partir del sexto día hábil de la fecha en que el equipo fue facturado, TELGUA se compromete a ingresar el equipo al Centro de Servicio Autorizado para el diagnóstico del problema, quien determinará la posibilidad de hacer una reparación sin costo o si procede un cambio de equipo. En cualquier caso, si el cliente así lo requiere y autoriza, el cambio de equipo se hará por uno igual o de similares características al adquirido; a partir de la existencia en bodega de TELGUA y a las especificaciones técnicas de cada fabricante. La garantía relacionada no aplica en aquellos equipos que estén fuera del plazo de un año estipulado en este anexo y tampoco en las terminales que presenten daños, golpes, ruidos de humedad, manipulación no autorizada en componentes interiores o exteriores, así como alteraciones al software. El cliente podrá, a su costa y sin que ello comprometa a TELGUA, requerir un intento de reparación del equipo, suscribiendo para el efecto a una Carta de Liberación de Responsabilidad.

**ACEPTACION:** Yo, El Cliente, acepto expresamente: a) Ser de los datos de identificación consignados en este anexo; b) Que TELGUA pueda corroborar la veracidad de toda la información proporcionada por mí persona, por cualquier medio legal, siendo responsable de lo relativo al dolo o perjuicio en caso de llegar a constar que la información relacionada es falsa parcial o totalmente; c) Autorizo expresamente a TELGUA para que mis datos personales sean compartidos con empresas que distribuyen o comercializan con datos personales a efecto de verificar la información proporcionada por mí persona; y d) Haber leído el presente anexo y que bien impuesto de su contenido, objeto, validez y efectos legales, lo acepto, ratifico y firmo.

Nombre del cliente o representante legal? EDGAR JUAN ROBLERO MORALES Firma: \_\_\_\_\_

DNI/Pasaporte: 2385 34374 1207 Lugar y Fecha: SAN MARCOS 22/08/2016

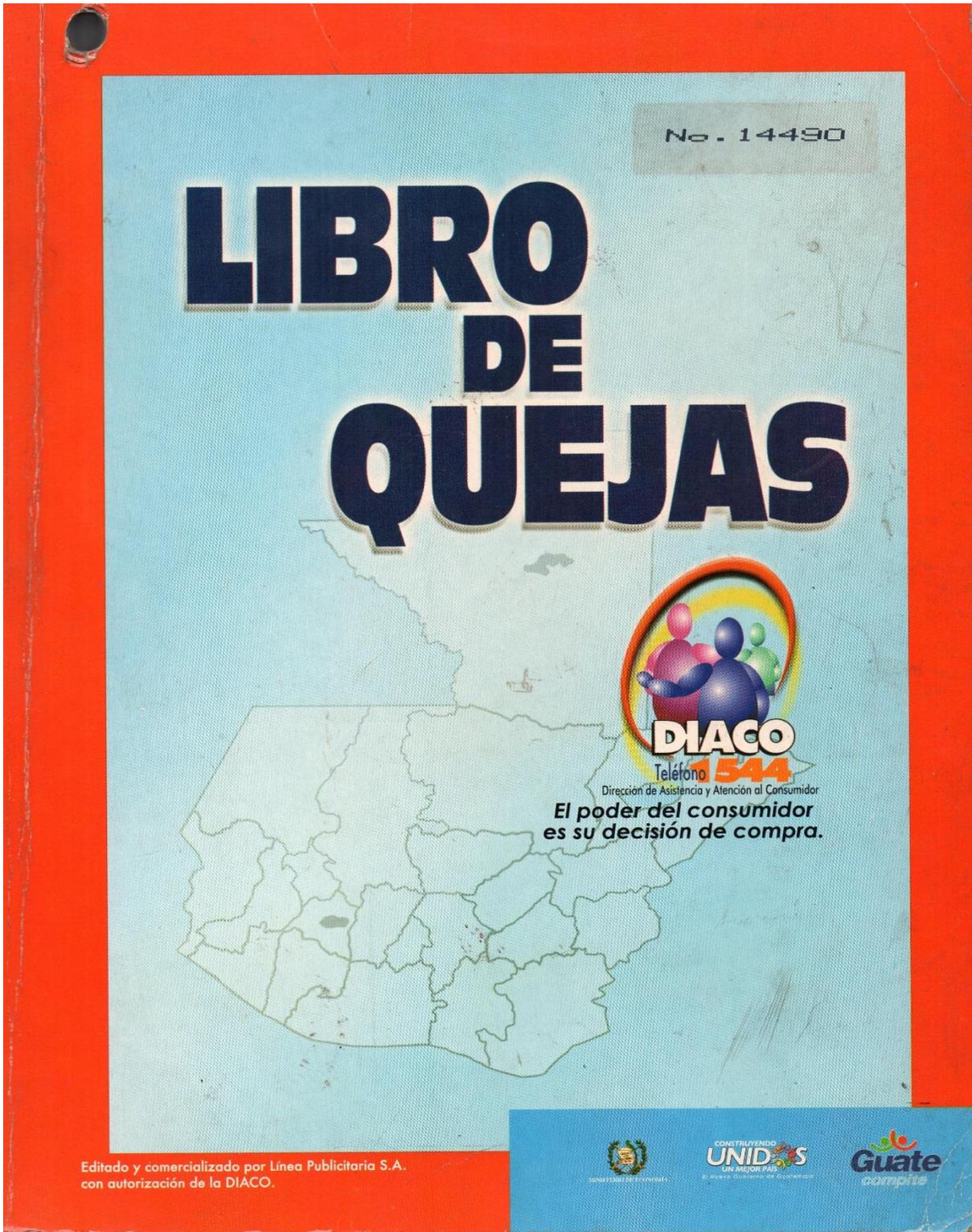
1. Los servicios contratados por medio del presente anexo son regidos por las condiciones generales del contrato único de prestación de servicios de telecomunicaciones.

2. Esta formato dejará de tener efectos legales si presenta alteración o modificación por parte del CLIENTE.



ANEXO No. 4

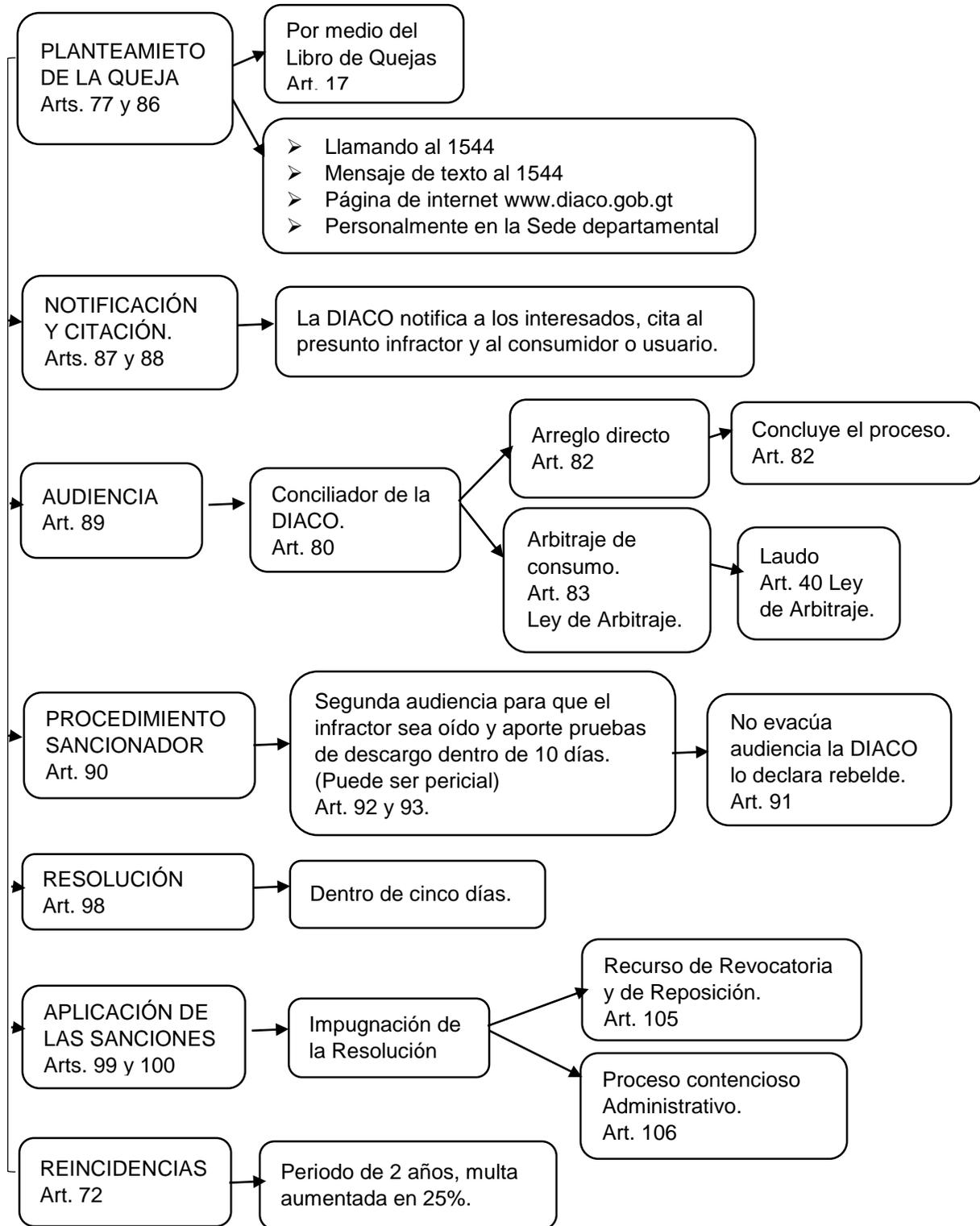
PORTADA DEL LIBRO DE QUEJAS





## ANEXO No. 5

### ESQUEMA DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS SEGÚN LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO



## ANEXO No. 6

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA (USAC)  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS (CUSAM)  
LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES



### BOLETA DE ENCUESTA

**SALUDOS CORDIALES:** A continuación encontrará una serie de preguntas destinadas a conocer su opinión sobre “EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR (DIACO) EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS”. Sus respuestas son confidenciales y para fines académicos. Muchas gracias.

**INSTRUCCIONES:** Por favor marque con una **X** la alternativa que más se acerca a lo que usted piensa.

1. ¿En su hogar, usted posee?:
  - a) Teléfono Celular: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
  - b) Teléfono de línea fija: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
2. ¿Ha tenido usted algún problema con la telefonía?:
  - a) Caída de llamadas: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
  - b) Mensajes llegan tarde: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
  - c) Fallo de red: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
  - d) Otro: indique: \_\_\_\_\_
3. ¿Usted sabe sus derechos como consumidor y usuario de telefonía?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
4. ¿Ha presentado usted denuncia o queja cuando ha tenido problemas con la telefonía?  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
5. Al momento de presentar una queja ante la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) en contra de la telefonía, esta sería por:
  - a) Cobros indebidos: \_\_\_\_\_
  - b) Mal servicio: \_\_\_\_\_
  - c) Incumplimiento de contrato: \_\_\_\_\_
  - d) Publicidad falsa: \_\_\_\_\_
  - e) Incrementos en la tarifa: \_\_\_\_\_



6. ¿Conoce usted las leyes que lo protegen como consumidor y usuario de telefonía?  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
7. Las operadoras de telefonía cuentan con un “Libro de Quejas”, ¿ha hecho uso alguna vez del mismo para presentar alguna queja?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
8. ¿Está de acuerdo que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) en sus roles de supervisión lo haga también a la telefonía?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
9. ¿Considera usted importante contar con la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) para evitar abusos de las proveedoras de telefonía?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
10. ¿Sabe usted que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) aplica medidas legales de protección a consumidores y usuarios de telefonía?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
11. ¿Usted cree que los usuarios están protegidos contra los abusos de las compañías proveedoras de telefonía?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
12. ¿Sabe usted que la ley lo protege como consumidor o usuario de telefonía?  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
13. ¿Estima usted que las autoridades de la DIACO deben velar para que las operadoras de telefonías presten un servicio eficiente?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
14. ¿Cree que la ciudadanía denuncia o presenta su queja cuando no se respetan sus derechos como consumidores y usuarios de telefonía?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
15. ¿Sabe usted que la DIACO contribuye a proporcionar certeza jurídica para que la telefonía preste un servicio eficiente?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
16. ¿Cree que los consumidores y usuarios de telefonía se encuentran protegidos por el Estado y pueden hacer valer sus derechos a través de la DIACO?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
17. ¿Está de acuerdo que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario solamente sancione con multa a las compañías telefónicas por las infracciones que cometen?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
18. ¿Considera usted que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario debe sancionar más severamente los abusos de las operadoras de telefonía?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
19. ¿Usted cree que las compañías telefónicas prestan un servicio eficiente por miedo a las sanciones de la DIACO?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
20. ¿Considera que una sanción económica es efectiva para que se castigue a los infractores de los derechos de los consumidores y usuarios de telefonía y no vuelvan a incurrir en esa infracción?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
21. ¿Usted cree que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) está obligada a dar seguridad jurídica a los usuarios de telefonía específicamente?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
22. ¿Tiene usted conocimiento si existe alguna organización de consumidores y usuario en San Marcos, para que haya mayor seguridad o certeza jurídica?... SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_



OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### DATOS DE CONTROL

Profesión u Oficio: \_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_ años. SEXO: Masculino \_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_

**¡MUCHAS GRACIAS!**



## ANEXO No. 7

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA (USAC)  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS (CUSAM)  
LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES



### CÉDULA DE ENTREVISTA ELABORACIÓN DE TESIS

- I. **TÍTULO:** “EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIACO EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS”.
- II. **OBJETIVO:** Obtener información relacionada a la DIACO al aplicar medidas legales de protección a consumidores y usuarios de telefonía en el Municipio de San Marcos.

III. **DATOS GENERALES:**

ENTREVISTADOR: Edgar Juan Roblero Morales. CARNE: 200031889.

INSTITUCIÓN: \_\_\_\_\_

PERSONA ENTREVISTADA: \_\_\_\_\_

PROFESIÓN: \_\_\_\_\_

CARGO: \_\_\_\_\_

LUGAR: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

HORA DE INICIO: \_\_\_\_\_ HORA DE FINALIZACIÓN: \_\_\_\_\_

IV. **PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA:**

**RÉGIMEN LEGAL APLICABLE**

1. ¿Existe alguna previsión constitucional relacionada con la defensa del consumidor en su país?
2. ¿Existe alguna legislación especial de Defensa del Consumidor? ¿Se trata de normativa de orden público?



3. ¿Ocurren conflictos entre el Derecho del Consumidor y otras normas de Derecho Público o Privado? En caso afirmativo, ¿cuál ha sido la tendencia en las decisiones de los Tribunales? ¿Ha existido predominio por el Derecho del Consumidor?
4. ¿Se prevé una tutela penal en las relaciones de consumo?

## **ESTRUCTURA DISPONIBLE PARA LA GARANTÍA DE LA APLICACIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR**

5. ¿Existe un organismo central gubernamental de Defensa del Consumidor? En caso afirmativo, ¿cuáles son sus facultades y atribuciones?
6. ¿Existe alguna forma de descentralización del referido organismo?
7. ¿Qué tipo de sanciones están previstas para ser aplicadas por los órganos de Defensa del Consumidor en los ámbitos administrativo, civil y penal?
8. ¿Existen entidades civiles o de cualquier iniciativa no gubernamental de Protección al Consumidor? ¿Tienen alguna regulación especial? ¿Hay alguna en San Marcos?
9. ¿El Gobierno apoya de alguna forma a esas entidades? ¿A cuáles y de qué forma?
10. ¿Existen Comisiones o Consejos que reúnan a las entidades civiles de defensa del consumidor? ¿Actúan como órganos consultores del Gobierno?
11. ¿Quién representa internacionalmente al país en las cuestiones referentes a la protección y defensa del consumidor?

## **SOLUCIÓN DE CONFLICTOS**

12. ¿Cómo se presenta la Defensa del Consumidor en el ámbito judicial? ¿Hay algún procedimiento diferencial para la defensa del consumidor?
13. ¿De cuáles mecanismos judiciales disponen los consumidores para su protección?, ¿Es posible iniciar acciones de incidencia general o colectiva en materia de protección al consumidor? ¿Cuál es su régimen o regulación?



14. ¿Se practican resoluciones alternativas de conflictos en el área de Protección al Consumidor? En caso afirmativo, ¿cómo funcionan y quiénes son los responsables?

### **CUESTIONES BÁSICAS DE DERECHO MATERIAL**

15. ¿Existe la preocupación de aplicar el principio de la información en las relaciones contractuales?
16. ¿Hay alguna previsión de protección contra cláusulas abusivas?
17. ¿Existe reglamentación sobre los contratos de adhesión?
18. ¿Existe reglamentación sobre los contratos a distancia o fuera del establecimiento comercial?
19. ¿En lo que concierne a la responsabilidad civil del proveedor, ella es objetiva o subjetiva?
20. ¿Existen delitos en las relaciones de consumo? En caso afirmativo, ¿cuáles serían los tipos penales y cuales sus respectivas sanciones?
21. ¿Existe responsabilidad por la fabricación del producto y por la prestación del servicio?
22. ¿Existe responsabilidad por el vicio (falla) del producto o del servicio?
23. ¿Existe responsabilidad entre todos los integrantes de la cadena de consumo? En caso afirmativo, ¿cómo se procesa?
24. ¿El poder público o privado mantiene algún tipo de archivo, ficha o registro de los datos personales y de consumo de los consumidores?
25. ¿Los organismos públicos de defensa del consumidor tienen algún tipo de registro sobre los reclamos formulados por los consumidores?
26. ¿Esos datos son divulgados públicamente? En caso afirmativo, ¿de qué forma?

### **REGULACIÓN TEMAS ESPECIALES**

### **RÉGIMEN DE PUBLICIDAD SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CONSUMO**



27. ¿Existe regulación especial sobre contenido publicitario, publicidad engañosa, abusiva o comparativa?
28. ¿Existe una Autoridad de Aplicación especial en materia publicitaria, o es la misma de protección de los consumidores? ¿Cuál es su régimen?
29. ¿Considera necesaria alguna actualización o complementación de la regulación existente en la materia?

### **RÉGIMEN DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES**

30. ¿Existe regulación especial en materia de Protección de Datos Personales?
31. ¿Existe una Autoridad de Aplicación especial en la materia, o es la misma de protección de los consumidores?, ¿Cuál es su régimen?
32. ¿Considera necesaria alguna actualización o complementación de la regulación existente en la materia?

### **MEDIO AMBIENTE Y CONSUMO SUSTENTABLE**

33. ¿Existe regulación especial en materia de protección medioambiental y consumo sustentable? ¿Qué hay de la telefonía en San Marcos a este respecto?
34. ¿Existe una Autoridad de Aplicación especial en la materia o es la misma de protección de los consumidores? ¿Cuál es su régimen?
35. ¿Considera necesaria alguna actualización o complementación de la regulación existente en la materia?

### **EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO**

36. ¿Establece la legislación de protección del consumidor aspectos relacionados con la educación para el consumo?
37. ¿Existen programas de educación para el consumo en la currícula escolar?



38. ¿Existen cursos de grado o postgrado de Derecho del Consumidor en las universidades?

**CERTEZA JURÍDICA DE LA DIACO PARA PROTEGER A CONSUMIDORES Y USUARIOS DE TELEFONÍA**

39. ¿Existen normas específicas para proteger a consumidores y usuarios de telefonía?

¿cuáles son estas?

40. ¿Cómo proporciona la DIACO la certeza jurídica para proteger a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas? ¿lo sabe el consumidor o usuario?

41. ¿Cómo considera la cantidad de denuncias? ¿por qué los ciudadanos no se quejan?

42. ¿Hay algún programa especial sobre el consumo y usuario de telefonía específicamente?

43. ¿Cree que los ciudadanos confían en la DIACO? ¿Sí o no por qué?

44. ¿Qué medios de comunicación actuales utiliza la DIACO para darse a conocer a los consumidores y usuarios de telefonía en San Marcos? ¿es suficiente o no?

45. ¿Qué opina del rol que desempeña la DIACO en la aplicación de medidas legales de protección a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas en el Municipio de San Marcos, San Marcos?

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**



## ANEXO No. 8

### GRÁFICAS DE LA ENCUESTA

La investigación objeto de estudio, titulado EL ROL QUE DESEMPEÑA LA DIACO EN LA APLICACIÓN DE MEDIDAS LEGALES DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CELULARES Y LÍNEAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, SAN MARCOS, se sustentó en el trabajo de campo que se desarrolló en el área urbana, específicamente en las cinco zonas que conforman la cabecera del Municipio de San Marcos, Departamento de San Marcos, demarcación territorial en el que se hallan gran cantidad de consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas, así como de las agencias de las compañías operadoras que prestan estos servicios.

Fueron encuestadas en total 174 personas, comprendidas entre las edades de 18 a 70 años, distribuidas de una forma equitativa entre 96 personas de sexo masculino y 78 de sexo femenino, para tener una opinión amplia y general del tema. La cantidad de encuestados se determinó en base a las estimaciones de la población para el año 2016 del Instituto Nacional de Estadística (INE) para los periodos 2009-2020 al 30 de junio. Dicha distribución queda de la forma siguiente:

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS POR ZONAS DEL ÁREA URBANA DE LA CABECERA MUNICIPAL DE SAN MARCOS						
ZONAS	1	2	3	4	5	TOTAL
SEXO MASCULINO	20	19	19	19	19	96
SEXO FEMENINO	18	15	15	15	15	78
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>174</b>



Las unidades de análisis para la investigación de campo fue la población en general, con ello se pretendió el logro de una muestra representativa tanto de profesionales de diversas ramas, estudiantes, amas de casa, comerciantes, artistas y personas en general. Opiniones vertidas a través de la encuesta como instrumento base para obtener diferentes criterios relacionados al tema objeto de estudio.

La encuesta consta de 22 ítems, los primeros once planteamientos corresponden a la variable independiente y los otros once a la variable dependiente, estableciendo una estrecha conexión entre las mismas para darle soporte a la investigación. Se tomó como base para ello la operacionalización de la hipótesis contenida en el Diseño de Investigación.

A continuación se presenta la pregunta convertida en respuesta, el cuadro con la modalidad utilizada, datos absolutos y relativos, la gráfica de sectores para una mejor ilustración y la respectiva interpretación.

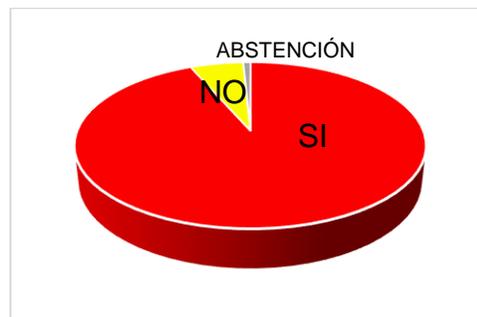


### GRÁFICA No. 1

En su hogar, posee: a) Teléfono Celular, b) Teléfono de línea fija

Posee: a) Teléfono Celular

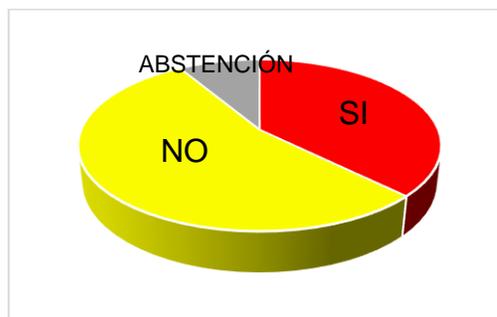
MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	162	93.10%
NO	10	5.75%
ABSTENCIÓN	2	1.15%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

Posee: b) Teléfono de línea fija

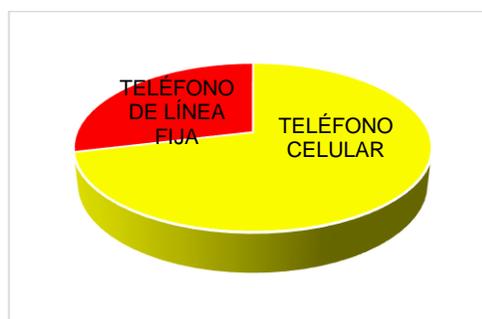
MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	65	37.36%
NO	94	54.02%
ABSTENCIÓN	15	8.62%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

RESUMEN DE LA PREGUNTA posee: a) Teléfono Celular, b) Teléfono de línea fija

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
TELÉFONO CELULAR	162	71.37%
TELÉFONO DE LÍNEA FIJA	65	28.63%
TOTALES	227	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.



INTERPRETACIÓN: Según se muestra en el primer desglose de la pregunta número uno: las opiniones muestran en su gran mayoría que el teléfono celular es de los más utilizados por los consumidores y usuarios de telefonía, una minoría dice que no lo posee ya que tiene teléfono de línea fija.

A continuación según se muestra en el segundo desglose de la pregunta número uno: en su gran mayoría, los encuestados opinan que no poseen teléfono de línea fija ya que prefieren el teléfono celular por su fácil portación. Un cierto porcentaje si posee básicamente para ser utilizada en casa más constantemente.

Los criterios de opinión destacan en su gran mayoría el uso del teléfono celular por su facilidad de portarlo, es de los más utilizados por los consumidores y usuarios de telefonía, contra una minoría que tiene teléfono de línea fija para uso en su hogar únicamente. Sin embargo, por la naturaleza de la pregunta, también se presentan datos en los que se manifiesta que se tienen ambos servicios. Por lo mismo se presenta aquí el resumen de la telefonía más utilizada por los encuestados.

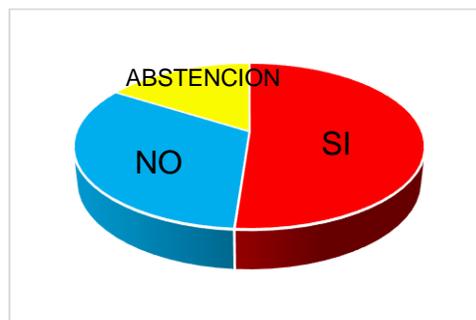


## GRÁFICA No. 2

Ha tenido algún problema con la telefonía: a) Caída de llamadas, b) Mensajes llegan tarde, c) Fallo de red, d) Otros.

### a) Caída de llamadas

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	89	51.15%
NO	57	32.76%
ABSTENCIÓN	28	16.09%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

### b) Mensajes llegan tarde

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	93	53.45%
NO	48	27.59%
ABSTENCIÓN	33	18.96%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

### c) Fallo de red

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	138	79.31%
NO	26	14.94%
ABSTENCIÓN	10	5.75%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.



RESUMEN: Ha tenido algún problema con la telefonía: a) Caída de llamadas, b) Mensajes llegan tarde, c) Fallo de red, d) Otros.

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
Caída de llamadas	89	27%
Mensajes llegan tarde	93	28%
Fallo de red	138	42%
Otros	10	3%
TOTALES	330	100%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

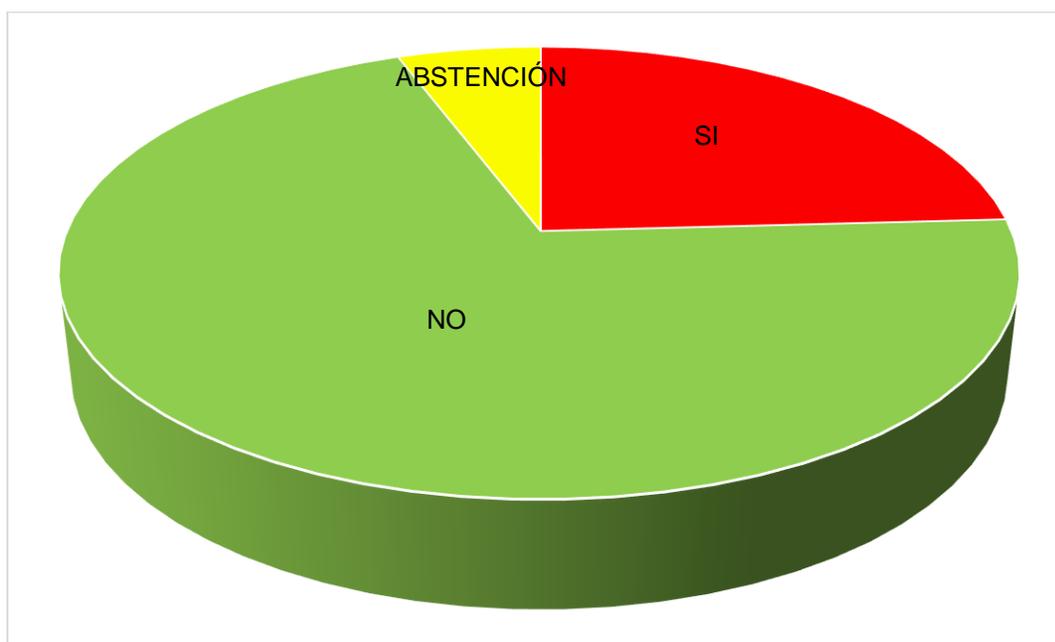
INTERPRETACIÓN: En resumen se puede observar en el desglose de la pregunta que: la población encuestada sostiene que se tienen muchos problemas con la telefonía siendo los más destacados que los mensajes muchas veces llegan tarde, de igual manera el fallo de red que es el más constante, también es relevante la caída de llamadas o los cortes inesperados que se producen mientras se habla por teléfono, una mínima parte se refiere a otros problemas como las interferencias o ruidos que a veces se presenta mientras se está conversando.



### GRÁFICA No. 3

Sabe sus derechos como consumidor y usuario de telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	42	24.14%
NO	122	70.11%
ABSTENCIÓN	10	5.75%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

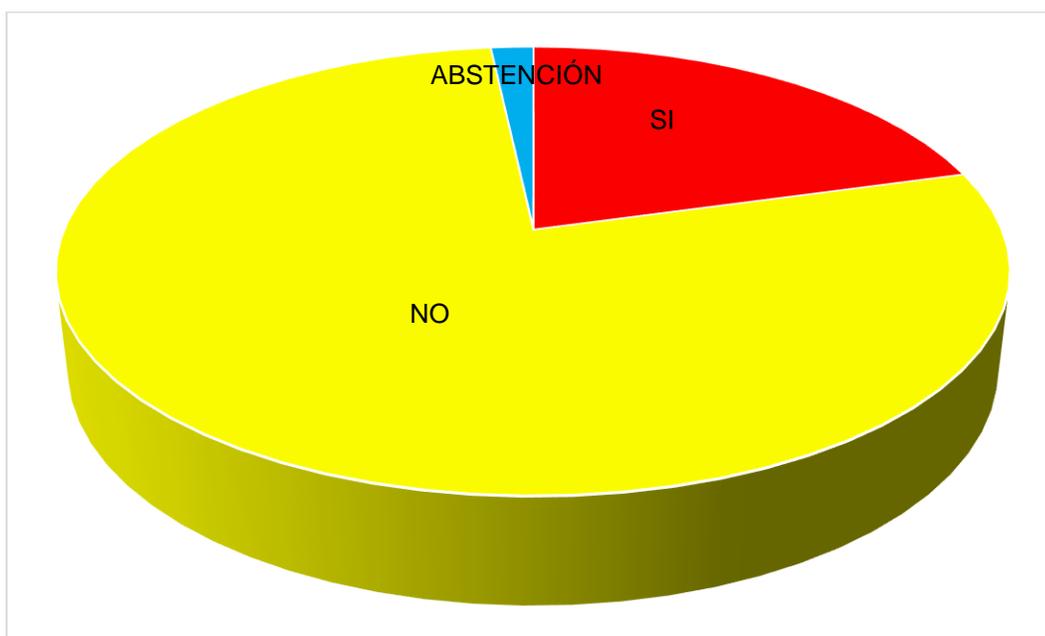
**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de los encuestados sostienen que desconocen sus derechos como consumidores y usuarios de la telefonía, según los porcentajes que se presentan en la tabla de ésta gráfica. Son pocos los que tienen idea de sus derechos contra una mínima que prefiere abstenerse de responder al respecto. Es notable que ese desconocimiento de los derechos, relacionándolo con el cuestionamiento anterior, hace que los problemas se queden en el aire y no se reclame al respecto o no se presente la queja respectiva.



#### GRÁFICA No. 4

Ha presentado denuncia o queja cuando ha tenido problemas con la telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	36	20.69%
NO	135	77.59%
ABSTENCIÓN	3	1.72%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

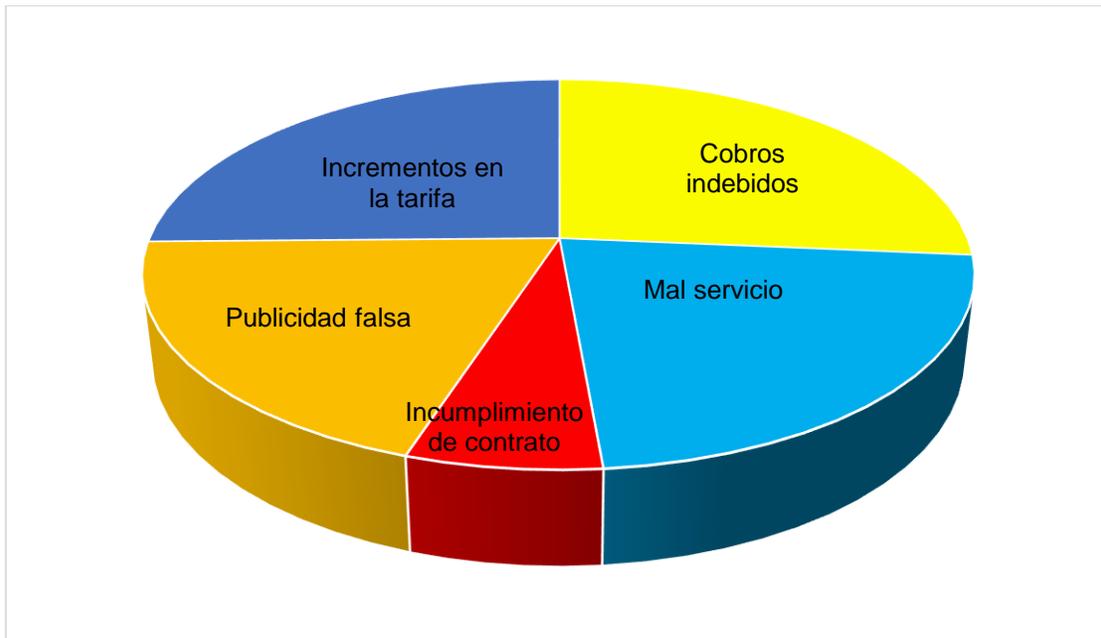
INTERPRETACIÓN: Los datos estiman que la población del área urbana de la cabecera Municipal de San Marcos no presenta denuncia o queja cuando tiene problemas con la telefonía, mientras que por otra parte pero en mínima cantidad argumenta que si de alguna manera se hace pero es a la misma empresa proveedora de telefonía, más no ante el órgano respectivo que en este caso es la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO). El reto es entonces educar al consumidor y usuario para que se forme la cultura de denuncia.



### GRÁFICA No. 5

Al momento de presentar una queja ante la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) en contra de la telefonía, esta sería por: a) Cobros indebidos, b) Mal servicio, c) Incumplimiento de contrato, d) Publicidad falsa, e) Incrementos en la tarifa

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
Cobros indebidos	95	26%
Mal servicio	80	22%
Incumplimiento de contrato	23	6%
Publicidad falsa	71	20%
Incrementos en la tarifa	91	26%
TOTALES	360	100%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

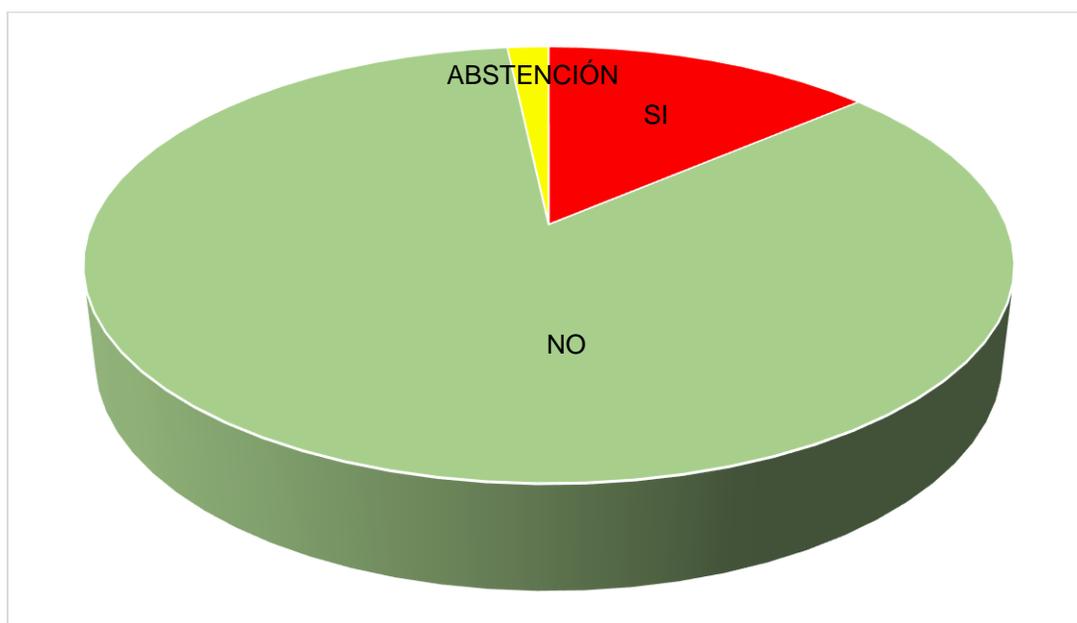
INTERPRETACIÓN: El criterio de opinión es unánime, ya que por la naturaleza del planteamiento se le dio oportunidad al encuestado para que brindara más de una respuesta y los resultados están a la vista, en este caso si el usuario se quejara en contra de la telefonía según los porcentajes sería por cobros indebidos y por los incrementos en la tarifa, así como del mal servicio y la publicidad falsa, estos en su orden.



## GRÁFICA No. 6

Conoce las leyes que lo protegen como consumidor y usuario de telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	24	13.79%
NO	148	85.06%
ABSTENCIÓN	2	1.15%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

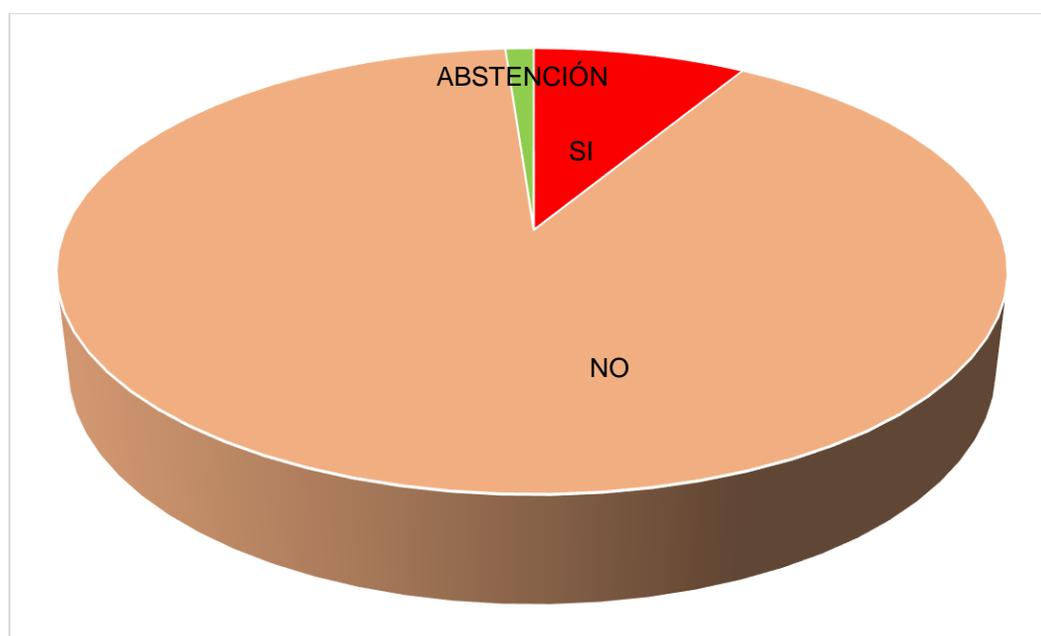
INTERPRETACIÓN: Casi la totalidad de encuestados sostienen que no tienen conocimiento de las leyes que lo protegen como consumidores y usuarios de telefonía, contra una mínima que si tiene la idea únicamente y por ello algunas se abstienen de opinar al respecto. Sin embargo, los datos sugieren que es indispensable y necesario que tales derechos contenidos en las normativas específicas se den a conocer por el órgano responsable, que en este caso le corresponde a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para que haya una mejor cultura de consumo.



### GRÁFICA No. 7

Las operadoras de telefonía cuentan con un “Libro de Quejas”, ha hecho uso alguna vez del mismo para presentar alguna queja

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	15	8.62%
NO	157	90.23%
ABSTENCIÓN	2	1.15%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

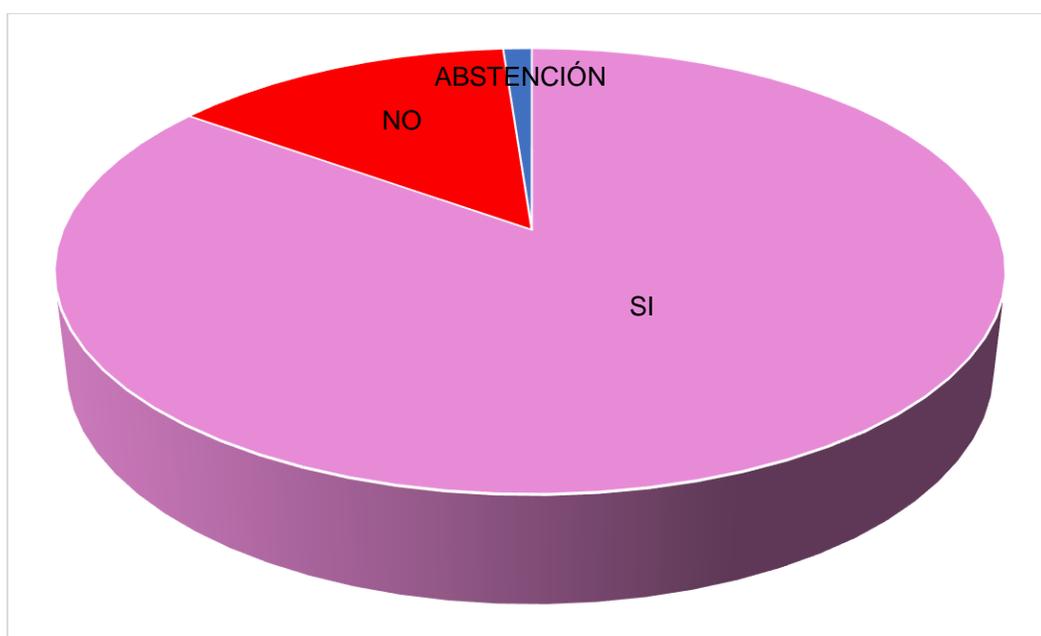
INTERPRETACIÓN: Generalmente la población se queja de los problemas que padece producto de malos servicios de la telefonía, pero es notable aquí que no se hace uso de los libros de quejas que poseen las operadoras según lo reflejan los porcentajes muy altos. Ello permite aseverar que no se hace uso de tal instrumento de denuncia por desconocimiento o simplemente porque no existe esa cultura de denuncia, retos por los cuales es consumidor deberá promulgar por una mejor educación de consumo.



### GRÁFICA No. 8

Está de acuerdo que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) en sus roles de supervisión lo haga también a la telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	147	84.48%
NO	24	13.79%
ABSTENCIÓN	3	1.73%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

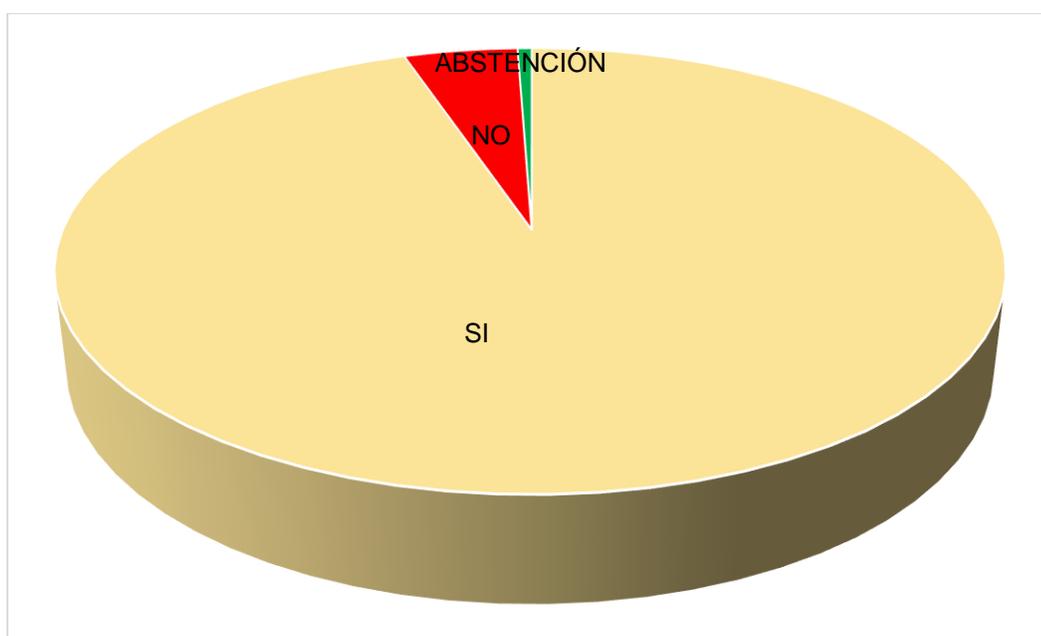
INTERPRETACIÓN: Los criterios de opinión estiman en su gran mayoría la necesaria intervención de las autoridades de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor para que dentro de su papel supervisen a las empresas operadoras y proveedoras de telefonía celular y líneas fijas, básicamente para que las mismas presten un servicio eficiente y se le proteja a los consumidores y usuarios de los mismos, ya que en la actualidad hay más de estos aparatos que habitantes por la globalización de las comunicaciones.



### GRÁFICA No. 9

Considera importante contar con la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) para evitar abusos de las proveedoras de telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	165	94.83%
NO	8	4.60%
ABSTENCIÓN	1	0.57%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

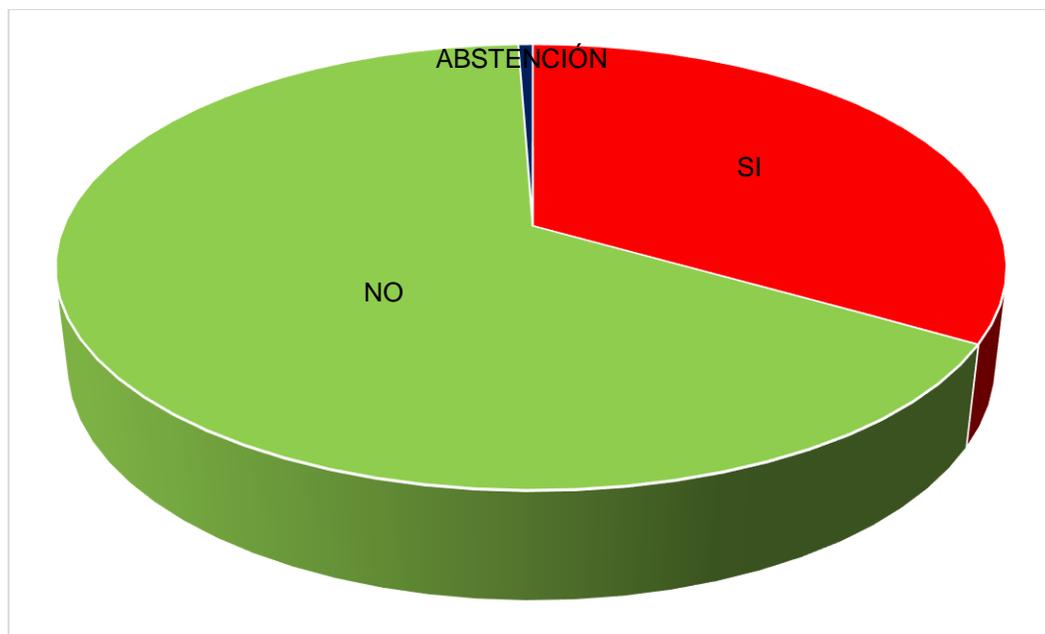
INTERPRETACIÓN: Los datos obtenidos de los encuestados casi en su totalidad concuerdan con la suma importancia de contar con ese órgano de protección y de educación para el consumidor y usuario de celulares y líneas telefónicas, ya que muchas veces las operadoras de telefonía abusan de su poder monopólico que tienen al no prestar un servicio como lo manda la ley. De esa cuenta reflejan los porcentajes el acuerdo en los que se encuentran los usuarios al favorecer con el sí de contar con la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.



### GRÁFICA No. 10

Sabe que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) aplica medidas legales de protección a consumidores y usuarios de telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	57	32.76%
NO	113	64.94%
ABSTENCIÓN	4	2.30%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

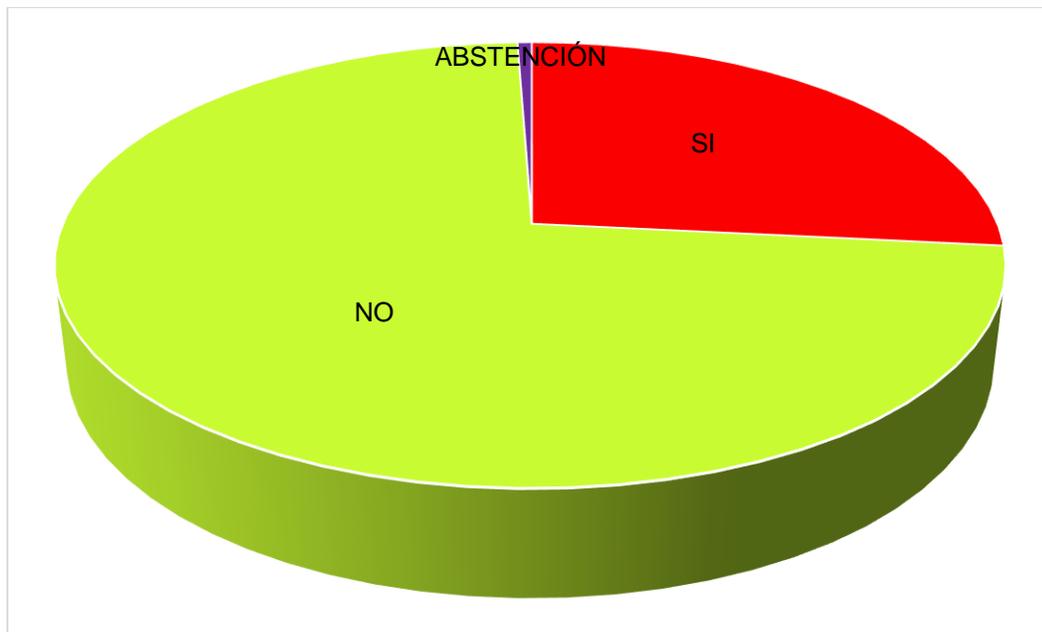
INTERPRETACIÓN: Muchos encuestados opinan que desconocen las funciones plenas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y por lo mismo ignoran si este órgano aplica o no medidas legales de protección a los consumidores y usuarios de telefonía, pues argumentan que lo hacen con los productos de la canasta básica, pero que no se sabe tanto sobre este tema. Se asevera entonces la urgente y necesaria publicidad de la DIACO para que se dé a conocer en sus diversas funciones.



### GRÁFICA No. 11

Cree que los usuarios están protegidos contra los abusos de las compañías proveedoras de telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	46	26.44%
NO	126	72.41%
ABSTENCIÓN	2	1.15%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

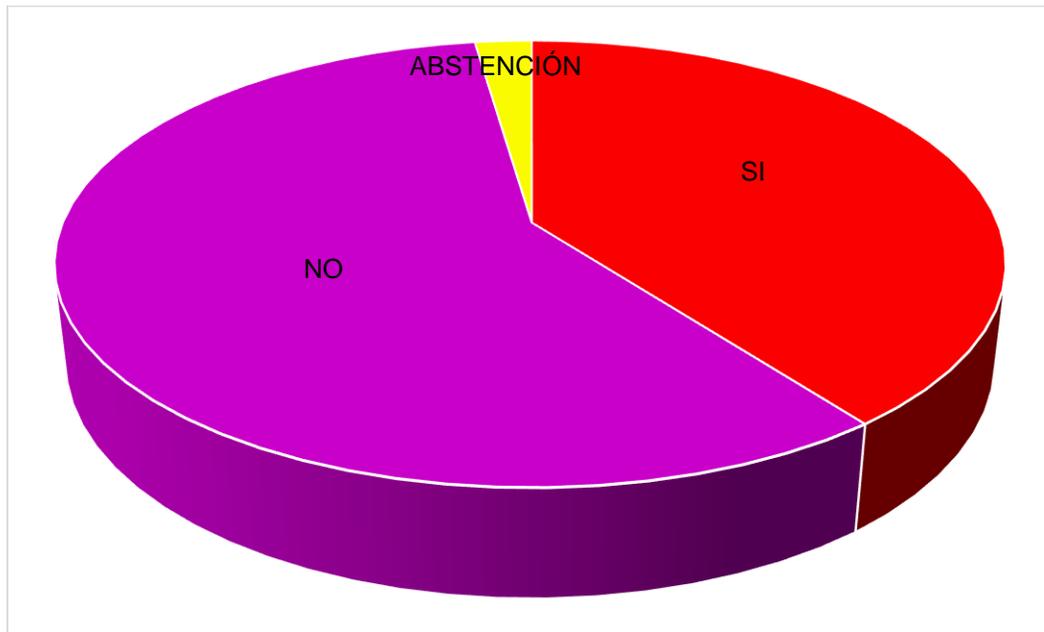
INTERPRETACIÓN: Las opiniones de los encuestados, como lo hace respecto a diversos problemas actuales, es notable su desconfianza hacia las leyes y hacia los órganos administrativos estatales. Esto se refleja en los porcentajes de datos, al manifestar en su mayoría que no están protegidos contra los abusos de las compañías proveedoras de telefonía, contra una minoría que si confía en estar protegida y que de no ser así habría muchos problemas.



## GRÁFICA No. 12

Sabe que la ley lo protege como consumidor o usuario de telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	69	39.66%
NO	101	58.05%
ABSTENCIÓN	4	2.29%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

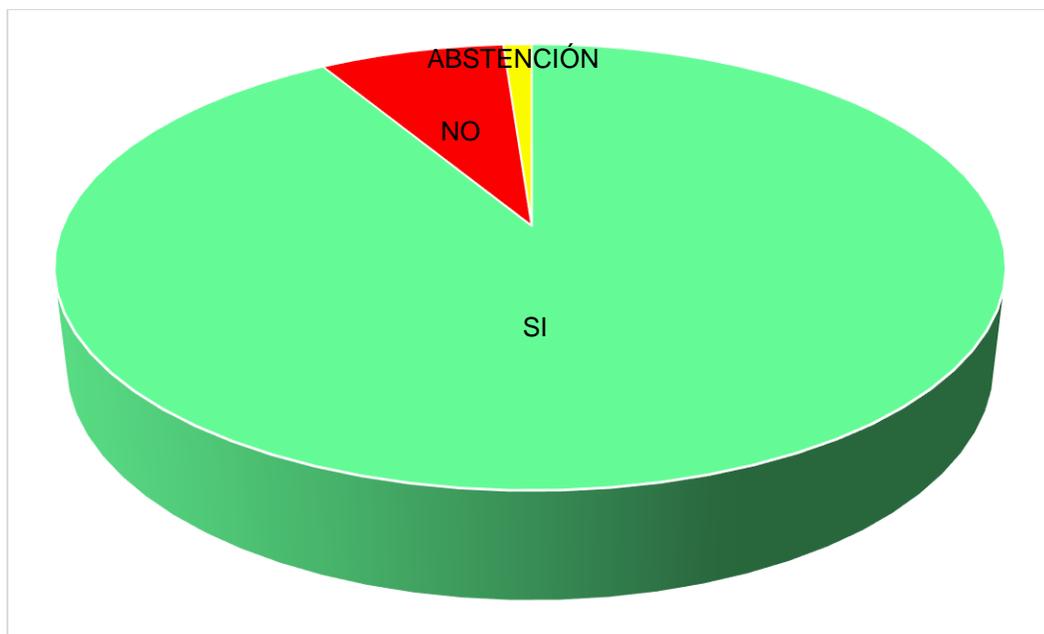
INTERPRETACIÓN: Los criterios de opinión manifiestan que gran parte de los consumidores y usuarios de telefonía desconocen la protección que las normas jurídicas contenidas en las leyes protegen de alguna manera sus derechos. Pero cierto porcentaje está consciente de que las leyes de una u otra forma lo tutelan, ya que aparte de dar derechos también concede obligaciones. Una mínima se abstiene de responder a la pregunta.



### GRÁFICA No. 13

Estima que las autoridades de la DIACO deben velar para que las operadoras de telefonías presten un servicio eficiente

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	159	91.38%
NO	13	7.47%
ABSTENCIÓN	2	1.15%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

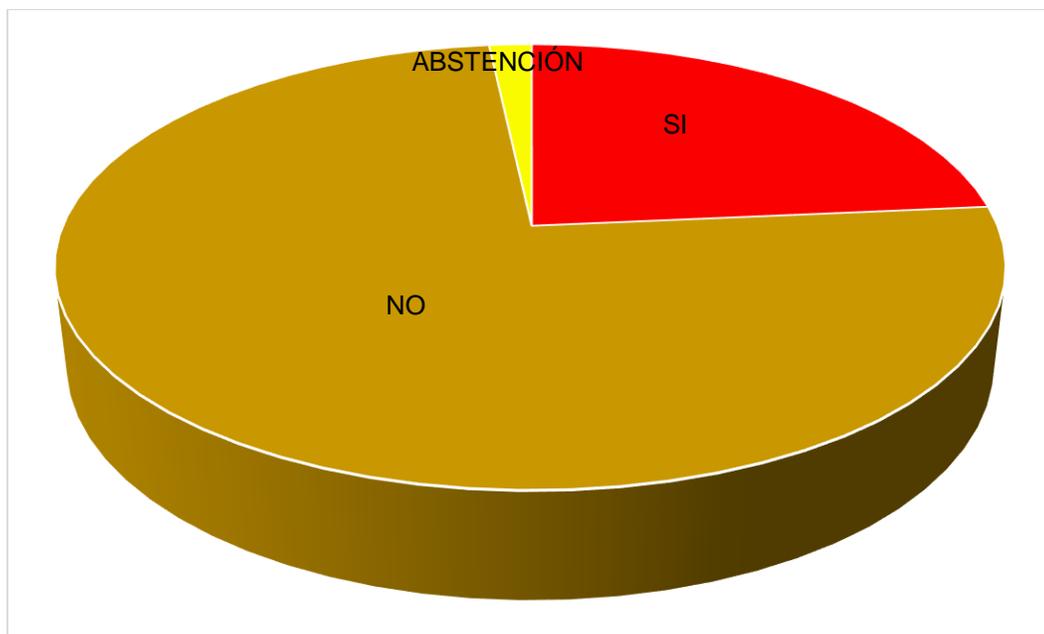
INTERPRETACIÓN: Casi la totalidad de encuestados sostiene que la autoridades de la DIACO están obligadas a velar para que las empresas operadoras de telefonía presenten un servicio de la mejor manera posible. Opinan que la única manera en que se mejoren los servicios hacia los consumidores y usuarios es que se le dé seguimiento, se supervise y no les tenga ninguna consideración cuando afecten a los usuarios con malos servicios.



### GRÁFICA No. 14

La ciudadanía denuncia o presenta su queja cuando no se respetan sus derechos como consumidores y usuarios de telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	41	23.56%
NO	130	74.72%
ABSTENCIÓN	3	1.72%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

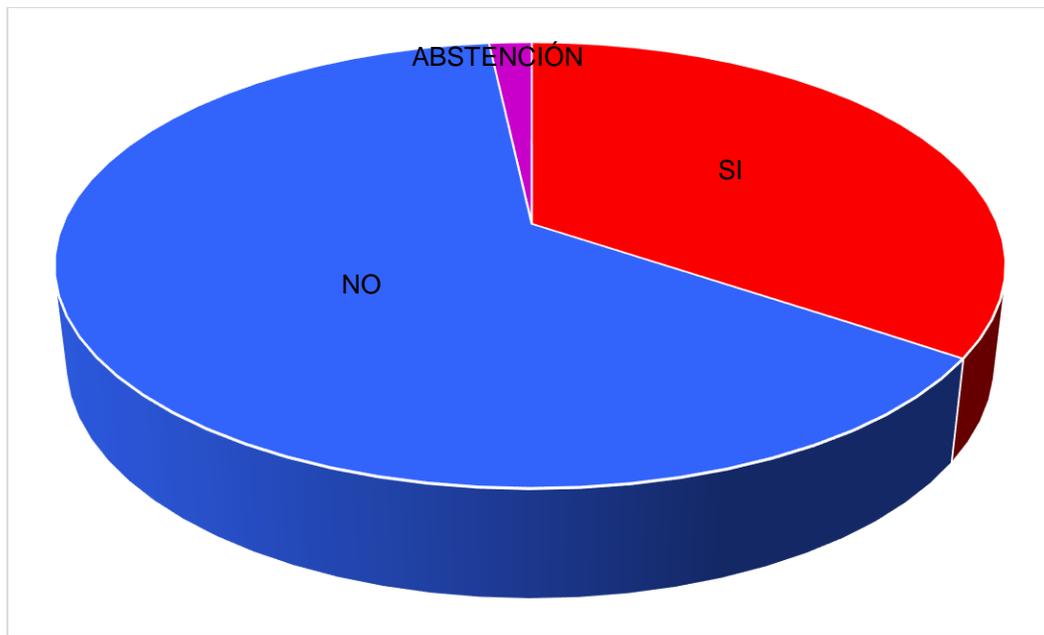
INTERPRETACIÓN: Los datos estiman que la mayoría de la población de consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas no presentan denuncia o queja cuando sus derechos son violentados. Un porcentaje de encuestados asegura que si lo hace, pero lo efectúan ante las mismas empresas que proveen esos servicios y no ante la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, porque en muchos casos desconocen las funciones plenas de dicha dependencia.



### GRÁFICA No. 15

Sabe que la DIACO contribuye a proporcionar certeza jurídica para que la telefonía preste un servicio eficiente

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	60	34.48%
NO	111	63.79%
ABSTENCIÓN	3	1.73%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

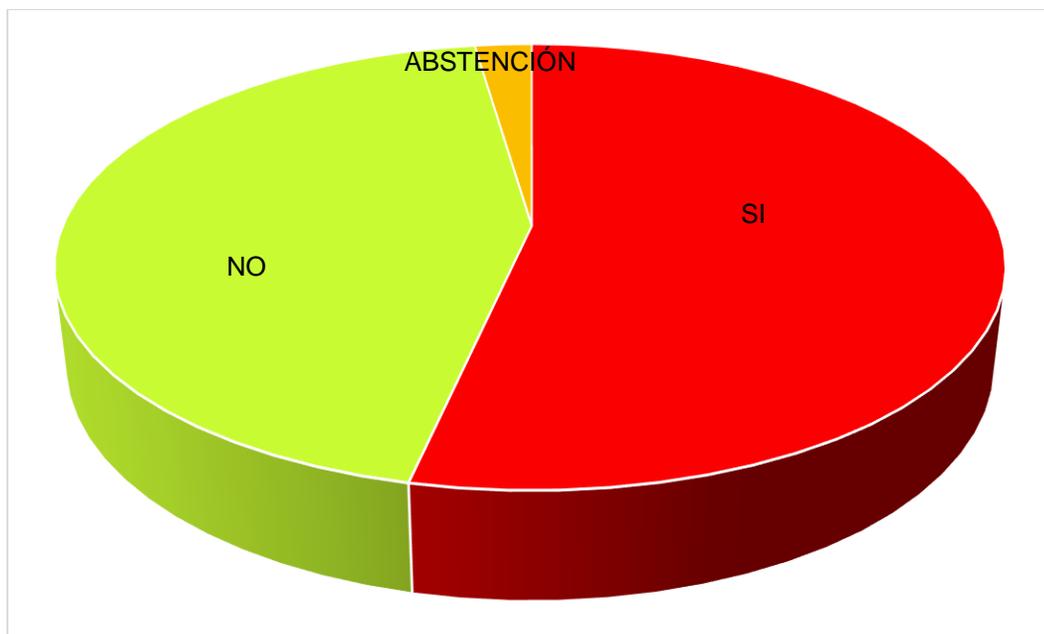
INTERPRETACIÓN: La población encuestada estima que si bien se cuenta con la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, muchos consideran que no contribuye con la certeza jurídica para que las empresas telefónicas realmente presenten un servicio de calidad y el ciudadano esté satisfecho con los mismos. Mientras que otro porcentaje asegura que debido a la intervención de esta dependencia estatal es de que los servicios son buenos. Todas estas opiniones contra una mínima que se abstiene de hacerlo.



### GRÁFICA No. 16

Los consumidores y usuarios de telefonía se encuentran protegidos por el Estado y pueden hacer valer sus derechos a través de la DIACO

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	93	53.45%
NO	77	44.25%
ABSTENCIÓN	4	2.30%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

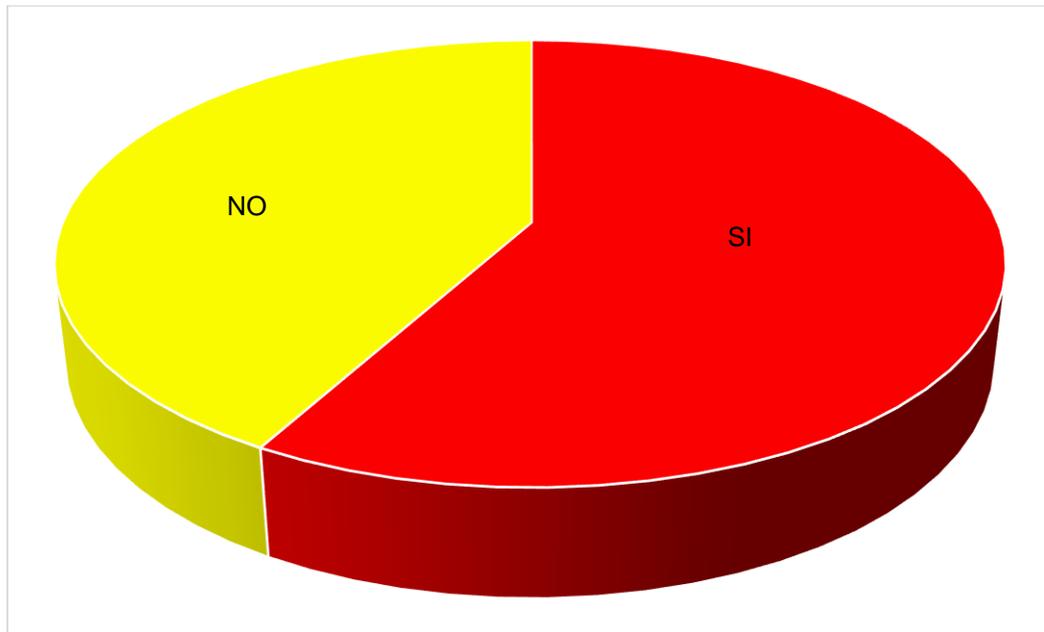
INTERPRETACIÓN: Una mayoría de encuestados opinan que por norma legal el Estado está obligado a proteger a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas, en consecuencia esos derechos se pueden hacer valer a través de la dependencia que ha establecido, o sea la DIACO. Otro porcentaje dice que se tiene descuidado a los consumidores y usuarios en todos los sentidos, por eso mismo las empresas se aprovechan de la debilidad estatal en ese aspecto.



### GRÁFICA No. 17

Está de acuerdo que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario solamente sancione con multa a las compañías telefónicas por las infracciones que cometen

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	101	58.05%
NO	73	41.95%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

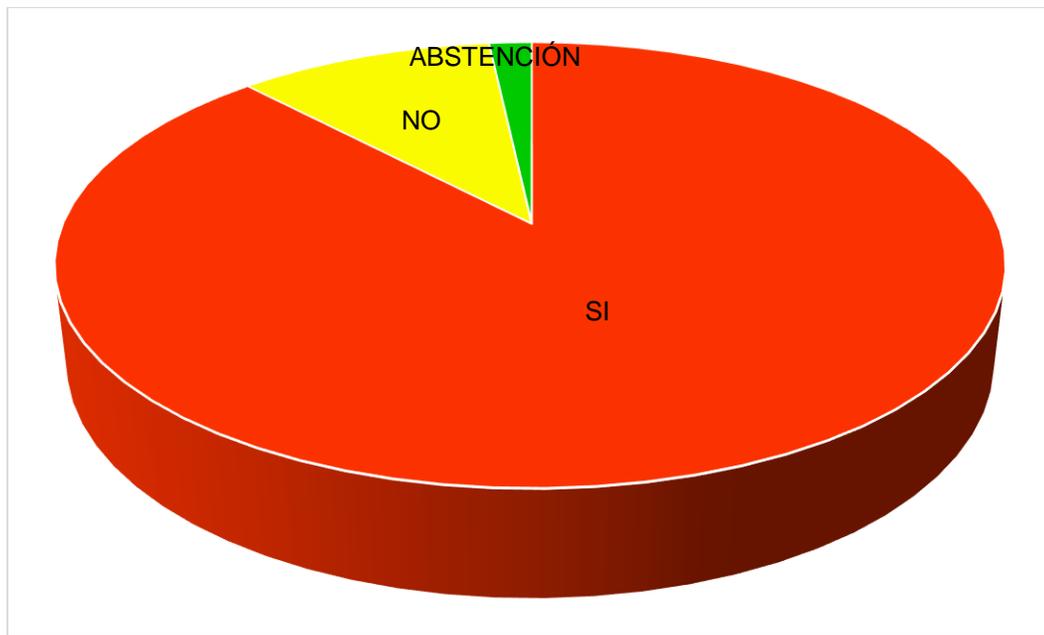
INTERPRETACIÓN: Se estima en la opinión de los encuestados que si la Ley Protección al Consumidor y Usuario únicamente impone sanciones de multa a las empresas operadoras de telefonía así debe ser, pero que realmente la DIACO lo haga severamente cuando se violen los derechos de los usuarios. Otra parte de los encuestados es estoico respecto a la imposición de multas a las empresas, ya que en muchos casos son los que salen ganando ante la débil actuación estatal en general.



### GRÁFICA No. 18

Considera que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario debe sancionar más severamente los abusos de las operadoras de telefonía

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	153	87.93%
NO	18	10.34%
ABSTENCIÓN	3	1.73%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

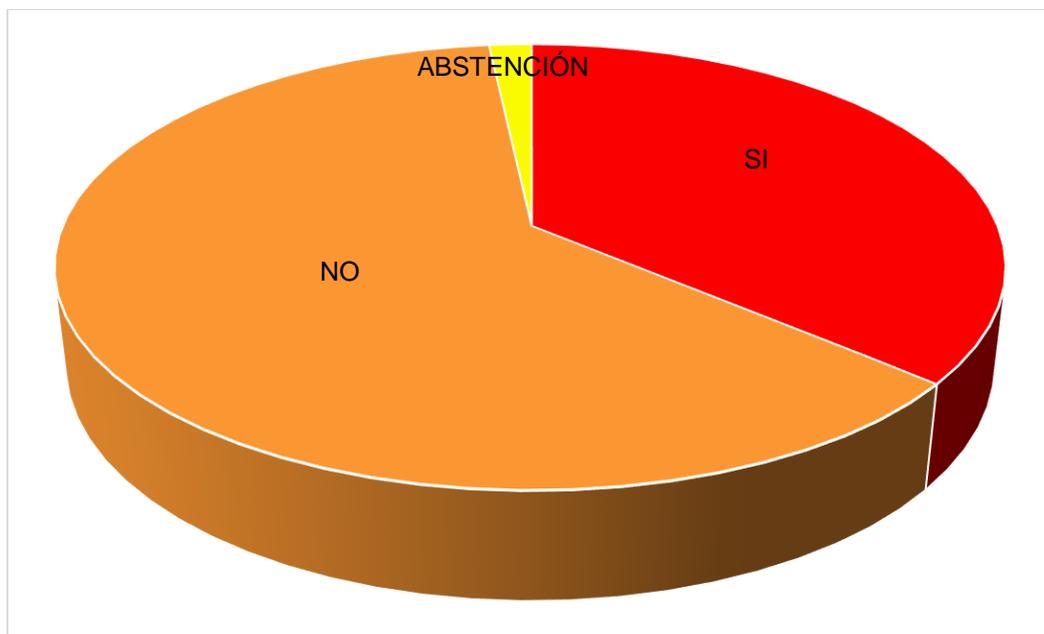
INTERPRETACIÓN: Los encuestados en la gran mayoría de sus opiniones manifiestan que para que los derechos de los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas se respeten deberían de sancionar no solo con multa a las compañías telefónicas, sino con otros tipos, como por ejemplo la suspensión de operaciones por las reincidencias, o el Estado buscar otras estrategias. Una minoría concuerda con lo que establece la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.



### GRÁFICA No. 19

Cree que las compañías telefónicas prestan un servicio eficiente por miedo a las sanciones de la DIACO

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	63	36.21%
NO	108	62.07%
ABSTENCIÓN	3	1.72%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

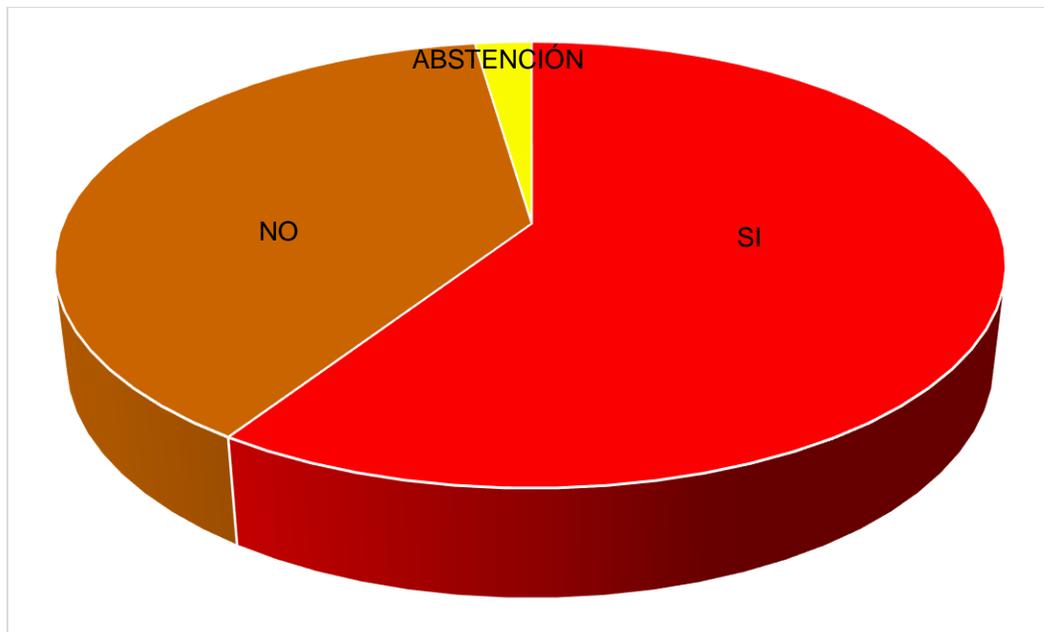
INTERPRETACIÓN: Los datos estiman que las empresas operadoras de telefonía no se dejan intimidar por las normas que establecen las leyes, ya que en muchos casos son ellos los que condicionan al Estado al considerar que su funcionamiento se basa en el pago de sus impuestos. Una minoría argumenta que de alguna manera el servicio que prestan lo hacen de acuerdo a la ley. Un mínimo porcentaje se abstiene de opinar al respecto.



## GRÁFICA No. 20

Una sanción económica es efectiva para que se castigue a los infractores de los derechos de los consumidores y usuarios de telefonía y no vuelvan a incurrir en esa infracción

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	103	59.19%
NO	67	38.51%
ABSTENCIÓN	4	2.30%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

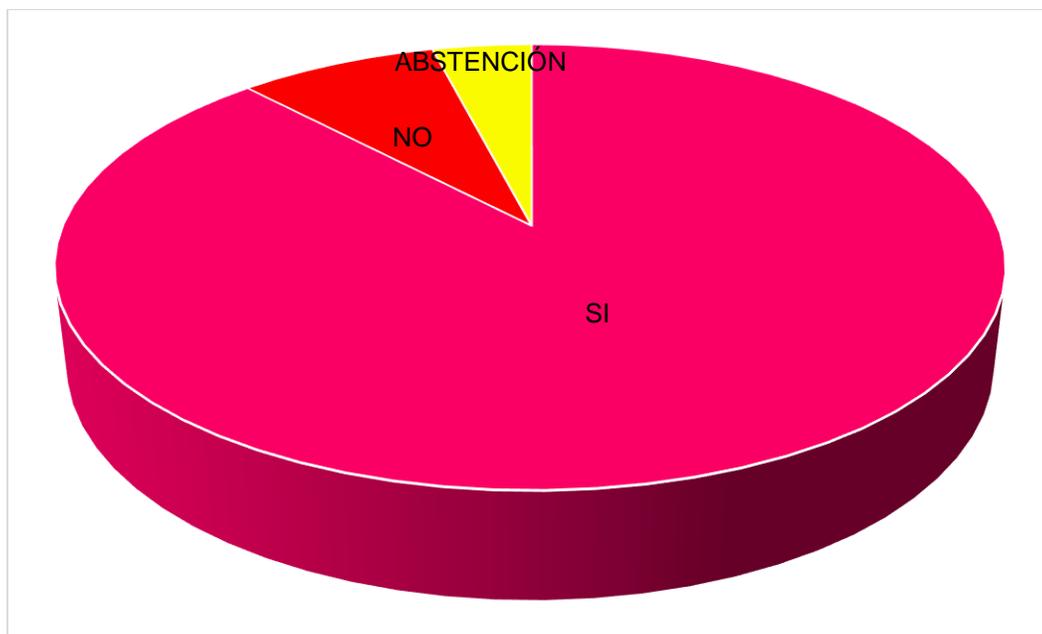
INTERPRETACIÓN: Los criterios de opinión destacan el hecho de que una sanción económica es efectiva mientras realmente sea impuesta por la DIACO y que sea de acuerdo al hecho, pero que sea para no volver a incurrir en infracciones es duda. Cierta porcentaje no está de acuerdo que dicha sanción funcione, lo cual sugieren que deben tomarse otras medidas. Una mínima cantidad de encuestados por lo mismo se abstiene de responder a la pregunta.



## GRÁFICA No. 21

Cree que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) está obligada a dar seguridad jurídica a los usuarios de telefonía específicamente

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	153	87.93%
NO	14	8.05%
ABSTENCIÓN	7	4.02%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

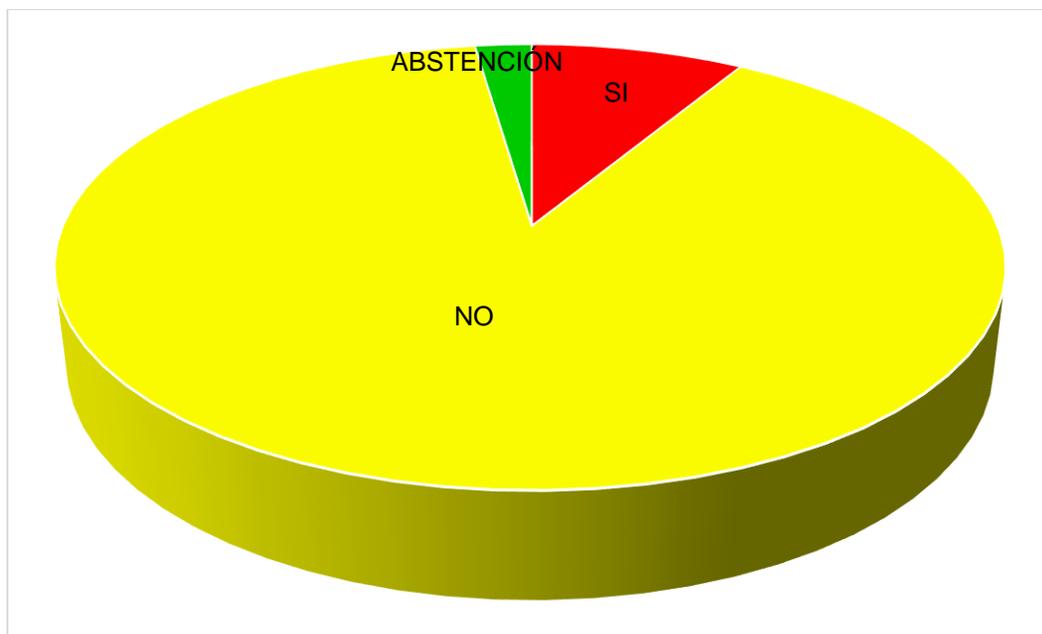
INTERPRETACIÓN: En su mayoría la población encuestada está de acuerdo con que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor en su papel de supervisar a las compañías operadoras de telefonía en San Marcos, asegure plenamente la certeza jurídica para proteger a los consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas y aplique las medidas legales que corresponden. Cierta porcentaje considera que no es necesario que lo haga y una mínima parte se abstiene de opinar al respecto.



## GRÁFICA No. 22

Tiene conocimiento si existe alguna organización de consumidores y usuario en San Marcos, para que haya mayor seguridad o certeza jurídica

MODALIDAD	DATOS ABSOLUTOS	DATOS RELATIVOS
SI	15	8.62%
NO	155	89.08%
ABSTENCIÓN	4	2.30%
TOTALES	174	100.00%



FUENTE: Elaboración propia en base a la investigación de campo 2016.

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de encuestados estiman que desconocen la existencia de alguna organización de consumidores y usuarios en San Marcos, por lo mismo los derechos muchas veces son vulnerados y quebrantados, pues no existe algún grupo que vele por los intereses y por una buena orientación para el consumo. Opiniones estas en contra de una minoría que dice saber de la existencia de algún grupo que lucha por sus derechos.



## INTERPRETACIÓN GENERAL

Las variables de la hipótesis utilizadas para el desarrollo de los ítems de la Encuesta como instrumento de recolección de opiniones. Se tuvo primeramente: *“El rol de supervisión que desempeña la DIACO permite aplicar medidas legales de protección a los usuarios de telefonía”*, y la segunda variable: *“Contribuye a proporcionar certeza jurídica en la prestación de un servicio eficiente en el Municipio de San Marcos, San Marcos”*. De ello se pueden resumir varios aspectos y se extraen muchas conclusiones.

En tal sentido, vale decir que lamentablemente muchos consumidores y usuarios de telefonía desconocen sus derechos y en consecuencia de las leyes que lo protegen.

El usuario se queja de tantos problemas que padece de la telefonía, pero según las opiniones, son pocos los que presentan su denuncia ante las mismas telefonías y por lo tanto mínimo ante la dependencia administrativa del Ministerio de Economía, que es la DIACO.

Por otra parte, como es común de todo guatemalteco, desconfía de las instituciones del Estado y de las leyes, lo que lo convierte en apático ante los problemas que le afectan. En otras palabras se conforma o es pesimista ante la realidad que vive. Por ello es indispensable tomar conciencia de la necesaria educación para el consumo. Fortalecer a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), para que pueda ejercer un papel protagónico en beneficio de los miles de consumidores y usuarios de celulares y líneas telefónicas, específicamente en el Municipio de San Marcos, Departamento de San Marcos.

