

# **GUATEMALA**

## **Informe sobre las necesidades y prioridades en el área de Protección del Consumidor<sup>1</sup>**

(Versión preliminar a ser presentada en San José, Costa Rica 8-10 diciembre 2003)

**Proyecto de la UNCTAD apoyado por SECO (Suiza) sobre Fortalecimiento de capacidades e instituciones en el área de Políticas de Competencia y Protección del Consumidor para los países de Centroamérica.**

Casos de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua

**LIANA LACAYO SEVILLA.<sup>2</sup>**

27, noviembre 2003

---

<sup>1</sup> Informe preparado a solicitud de la UNCTAD. El contenido del mismo es responsabilidad del autor. Las opiniones expresadas son del autor y no reflejan la posición de la UNCTAD

<sup>2</sup> Abogada y Notario Público.

## INDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>3</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>ABREVIATURAS</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>10</b>
<b>Marco Legal e Institucional y Políticas Públicas relacionadas con la Protección del Consumidor como respuesta a la problemática del Consumidor</b>	
1.1. Breve reseña de la problemática del Consumidor en Guatemala	10
1.2. Marco Legal en el área de Protección del Consumidor.	10
1.3. Marco Institucional	15
1.3.1. Evaluación de la DIACO	17
1.4. Otras Políticas públicas	19
1.5. Apreciación de los aspectos planteados en el Capítulo	19
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>22</b>
<b>Principales necesidades y prioridades detectadas en la misión exploratoria</b>	
2.1. Necesidades de establecer lineamientos generales en el tratamiento de las prácticas de competencia desleal que afecten los intereses del Consumidor	22
2.2. Necesidad de promover la cultura de defensa del consumidor, hacia la participación de las asociaciones de consumidores.	23
2.3. Apreciación de los aspectos planteados en el Capítulo.	23
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>24</b>
<b>Iniciativas en cooperación para resolver las necesidades y prioridades identificadas</b>	
3.1. Cooperación bilateral, plurilateral, multilateral y regional	24
3.2. Cooperación y asistencia técnica recibida en Guatemala	25
3.3. Principales logros obtenidos	25
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>26</b>
<b>Matriz de las necesidades en el área de Protección al Consumidor.</b>	
<b>ANEXOS</b>	<b>27</b>
<b>ANEXO I</b>	<b>27</b>
<b>Marco Regulatorio</b>	
<b>ANEXO II</b>	<b>28</b>
<b>Lista de personas entrevistadas en la fase exploratoria</b>	
<b>ANEXO III</b>	<b>33</b>
<b>Mapa de actores claves en la Protección del Consumidor</b>	
<b>ANEXO IV</b>	<b>34</b>
<b>Plantilla sobre la institucionalidad, infraestructura y servicios en el área de Protección del Consumidor y mecanismos de resolución de conflictos.</b>	
<b>ANEXO V</b>	<b>45</b>
<b>Cuadro sobre tratamiento/identificación de prácticas de competencia desleal que afecten intereses del Consumidor, tanto en mercados sectoriales: Electricidad, etc., como en los no regulados</b>	

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

**Resumen Ejecutivo**

1. Guatemala ha dado inicio a importantes reformas económicas, cuyo objetivo fundamental, en armonía con sus lineamientos estratégicos de política, es la reducción de la pobreza; para lograrlo se pretende que el sistema de economía de mercado, esté al servicio de las grandes mayorías. Instrumentos fundamentales de esta política, lo constituyen la creación de un sistema de defensa del consumidor, una política y legislación de competencia y la creación y fortalecimiento de un sistema integrado de calidad.
2. La inactividad de organizaciones de consumidores, constituye una debilidad estructural, pues la ausencia de presión y promoción de los derechos de los consumidores por parte de los consumidores organizados, hace que al proceso no se le imprima la dinámica necesaria; un efecto indeseable de esto es que los entes reguladores, aun no adoptan una vocación de fiscalización, hacia los operadores de servicios básicos, a fin de que los mismos presten sus servicios o se desempeñen en función de ofrecer un buen servicio hacia los usuarios y consumidores. Por otro lado, Guatemala parece moverse con lentitud, hacia la adopción total del marco legal e institucional necesario para que en este País se garantice una plataforma institucional eficaz en pro de los intereses económicos de los consumidores.
3. Este País centroamericano ha iniciado el proceso de modernización del marco legal relacionado con los consumidores y usuarios, y ha adoptado una nueva la Ley de Protección al Consumidor y Usuario a partir de Febrero de 2003 (Decreto 006-2003), la que está pendiente de reglamentar, correspondiéndole su aplicación a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO) como una dependencia del Ministerio de Economía, con cierto nivel de autonomía, con independencia funcional y técnica. Esta nueva ley incorpora un proceso gradual de transformación institucional que culminará, según la propia Ley, en un plazo de cinco años con la creación de la Procuraduría de Defensa de los Consumidores de Guatemala. Esta entidad, alcanzaría entonces un grado de autonomía pleno, con recursos técnicos y financieros necesarios para una eficiente instrumentalización de la Ley. Las funciones que tiene actualmente la DIACO, evidencian una armonía bastante satisfactoria con las Directrices de la ONU en la materia de consumidor.
4. Las competencias de las municipalidades, son un factor potencial de desarrollo y aprovechamiento para el logro de los objetivos de la ley; en cuanto a protección al consumidor, existen disposiciones legales contenidas principalmente en el Decreto No. 12-2002 "Código Municipal" y se pueden mencionar entre otras las siguientes: Abastecimiento domiciliario de agua potable, servicio de alcantarillado, alumbrado público, mercados, rastros, administración de cementerios y la autorización y control de los cementerios privados, recolección, tratamiento y disposición de desechos sólidos, limpieza y ornato. Con esto, a las municipalidades se les asigna un rol suficiente para que estas se conviertan en actores protagónicos de la defensa de los consumidores en Guatemala. Otras asignaciones de mucho peso que reciben las municipalidades son: "Velar por el cumplimiento y observancia de las normas de control sanitario de la producción, comercialización y consumo de alimentos y bebidas a efecto de garantizar la salud de los habitantes del municipio; modernización tecnológica de la municipalidad y de los servicios públicos municipales o comunitarios. En estas funciones directamente ligadas a los intereses de los consumidores, se revela la necesidad imperante de profundizar el proceso de descentralización administrativa, en donde puede emerger el liderazgo de la DIACO como factor aglutinador en estrecha relación con los consumidores organizados y gobiernos municipales.
5. Como en el resto de países de Centroamérica, en Guatemala se desarrolla un proceso de liberalización de los mercados de infraestructura, acompañado, en algunos casos con desregulación de segmentos específicos. Esto dio origen al nacimiento de entes

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

reguladores de servicios básicos de infraestructura (Industria eléctrica, telecomunicaciones, otros). El grado de desarrollo institucional de los mismos, y la consecuente efectividad en garantizar la equidad entre los operadores o proveedores de estos servicios y los consumidores, aun es muy débil, pues dentro de sus funciones no se prioriza la defensa y promoción de los derechos de los consumidores y usuarios. En gran medida, esto obedece a la inexistencia de asociaciones y organismos de consumidores activos, quienes constituyen un formidable medio de presión para que eventualmente los entes reguladores atiendan esta importante función que les ha sido encomendada por sus leyes orgánicas.

6. La inexistencia de mecanismos e instrumentos que induzcan la transparencia en los mercados, tales como un sistema integrado de calidad (Normalización, acreditación de organismos de certificación y metrología), así como la carencia de una política de competencia, da como resultado que los intereses económicos de los consumidores, tengan en Guatemala bajos niveles de protección. He aquí algunos aspectos de suprema importancia en donde se hace necesario acelerar el proceso, esto es viable en el país, habida cuenta de la voluntad política revelada por el Gobierno en su examen de política ante la OMC y en su estrategia de competitividad.
7. La legislación Guatemalteca, no establece la obligación del Estado de incluir la educación de los consumidores en los planes curriculares del sistema educativo, lo cual permitiría la sostenibilidad de la educación de los consumidores, pilar fundamental para la efectividad de la política.
8. La efectividad de la aplicación de la ley, aun no alcanza niveles satisfactorios, pues estamos ante un proceso muy joven, que debe completarse con disposiciones legales y estructuras institucionales complementarias como el sistema integrado de calidad y sus respectivos entes especializados; el fortalecimiento de las estructuras municipales a quienes se encargará de ejercer las funciones que le son propias; el fortalecimiento, profesionalidad y vocación de los entes reguladores de servicios públicos en una estrecha relación con la DIACO; y la conformación de entidades no gubernamentales institucionalmente fuertes y dotadas de una filosofía y tecnicismo que las aleje de la captura de corrientes ideológicas y políticas que se ciernen como un peligro para mediatizar y desvirtuar la efectiva defensa de los intereses económicos de los consumidores.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

**Executive Summary**

9. Guatemala has given beginning to important economic reforms, whose main target, in harmony with its Policy Strategic Lineaments is the reduction of poverty in order to reach it, is pretended that the market economy system works for the great majorities. Fundamental instruments of this policy constitute the creation of a Consumer Defence System, a policy and legislation of competence and the creation and enforcement of an Integrated Quality System.
10. The Organizations and Consumer inactivity constitutes a structural weakness because the lack of pressure and promotion of the consumer rights by the organized consumers makes that the necessary dynamic is not impart to the process; an undesirable effect of this is that the regulating institutions, still have not adopted a supervision vocation towards the operators of basic services, so that they give their services or perform themselves to offer a good service to the users and consumers. On the other hand, Guatemala seems to move itself slowly towards the total adoption of the necessary legal and institutional frame so that in this Country an effective institutional platform for the economic interests of the consumers is guaranteed.
11. Guatemala has begun the process of modernization of the legal frame related to the consumers and users, and has adopted a new Law of Protection to Consumer and Users which started in February 2003 (Decree 006-2003) which is pending to regulate, corresponding its application to the Direction of Attention and Assistance to Consumer (DIACO) as a dependency of the Ministry of Economy with certain level of autonomy, with functional and technical independency. This new law brings a gradual process of institutional transformation that will end, according to the Law itself in a term of five years with the creation of the Procurator Office for the Defence of Consumer in Guatemala. This Institution would then reach a full range of autonomy, with necessary technical and financial resources for an efficient instrumentalization of the Law. The functions that the DIACO has at present shows a quite satisfactory relationship with the Directions of the UNO related to consumer matter.
12. The competitions of the districts are a potential factor of development and progress to get the objectives of the law as far as protection to the consumer, there are legal dispositions contained in Decree no. 12-2002" District Code " and the following ones can be mentioned among others: Domiciliary potable water supply, service of sewage system, public lighting system, markets, slaughterhouses, administration of graveyards and the authorization and control of the private graveyards, recollection, treatment and disposition of solid wastes, cleaning and ornament. With this a sufficient roll is given to the districts to change them into active protagonist of the defence of the consumers in Guatemala. Other strong allocations given to the districts are: " To watch for the fulfillment and observance of the norms of sanitary control of the production, commercialization and consumption of foods and drinks to guarantee the health of the inhabitants of the district; the technological modernization of the district and the district or communitarian public services. In these functions directly related to the interests of the consumers, the prevailing need is revealed to deepen the process of administrative decentralization where the leadership can emerge from the DIACO as a council factor in close relation with the organized consumers and district governments.
13. Like in the rest of the Central American countries, a process of liberalization of the markets of infrastructure is developed in Guatemala, in some cases without norms of specific segments. This gave origin to regulating institutions of basic services of infrastructure (electrical Industry, telecommunications, others). The level of institutional development of the same and the resulting effectiveness such as to guarantee the fairness between the operators or suppliers of these services and the consumers, is still very weak because within its functions are not priorities the defence and promotion of the rights of the consumers and users. To a great extent, this obeys to the non-existence of associations and organisms of active consumers, who constitute formidable means of pressure so that by chance the regulating institutions take care of this important function that has been entrusted to them by its statutory laws.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

14. The non-existence of mechanisms and instruments which conduct the transparency in the markets, such as an integrated system of quality (Normalization, authorization of organisms of certification and metrology), thus like the lack of a competition policy, gives like result that the economic interests of the consumers have in Guatemala low levels of protection. There are some aspects of supreme importance where it is necessary to accelerate the process; this is viable in the country, taking into account the political will revealed by the Government in its examination of policy before the OMC and in its strategy of competitiveness.
15. The Guatemalan legislation does not establish the obligation of the State to include the education of the consumers in the curricular plans of the educational system, which would allow the sustainability of the education of the consumers, fundamental support for the effectiveness of the policy.
16. The effectiveness of the application of the law does not even reach satisfactory levels because we are before a very young process that must complete with legal dispositions and complementary institutional structures like the integrated system of quality and its respective specialized institutions; the enforcement of the district structures to those who will be in charge of exerting the functions that are adequate to him; the enforcement, professionalism and vocation of the regulating institutions of public services in a close relation with the DIACO; and the conformation of nongovernmental organizations institutionally strong and equipped with a political philosophy and techniques that moves them away of the capture of ideological philosophies and policies that looms as a danger to mediate and to weaken the effective defence of the economic interests of the consumers.

## INTRODUCCIÓN

17. Guatemala es el País de Centroamérica con mayor población (12.000.000 de habitantes) de los cuales 4.5 millones integran la Población Económicamente Activa (PEA) y es la economía más importante de la Región Centroamericana. Principales componentes del PIB: El Comercio: 25%, Actividad Agraria: 23%, Industria Manufacturera: 13% Transporte y Comunicaciones: 9%.- Perspectivas: Apertura de mercados e inserción de Guatemala en la economía mundial. La población total de la capital es de aproximadamente unos 3.5 millones de habitantes, con unos 205,000 servicios de agua potable y otro tanto de servicios de Energía eléctrica. La Matriz de Política Económica 2000-2004, define los objetivos estratégicos del País así: Macro economía sana, Competitividad, Eficacia, Aumento del ritmo de crecimiento y empleo, Lucha contra la pobreza<sup>3</sup>

18. Grandes sectores de la población han permanecido, históricamente, al margen de las opciones de consumo de bienes y servicios; así los servicios básicos de infraestructura no están disponibles para gran parte de la población de este país. El como resolver esta problemática, ha sido una preocupación de los últimos gobiernos de la época, cuyas propuestas que se incorporan en las diferentes políticas públicas en el orden social y económico, concluyen que la forma de lograr avances es a través de una política vigorosa y sostenible de descentralización, teniendo a las administraciones municipales como el principal medio para la realización de esta acción, es decir como plataforma institucional renovada, dotada del marco legal necesario y sus correspondientes recursos financieros y técnicos. Los esfuerzos de la descentralización se han enfocado principalmente en el fortalecimiento financiero de las municipalidades. Se les quiere dar un papel importante en la ejecución de esta estrategia, que de cómo resultado la expansión de los servicios básicos y así responder a las necesidades y demandas de la población en estos rubros vitales.

19. El Gobierno plantea en su Estrategia de Reducción de la Pobreza, diferentes etapas para llevar a efecto un proceso de descentralización sólido y permanente, en constante fortalecimiento institucional, llevándole cada año a estadios superiores de desarrollo.

20. Se pretende, a corto plazo, sentar las bases para que el proceso de descentralización sea irreversible, se pretende lograr este primer objetivo mediante la readecuación del marco legal pertinente, siendo factor fundamental de un nuevo marco regulatorio, la promulgación de la "Ley Marco de Descentralización" en la que se definen los elementos centrales del proceso. Una etapa temprana de reformas legales, incluiría la renovación y modernización del ordenamiento jurídico en materia municipal, el que está contenido en gran medida en el vigente Código Municipal. Además se hace necesario en este contexto de reformas, imprimir un nuevo concepto a la regulación y control del desarrollo urbano y rural, a través de tornar la regulación en una nueva filosofía de fomento y promoción al desarrollo con énfasis en los sectores rurales.

21. En la implementación de la Estrategia de Reducción de la Pobreza, el Gobierno se plantea implementar otras grandes acciones y proyectos encaminadas a profundizar la Descentralización Política, con el objetivo primordial de ceder parte de la gestión y toma de decisiones en el orden político a los gobiernos locales, creando las condiciones necesarias para el éxito de este proceso mediante el fortalecimiento de la gestión de los gobiernos municipales y su transparencia. La descentralización administrativa, es decir el traslado de competencia y funciones a los gobiernos locales para elevar la eficiencia de la Administración Pública en su conjunto, es otro paso fundamental en este orden. Así también la descentralización fiscal para lograr la sostenibilidad económica de los gobiernos locales, fortaleciendo y trasladando la recaudación tributaria a nivel municipal; y la descentralización económica a fin de lograr la modernización y desarrollo de los sectores público y privado a nivel local.

22. El proceso de descentralización, en sus diferentes expresiones constituyen ejes fundamentales de la Estrategia de Reducción de la Pobreza; a esto debe sumarse dos metas de especial importancia: aumentar el gasto público en los sectores sociales y de infraestructura básica, y mejorar la eficiencia y la equidad de los servicios públicos. El cumplimiento exitoso de

---

<sup>3</sup> Estrategia de reducción de la pobreza Gobierno de Guat. 30 Nov.01.

Documento de trabajo para fines de discusión. Agradecemos comentarios.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

este proceso dará al país una nueva fisonomía en donde destacarán como indicadores de resultados, la demanda de servicios y bienes de consumo por parte de una creciente y nueva clase de consumidores quienes deben estar protegidos mediante un sistema de promoción y defensa de sus derechos, lo que constituye a la vez, un instrumento de competitividad, transparencia y equidad en los mercados guatemaltecos.



## **ABREBIATURAS**

<b>OMC -</b>	<b>Organización Mundial del Comercio</b>
<b>DIACO-</b>	<b>Dirección, Atención y Asistencia al Consumidor</b>
<b>ONU-</b>	<b>Organización de las Naciones Unidas</b>
<b>PEA-</b>	<b>Población Económicamente Activa</b>
<b>COGUANOR-</b>	<b>Comisión Guatemalteca de Normas</b>
<b>Cn.</b>	<b>Constitución Política</b>
<b>Arto.</b>	<b>Artículo</b>
<b>CNEE-</b>	<b>Comisión Nacional de Energía Eléctrica</b>
<b>NTSD-</b>	<b>Norma Técnica del Servicio de Distribución Eléctrica</b>
<b>TELGUA-</b>	<b>Telecomunicaciones de Guatemala</b>
<b>EMPAGUA-</b>	<b>Empresa Municipal de Agua de Guatemala</b>
<b>ONG´s</b>	<b>Organismos no Gubernamentales</b>
<b>US-CAFTA</b>	<b>Área de Libre Comercio de Centro América</b>
<b>UNCTAD</b>	<b>Conferencia Internacional para el Comercio y el Desarrollo</b>
<b>Q</b>	<b>Quetzal (Unidad Monetaria)</b>
<b>ICAITI</b>	<b>Instituto Centroamericano de Investigación Tecnológica e Investigación</b>
<b>PYME</b>	<b>Pequeña y Mediana Empresas</b>
<b>UMA</b>	<b>Unidad Monetaria Ajustable</b>
<b>ISO</b>	<b>Organización Internacional de Estándares</b>
<b>IAAC</b>	<b>Cooperación Internacional de Acreditación de Laboratorios</b>
<b>OGA</b>	<b>Oficina Guatemalteca de Acreditación</b>
<b>PSP</b>	<b>Término jurídico que significa: “Para su Presentación” se refiere a documentos que deben estar firmados y sellados por abogados para que puedan ser aceptados en trámites judiciales o administrativos, conforme la Ley de la materia</b>

## **CAPÍTULO I**

### **Marco Legal e Institucional y Políticas Públicas relacionadas con la Protección del Consumidor como respuesta a la problemática del Consumidor**

#### **1.1. Breve reseña de la problemática del Consumidor en Guatemala**

- a) El consumidor Guatemalteco es un consumidor pasivo, la reciente emisión de la legislación en materia del consumidor en este País, es un elemento muy importante a tomar en cuenta;
- b) La divulgación ha sido insuficiente, hace falta acciones más concretas en este sentido como programas específicos en medios de comunicación de alta difusión para llegar a la población;
- c) Ausencia de asociaciones de consumidores activas que representen y exijan la protección y promoción de sus derechos;
- d) Poca asistencia técnica en general, tanto para la instancia administrativa de gobierno, (DIACO) como para la sociedad civil
- e) Se necesita mayor dinamismo e información de los recursos de que pueda disponer la DIACO, a fin de tener una participación más activa en el uso de ésta;
- f) Limitaciones presupuestarias de la DIACO en la administración de la nueva Ley;
- g) Falta capacitación al personal de la DIACO;
- h) Necesidad de una reorganización administrativa que le permita optimizar los recursos con que cuenta

#### **1.2. Marco Legal en el área de Protección del Consumidor.**

23. El Marco Constitucional del que se deriva la legislación relacionada con la Protección al Consumidor en Guatemala, la encontramos en la Constitución Política, emitida el 14 de Mayo del año 1985 que establece literalmente en el Arto. 119. inc b.i):

24. "Son obligaciones fundamentales del Estado:

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 "

25. Basado en la disposición del mencionado Artículo 19 Cn. El Congreso de la República, aprobó la Ley de Protección a los Consumidores y Usuarios, mediante el Decreto No.006-2003, emitido el día 18 de Febrero del 2003 y publicado en el Diario Oficial de Guatemala, el 11 de Mayo del 2003, entró en vigencia el día 26 de Mayo del mismo año, debió ser Reglamentada, según la misma Ley, 2 meses después. A la fecha de este informe no ha sido emitido el Reglamento.

Ley de Protección al Consumidor y Usuario

Objeto de la Ley:

26. 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. (Arto.1)

27. Según esta Ley, cualquier persona natural o jurídica, nacional o extranjero, es un consumidor, aunque no sea un consumidor final.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

**El ámbito de aplicación**

28. Exenciones de la Ley: No están dentro del ámbito de aplicación de esta ley, los servicios Públicos<sup>4</sup> con leyes especiales y que tengan órganos de atención creado por las mismas leyes, tampoco conoce la DIACO, aquellos bienes o servicios que estén regulados por leyes especiales, así tampoco los servicios profesionales y técnicos para cuyo ejercicio se requiere tener título facultativo; la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, es una dependencia administrativa del Ministerio de Economía<sup>5</sup> En el Arto.4 la Ley enumera los derechos internacionales de los consumidores y agrega un literal J) estableciendo la obligación de “el libro de quejas”.<sup>6</sup> El Arto.17 de la Ley crea la obligatoriedad a los proveedores de exhibir un libro de quejas

29. En relación con las obligaciones y prohibiciones a los Proveedores, la Ley hace una enumeración exhaustiva de ellas. Entre las principales califica la especulación, el acaparamiento como delito y cobrar por concepto de intereses por moras y cheques rechazados, recargos evidentemente desproporcionados.

30. La Sección II del Capítulo III dispone sobre la normalización y Metrología, haciendo referencia al cumplimiento a las Normas Obligatorias y disposiciones que al respecto emitan otras instancias del Estado.

31. Las Operaciones a Crédito se desarrollan en los Artos 27 y 29.- La sección IV del Capítulo III de la Ley dispone acerca de: la prestación de los servicios, la garantía sobre los mismos, de los servicios prestados sin contrato, de los bienes abandonados por los consumidores, para los que establece el plazo de un año, para que puedan ser considerados como abandonados a favor del proveedor.

32. La sección V del Capítulo III de la Ley en cuanto a los servicios públicos, remite para el establecimiento de su precio a lo que establezcan las leyes de la materia. El Arto.36 faculta a la DIACO para intervenir en lo que se refiere a los instrumentos de medición y verificar su buen funcionamiento también para el caso del combustible comunicaciones, agua potable “o cualquier otro similar” dice la Ley; supervisará las facturas emitidas por estas empresas, periódicamente.

33. El Arto. 37 Presume que hay error en la facturación de un servicio público cuando el monto facturado excede en más de un 50% de su consumo promedio en el año, en tal caso, dice la Ley “...el consumidor o usuario deberá abonar únicamente el valor de dicho consumo promedio, amparado por una resolución judicial cautelar solicitada por la DIACO a juez competente”; para ejercer este derecho el consumidor o usuario, tiene un plazo de 10 días para presentar los recibos anteriores al mes en disputa (al menos 4 meses anteriores); si el proveedor demuestra que no hubo error, podrá cargar el saldo en la factura siguiente, informando al consumidor o usuario previamente; igual procederá la empresa en caso de que ésta haya cobrado indebidamente.

34. En relación con la seguridad de los productos y servicios, establece una responsabilidad solidaria para la peligrosidad o toxicidad de los mismos. En caso de daños y perjuicios, remite su reclamo al Ministerio Público.<sup>7</sup>

35. Por lo que hace a los contratos de adhesión, en este tipo de contratos, no hay obligación para el consumidor, mientras éste no reciba una copia o fotocopia certificada del mismo; se establece el derecho de retracto para el consumidor en un plazo de 5 días hábiles a partir de la firma del contrato, quien deberá recibir lo pagado, siempre y cuando no hubiere hecho uso del bien o servicio. La DIACO recibirá copia de estos contratos para su aprobación y registro, este número de registro deberá constar en el contrato una vez que vaya a ser firmado.<sup>8</sup>

---

<sup>4</sup> Puede ser aplicada la Ley en forma supletoria en estos casos, generalmente interviene la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO, como un conciliador.

<sup>5</sup> Ver el tema denominado: “Organización del Ministerio de Economía”

<sup>6</sup> Se desarrolla el tema como un acápite denominado “De las formas de interponer sus quejas o demandas”

<sup>7</sup> Capítulo III, Sección VI de la Ley.

<sup>8</sup> Capítulo III, Sección VII Arto.51.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

36. La Ley crea en el Arto.61 un banco de datos de consultores técnicos y profesionales en los ámbitos jurídicos, sociales y económicos a los cuales podrá recurrir la DIACO en consulta, durante el procedimiento administrativo. Estos consultores deberán ser personas de reconocida honorabilidad poseer conocimientos sobre las materias que regula la Ley, y cuando sean consultados, devengarán los honorarios pactados. También crea las asesorías permanentes de la DIACO.

37. En relación con el presupuesto de la DIACO, la Ley establece que lo conformarán: El presupuesto asignado por el Estado; los aportes que reciba de entidades nacionales o internacionales; los bienes que le sean transferidos; las donaciones o subsidios que le otorgue cualquier persona jurídica o natural, que no sea proveedor o prestador de servicio que pretenda un beneficio particular; los fondos que obtenga mediante suscripción de convenios de cooperación; los fondos provenientes de las sanciones que imponga. Sus fondos deberán controladas por una auditoría interna y el tribunal de cuentas.

38. El capítulo V de la Ley enumera los programas de tutela que deberá implementar la DIACO para hacer efectiva la representación de los consumidores y usuarios, son 7 estos programas:<sup>9</sup> Son también 7 las áreas en que debe priorizar la investigación la DIACO para apoyar el programa de educación y orientación al consumidor y usuario: Derechos del consumidor...,<sup>10</sup>.

39. Tipos de sanciones que establece la Ley: a) Apercibimiento escrito, b) Apercibimiento público, c) Multas (calculadas en Unidad de Multa Ajustable, siempre que no exceda del 100% del valor del bien, d) Publicación de los resultados de la investigación a costa del infractor. Contempla la reincidencia y establece un Registro Público que debe llevar la DIACO de las quejas que reciba.

40. El período máximo para que un consumidor interponga una queja por un producto o servicio adquirido (3 meses, o el plazo de garantía si ésta fuese mayor, 7 días para los productos perecederos).<sup>11</sup>

41. Un elemento particular de esta Ley es que los consumidores podrán ser sancionados por incumplir lo pactado, siempre que pueda ser probado,<sup>12</sup> Hay 3 tipos de procedimientos para la solución de los conflictos surgidos entre proveedores y consumidores:<sup>13</sup>

a) Arreglo directo conciliatorio entre las partes, La DIACO deberá contar con un cuerpo de conciliadores especializados b) Arbitraje de Consumo: Las partes, en la primera audiencia o en cualquier momento, podrán someterse voluntariamente al arbitraje de consumo (éste deberá formalizarse de acuerdo con la Ley de Arbitraje, c) Procedimiento Administrativo (A través de este procedimiento es que la DIACO podrá aplicar las sanciones que corresponda, éste se basa en los siguientes principios; es oral, con rapidez, equidad, informalidad y publicidad) DE LA NOTIFICACIÓN: Se establece la notificación vía correo que pueda certificar la recepción de la misma.

- 
- a) <sup>9</sup> Defensa legal del consumidor y usuario
  - b) Investigación de mercados y productos de consumo final...
  - c) Educación y orientación al consumidor y usuario
  - d) Apoyo técnico a la organización de consumidores y usuarios
  - e) Promoción de la resolución negociada de conflictos entre proveedores y consumidores...
  - 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.

<sup>10</sup> Arto.67 son áreas priorizadas: publicidad engañosa, operaciones de crédito, obligación en la prestación de servicios, garantías comerciales, metodología de la información, advertencia en el uso o adquisición de bienes y servicios, alimentos

<sup>11</sup> Arto.74

<sup>12</sup> Ver Arto.76.- según lo contratado o lo negociado, garantizando en todo caso, el derecho del consumidor o usuario a ejercitar su derecho de defensa, a través del procedimiento administrativo o legal que corresponda.

<sup>13</sup> El Capítulo VII en la sección I

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

42. La Ley establece la obligación a los empleadores de otorgarle permiso al consumidor para asistir a las audiencias cuando sea requerido personalmente por la DIACO, previa presentación de la citación escrita. También la ley establece el peritaje, la forma de nombrar los peritos, quienes no pueden ser peritos y el carácter público de los expedientes.

43. La Ley deja claramente establecida la competencia de la DIACO y la transferencia de oficio del caso en cuestión, al Ministerio Público cuando en el transcurso del mismo, aparezca la comisión de un delito; no impondrá sanciones administrativas en este caso.

44. La aplicación de las sanciones serán efectivas a través de:

- a) Un plazo de 10 días para que el proveedor pague la multa, b) Si no paga en el plazo fijado por la Ley, se efectuará el cobro por la vía económico-coactiva; constituyen Título Ejecutivo los siguientes documentos: La Resolución certificada; los documentos en que conste el reconocimiento del adeudo por concepto de multa por el proveedor o su representante legal:

45. Se extingue la responsabilidad por infracciones y sanciones impuestas al proveedor: Por haberse cumplido la sanción, Prescripción de la responsabilidad (3 años) Prescripción de la sanción (3 años) Por conciliación, igualmente señala como se interrumpe la prescripción<sup>14</sup>. Hay 2 tipos de recursos a la Resolución: De revocatoria y de Reposición, éstos se regirán por la Ley de lo Contencioso Administrativo.<sup>15</sup>

46. Hay un plazo en la ley para que el Congreso de la República emita una ley que convierta la DIACO en Procuraduría de la Defensa del Consumidor y del Usuario. Así mismo establece que el Reglamento de la Ley será elaborado por el Ministerio de Economía y sometido al Ejecutivo en un plazo improrrogable de 60 días, es decir al mes de Mayo del 2003.<sup>16</sup>

47. Resolución de Conflictos a nivel de la DIACO: La mayoría de los conflictos que llegan a la DIACO son resueltos por la vía de la conciliación<sup>17</sup> Resolución de Conflictos a nivel judicial: Una vez que el caso pasa al nivel de la procuraduría, la DIACO no tiene contacto ninguno para conocer los resultados

REGLAMENTO ORGÁNICO INTERNO DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA, Acuerdo Gubernativo No.182-2000 del 12 de Abril del 2002.<sup>18</sup>

48. Este Reglamento establece las funciones del Vice Ministro de Inversión y Competencia, instancia de quien depende la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO.<sup>19</sup>Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor:

---

<sup>14</sup> Ver el Capítulo VIII

<sup>15</sup> Capítulo IX El Arto. 107 establece el plazo de 5 años

<sup>16</sup> Hay un ante proyecto de Reglamento de la Ley que la DIACO remitió al ejecutivo.

<sup>17</sup> Ver cuadro estadístico de los últimos dos años.

<sup>18</sup> Corresponde al Ministerio de Economía..."hacer cumplir el régimen jurídico relativo al desarrollo de las actividades productivas no agropecuarias, del comercio interno y externo, de la Protección al Consumidor, del fomento a la competencia, de la represión legal de la competencia desleal, de la limitación al funcionamiento de monopolios, de la inversión nacional y extranjera, de promoción a la competitividad y del desarrollo industrial y comercial".

Arto.3.- "Son Funciones del Ministerio de Economía:

- a) Formular y ejecutar las políticas de protección al consumidor, de fomento a la competencia y de represión legal de competencia desleal"...
- b) Formular y ejecutar la política de Inversión nacional y extranjera, de promoción de la competitividad, del desarrollo industrial y comercial y proponer las directrices para su ejecución.
- c) ...
- d) Proponer al Organismo Ejecutivo, en coordinación con los otros ministerios y Organismos del Estado y con los sectores e instituciones interesados, las especificaciones y normas técnicas y de calidad de la producción nacional.
- e) ...
- f) Velar por la seguridad y eficiente administración de los registros públicos sometidos a su jurisdicción.

El Ministerio cuenta con 3 Vice Ministros: De Inversión y Competencia, De Integración y Comercio Exterior, de Desarrollo de la Micro empresa, pequeña y Mediana Empresa.

<sup>19</sup> Arto.6.- Es el encargado de velar por el desarrollo del comercio interno y la inversión, sus funciones son las siguientes:

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

49. Esta Dirección tiene como objetivo la defensa de consumidores y usuarios con relación a los bienes y servicios que adquieran y contraten. La DIACO, para el cumplimiento de sus objetivos y funciones, consta de dos departamentos: De Servicios, Promoción y Asesoría al Consumidor y Departamento de Verificación y Vigilancia.<sup>20</sup>

Contempla otras dependencias del Ministerio, tales como: El Registro del Mercado de Valores<sup>21</sup>, El Registro Mercantil General de la República, El Registro de la Propiedad Intelectual.

**LEY DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO**

50. Decreto No.119-96, publicado el 20 de Diciembre de 1996, y su Reforma el Decreto No.98-97.- Tiene por objeto estructurar un proceso que a la vez garantice los derechos de los administrados, asegure la efectiva tutela administrativa y jurisdiccional de la juridicidad de todos los actos de la administración pública, asegurando el derecho de defensa del particular frente a la administración, desarrollando los principios constitucionales y reconociendo que el control de la juridicidad de los actos administrativos no debe estar subordinado a la satisfacción de los intereses particulares. Contiene los recursos de Revocatoria y de Admisión a los que se refiere la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en el Arto.105.

**LEYES SECTORIALES:**

51. *Sub. Sector Eléctrica:* a) LEY GENERAL DE ELECTRICIDAD: Decreto legislativo No.93-96 (Crea la Comisión Nacional de Energía Eléctrica, CNEE); b) Reglamento de la Ley: Acuerdo Gubernativo No.256-97; c) Resolución de la Comisión Nacional de Energía Eléctrica: Norma Técnica del Servicio de Distribución Eléctrica NTSD No. 9-99; d) Decreto Legislativo N° 96-2000 Crea la tarifa social; e) Reglamento del Administrador del Mercado Mayorista.

52. *sub. sector Comunicaciones:* a) Ley de Telecomunicaciones de Guatemala TELGUA, b) Regulación del servicio de teléfonos públicos y celulares, Decreto No.94-96 Poder Legislativo; c) Ley General de Telecomunicaciones, no tiene reglamento (1996) Se creó la superintendencia de comunicaciones.

53. *sub. sector de Acueductos y Alcantarillados* EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS, EMPAGUA. Empresa municipal regulada por el Código Municipal:

- 
- a) Promover la competencia interna y la protección al consumidor, a través de la eficiencia en los mercados de bienes y servicios,
  - b) Facilitar el establecimiento y operación de sistemas de aseguramiento de la calidad, incluyendo el desarrollo de normas técnicas,
  - c) Velar porque la reglamentación técnica en el país sea congruente con los convenios, tratados y acuerdos comerciales vigentes,
  - d) Administrar en los aspectos de su competencia, los regímenes de incentivos a la inversión y de fomento a la producción y exportación, establecidos por la ley,
  - e) Administrar sistemas y servicios de orientación sobre legislación, normativa, requisitos, facilidades y prácticas para la realización de inversiones.
  - f) Dirigir y coordinar la labor de registro que legalmente corresponde desarrollar al Ministerio
  - g) Conformar y coordinar sistemas de información para orientar a los exportadores sobre las condiciones de acceso a los mercados,
  - h) Dirigir y coordinar las acciones técnicas y administrativas de las dependencias bajo su responsabilidad.
  - i) Otras que le sean encomendadas por el Ministro.

<sup>20</sup> Debe tomarse en cuenta que este Acuerdo fue emitido antes de la Ley del Consumidor, por lo que en sus funciones y atribuciones se queda corta, con respecto a las amplias facultades que le da la Ley a esta Dirección.

Igualmente el Organigrama propuesto por la Dirección es mucho más amplio que el que se refleja en el Organigrama general del Ministerio, ambos anexos al presente informe.

<sup>21</sup> Este Registro no se ha formado aún.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

54. Competencias propias del Municipio en relación con la prestación de servicios: Las competencias propias deberán cumplirse por el municipio, por dos o más municipios bajo convenio, o por mancomunidad de municipios y son las siguientes: a) Abastecimiento domiciliario de agua potable; b) alcantarillado; c) alumbrado público; d) mercados, e) rastros, f) administración de cementerios y la autorización y control de los cementerios privados; g) recolección, tratamiento y disposición de los desechos sólidos, limpieza y ornato; h) Regulación del transporte de pasajeros y cargas y sus terminales locales, i) Velar por el cumplimiento y observancia de las normas de control sanitario de la producción, comercialización y consumo de alimentos y bebidas a efecto de garantizar la salud de los habitantes del municipio; j) Gestión y administración de farmacias municipales populares Modernización tecnológica de la municipalidad y de los servicios públicos municipales comunitarios; k) La administración del Registro civil...; l) La prestación del servicio de policía...; etc.

55. Competencias delegadas al municipio: El municipio ejercerá competencias por delegación en los términos establecidos por la ley y los convenios correspondientes, en atención a las características de la actividad pública de que se trate y a la capacidad de gestión del gobierno municipal, de conformidad con las prioridades de descentralización, desconcentración y el acercamiento de los servicios públicos a los ciudadanos.

56. Servicios Públicos Municipales: El municipio debe regular y prestar los servicios públicos municipales de su circunscripción territorio y, por tanto, tienen competencia para establecerlos, mantenerlos ampliarlos y mejorarlos, garantizando un funcionamiento eficaz, seguro y continuo y, en su caso, la determinación y cobro de tasas y contribuciones equitativas y justas. Las tasas y contribuciones deberán ser fijadas atendiendo los costos de operación, mantenimiento y mejoramiento de calidad y cobertura de servicios.

57. Forma de establecimiento y prestación de los servicios municipales. Los servicios públicos municipales serán prestados y administrados por: la municipalidad y sus dependencias administrativas, unidades de servicios y empresas públicas. La mancomunidad de municipios serán regulaciones acordadas conjuntamente. Las concesiones serán otorgadas de conformidad con las normas contenidas en este Código, la Ley de Contrataciones del Estado y Reglamentos municipales. La municipalidad tiene la facultad de otorgar en concesión los servicios públicos, a personas individuales o jurídicas, con excepción de los centros de acopio, terminales de mayoreo, mercados municipales y similares, mediante contrato de derecho público y a un plazo no mayor de 25 años. El Reglamento municipal formará parte del contrato de concesión.

58. sub. Sector de Minería y Recursos Energéticos:

a) Ley de Minería: Decreto Legislativo No. 48-97 del 11 Junio de 1997; b) Reglamento de la Ley de Minería, Acuerdo Gubernativo No. 176-2001 del 11 Mayo del 001.<sup>22</sup>

### **Políticas planteadas a nivel nacional**

En materia de Protección al consumidor no se detectó ninguna en especial.

#### **1.3. Marco Institucional :**

59. La instancia gubernamental que vela por la protección de los intereses del Consumidor en Guatemala, es la **Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor**, abreviadamente **DIACO**, dependencia del Vice Ministerio de Inversión y Competencia del Ministerio de Economía, con cierta independencia técnica y administrativa, aunque no tiene independencia económica o presupuestaria.

---

<sup>22</sup> Establece el control y la calibración de bombas, medidas y calidad del combustible, para la aplicación de los Artos.26 y 36 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

60. La DIACO funciona actualmente con un personal técnico y administrativo que no ha sido capacitada adecuadamente para la administración de la nueva ley (emitida en el presente año 2003) Esta instancia no tiene presencia en el resto del País, aunque tanto la ley de la materia (descentralización) como la propia Ley de Protección al Consumidor, contemplan la cobertura a nivel nacional a través de agencias en otros municipios, existen problemas presupuestarios para llevar a efecto la misma. La ley prevé también la autonomía de la agencia, que para el quinto año de promulgada la ley debe legislar sobre dicha materia el Congreso Nacional, a través de la emisión de una ley que cree una instancia administrativa autónoma (Procuraduría de Protección al Consumidor y Usuario), lo cual es un elemento más, para que institucionalmente la DIACO vaya creando las condiciones que la lleven hacia esa transición de manera paulatina; lo que debe comenzar por una reorganización administrativa de esta instancia que le permita optimizar sus recursos actuales e ir creando las condiciones para un futuro como el ya previsto en la Ley.

61. Las atribuciones que la Dirección de Atención y Asistencia al consumidor y al Usuario que tiene actualmente son las siguientes:

- Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.
- Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.
- 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.
- Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor y usuario.
- 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.
- Promover y realizar investigaciones técnicas en las áreas de consumo de bienes y uso de servicios.
- Iniciar las actuaciones administrativas en caso de presunta infracción a las disposiciones de esta Ley, en 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.
- Establecer procedimientos ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos de los que tenga conocimiento de conformidad a la Ley.
- Celebrar convenios con proveedores, consumidores y/o usuarios y sus organizaciones para alcanzar los objetivos de la Ley.
- Vigilar porque la oferta de productos y servicios se enmarque en los principios que rigen la economía de mercado.
- 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.
- Aplicar las sanciones administrativas establecidas en la Ley, cuando corresponda y publicar los resultados.
- Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores o usuarios, proporcionándoles capacitación y asesoría.



**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

- Llevar registro de las organizaciones de consumidores o usuarios y, cuando sea posibles, de los proveedores de determinados productos o servicios.
- 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.
- Representar los intereses de los consumidores o usuarios abogando por los mismos mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites y gestiones que procedan.
- Dictar medidas administrativas en los casos que se presuma errores de cálculo de parte de los proveedores que afecten económicamente al consumidor o usuario.
- Establecer dependencias en diferentes áreas del país que la Dirección determine, atendiendo a su ubicación geográfica y de acuerdo a sus posibilidades presupuestarias.
- Registrar los contratos de adhesión cuando exista requerimiento de los proveedores y se llenen los requisitos legales.
- Llevar una memoria mensual sobre los procedimientos administrativos que se inicien ante la Dirección, la cual deberá publicar mensualmente, con indicación de las partes involucradas.
- Registrar de oficio los contratos de adhesión.
- La aplicación de las normas de Protección al consumidor, su eficiencia y efectividad para hacer frente a los problemas y las preocupaciones del consumidor.

62. En cuanto a las municipalidades, su competencia en relación con la protección al consumidor, están contenidas en el Decreto No. 12-2002 "Código Municipal" y se pueden mencionar entre otras las siguientes:

- Abastecimiento domiciliario de agua potable debidamente clorada, alcantarillado, alumbrado público, mercados, rastros, administración de cementerios y la autorización y control de los cementerios privados, recolección, tratamiento y disposición de desechos sólidos, limpieza y ornato.
- Velar por el cumplimiento y observancia de las normas de control sanitario de la producción, comercialización y consumo de alimentos y bebidas a efecto de garantizar la salud de los habitantes del municipio, etc.
- Modernización tecnológica de la municipalidad y de los servicios públicos municipales o comunitarios

### **1.3.1. Evaluación de la agencia**

Dirección General de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)

63. La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO fue creada como dependencia del Ministerio de Economía, según acuerdo gubernativo No. 425-95 del 4 de Septiembre de 1995. El Reglamento de esta Ley fue aprobado por medio del Acuerdo Ministerial No. 250-95 del 10 de Octubre de 1995. Esta instancia obedecía al modelo de legislación de protección al consumidor que fue común en los años 80 en que la función fundamental era la fijación y control de los precios del mercado, fundamentalmente de los precios de los productos de consumo popular y la prestación de los servicios básicos a la población. La DIACO administraba la anterior Ley de Protección al Consumidor, emitida el 14 de Enero de 1985 mediante el Decreto Ley No. 1-85, la que fue reglamentada mediante el Acuerdo Gubernativo No. 48-85 del 25 de Enero de 1985.

64. Guatemala ha iniciado el proceso de modernización del marco legal relacionado con los consumidores y usuarios, y ha adoptado una nueva la Ley de Protección al Consumidor y Usuario a partir de Febrero de 2003 (Decreto 006-2003 del Congreso de la República), la que está pendiente de reglamentar, correspondiéndole su aplicación a la Dirección de Atención y

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

Asistencia al Consumidor (DIACO) como una dependencia del Ministerio de Economía, con cierto nivel de autonomía, con independencia funcional y técnica que antes no tenía. La nueva ley deja fuera cualquier tipo de fijación o control de precios, dejando los mismos a la libre oferta y demanda del mercado.

65. A partir de que se inició una campaña de divulgación de la nueva ley a través de los medios de comunicación, conferencias, asistencia a las escuelas y otras formas de divulgación, ha habido una mayor afluencia de consumidores a interponer sus reclamos en esta instancia de atención, como puede apreciarse en las estadísticas que contiene el presente documento, la DIACO ha tratado de darle una solución a las demandas de los consumidores, a través de la vía de conciliación, lo cual obviamente es un mecanismo mucho más eficaz ya que resuelve el problema planteado en menos tiempo y con menores costos para la institución; es opinión del personal legal de esta dirección, que esta demanda de la población y el consecuente incremento de la actividad, han venido a efectuar un fortalecimiento de la Dirección, que antes de la emisión de la nueva ley, era apreciada sin un verdadero contenido de trabajo.

66. Puede anotarse como limitaciones para la aplicación efectiva de la Ley de Protección a los Consumidores, entre otras las siguientes: a) La nueva ley de Protección al Consumidor, tiene unos 8 meses de estar en vigencia y a la fecha no ha sido emitido el Reglamento, del cual ya existe una versión oficial, aunque es de hacer notar que esta Ley se ha estado aplicando aun sin dicho reglamento;.b) La agencia carece de una estrategia clara para el desempeño del trabajo, ya que aunque considera una prioridad la descentralización y su presencia a nivel nacional para la atención a los consumidores, no tiene un panorama claro desde el punto de vista presupuestario, es de suponer que el presupuesto nacional aunque fuera incrementado en el próximo año, no llegaría a cubrir las necesidades de una agencia con presencia en todo el País; c) No ha habido suficiente capacitación para el personal en la aplicación de la nueva legislación; d) La DIACO se ve imposibilitada de darle seguimiento a algunas medidas de protección al consumidor que contempla la ley y sobre las que se han dado ya los primeros pasos, como es la implementación de un mecanismo para resolver las quejas del consumidor, en el mismo establecimiento del proveedor, sin que tenga que intervenir la DIACO; para poner en práctica este mecanismo, la instancia gubernamental de protección al consumidor ha exigido a todo proveedor de bienes y servicios que obtenga un "libro de quejas" en el cual el consumidor personalmente anota su queja y el proveedor tiene un plazo para darle respuesta a su demanda; en caso contrario la DIACO de oficio debe entrar a conocer de dicha queja; para darle cumplimiento a estas disposiciones, debe efectuar inspecciones periódicas en los establecimientos revisando dicho libro, sin embargo a la fecha de la visita efectuada por esta consultora, estas inspecciones no habían podido efectuarse por falta de medios para que los inspectores pudieran movilizarse al comercio, lo cual deja la medida prácticamente sin efecto y se pierde credibilidad de la instancia gubernamental, tanto de cara a los consumidores, que ven burladas sus demandas, como ante los mismos proveedores que no sienten que exista una verdadera protección de los derechos de los consumidores por parte del Estado.

67. Por otra parte, la DIACO carece de los elementos técnicos y administrativos necesarios para garantizar una buena organización y la optimización de los recursos que pudiera obtener, como puede observarse en la plantilla de necesidades recogida durante la misión y que se anexa a este informe (anexo IV); entre otros podemos enunciar la ausencia de un reglamento interno, de manuales de procedimientos, catálogos de cargo, y otros instrumentos necesarios para una efectiva administración de la Ley.

68. Se debe hacer notar otro elemento importante y es que la ley prevé la posibilidad de firmar convenios interinstitucionales, lo cual debe ser aprovechado por la DIACO, para facilitar la descentralización sin incurrir en costos excesivos; si consideramos que en el caso de Guatemala, parte de los servicios básicos son prestados o controlados por las municipalidades como es el caso de los servicios de acueductos y alcantarillados los que son prestados por la municipal EMPAGUA, como se detalla en el acápite correspondiente, lo cual no ha sido explotado adecuadamente, dado tal vez por lo reciente de la legislación, pero además porque la DIACO debe ser asesorada adecuadamente en la implementación de su nueva legislación.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

69. La ausencia de consumidores organizados en Guatemala, es otro elemento negativo en la aplicación de la ley de protección de los consumidores y usuarios, por lo que la DIACO deberá procurar un acercamiento a aquellas asociaciones que formalmente ya existen, pero que son de formación tan reciente como la misma legislación y necesitan apoyo y apertura de parte de la instancia gubernamental

70. Podemos concluir en lo que a la valoración de la agencia se refiere, que la misma tiene con la nueva legislación, los instrumentos legales para mejorar la atención a los consumidores y usuarios, pero carece de la capacidad administrativa, técnica y presupuestaria para implementarla.<sup>23</sup>

#### **1.4. Otras Políticas públicas relacionadas con la protección del consumidor**

71. No existe una política nacional de Protección del Consumidor en Guatemala de forma documentada, previamente discutida y consensuada con los sectores involucrados. No obstante la manifiesta intención del Gobierno de entrar en una nueva etapa en la historia de la defensa de los derechos de los consumidores, se hace evidente con la adopción de una nueva Ley; y la intención de promulgar leyes auxiliares o complementarias a fin de profundizar en la efectiva defensa de los derechos de los consumidores. Estamos refiriéndonos a una legislación de competencia, y sistema integrado de calidad (normalización, acreditación y metrología) y la creación de sus respectivas entidades o agencias especializadas, las que se han planteado, tengan naturaleza independiente o con la suficiente autonomía, rasgo necesario en esta clase de organismos, para una efectiva aplicación de la legislación y políticas de la materia. Por otro lado, el Gobierno le ha dado cierta prioridad a la divulgación de la nueva Ley, aun con las limitaciones presupuestarias que enfrenta.

#### **1.5.- Apreciación de los aspectos planteados en el Capítulo**

72. El accionar de la agencia descrito en acápite 1.3.1 supra, en esta nueva etapa, puede apreciarse con los datos estadísticos que a continuación se describen: Al mes de septiembre de 2003, se han recibido 1774 quejas, de las cuales casi el 30% están enfocadas al mal servicio comercial (*ver Figura 1*), en el caso de los servicios básicos se encontramos que un 37% de las quejas corresponden a este grupo (*ver figura 2*), tomando como servicios básicos: la energía eléctrica, servicio de agua potable, gas propano, servicio telefónico y transporte. En lo respecta a la canasta básica las quejas hasta ahora han reducido de 75 a 31 quejas, esta disminución está localizada en las quejas producidas por el Pan bajando de 46 a 5 en lo que lleva del año.

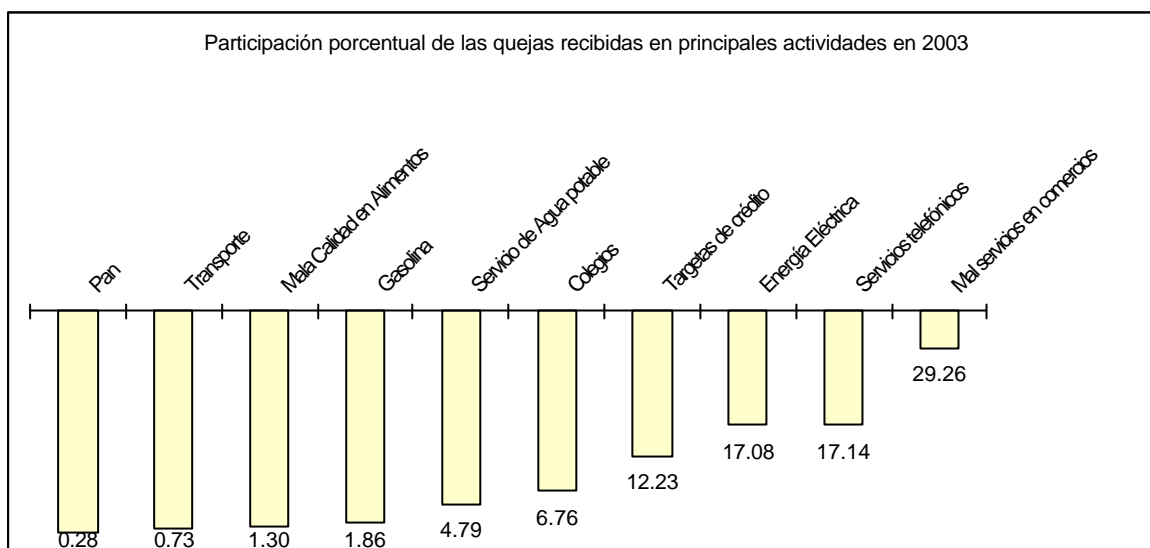
73. Cabe mencionar que las quejas por la Gasolina incrementaron en un 450%, pasando de 6% a 30% sobre el total de quejas. En el caso de los Colegios las quejas han reducido de 1080 a 120, a diferencia de los bienes de lujo, como los celulares, las quejas incrementaron en 169% de 2002 a 2003.

74. Podríamos decir que no hay un patrón de comportamiento que relacione a las variables con medios de divulgación y educación sobre la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, sin embargo, puede apreciarse que a pesar de que los servicios públicos no están dentro de la competencia de la DIACO, la población recurre a esta instancia para resolver sus conflictos. Si efectuáramos una comparación con otros países conocidos como Nicaragua, en donde la instancia de protección al consumidor sí tiene competencia para conocer de las quejas de los consumidores por mala prestación de los servicios públicos (los casos de quejas por este concepto significan hasta un 80% del total recibidas), podríamos predecir que las quejas por este concepto se elevarían considerablemente, dado que pudo apreciarse durante la misión a través de medios de comunicación, y en visita a las empresas prestadoras de estos servicios (telefonía celular y fija, acueductos y alcantarillados) que existe una fuerte demanda por este concepto en la población.

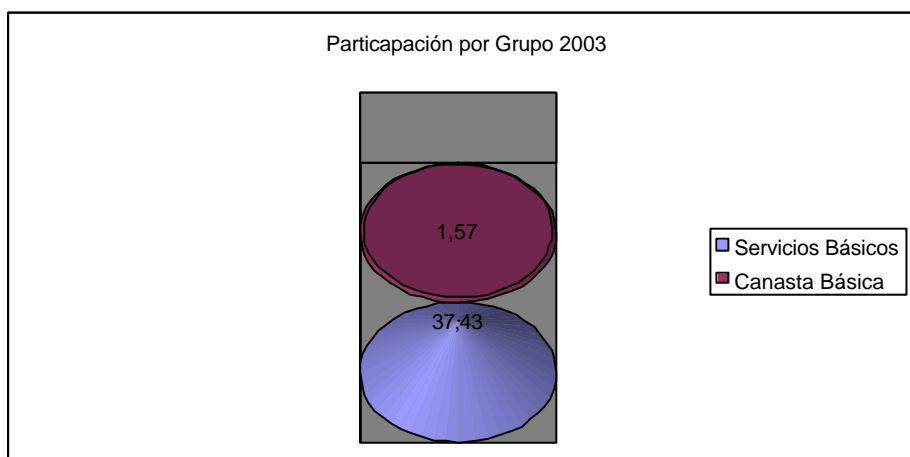
---

<sup>23</sup> Ver el capítulo de necesidades de la agencia.

**Figura 1**

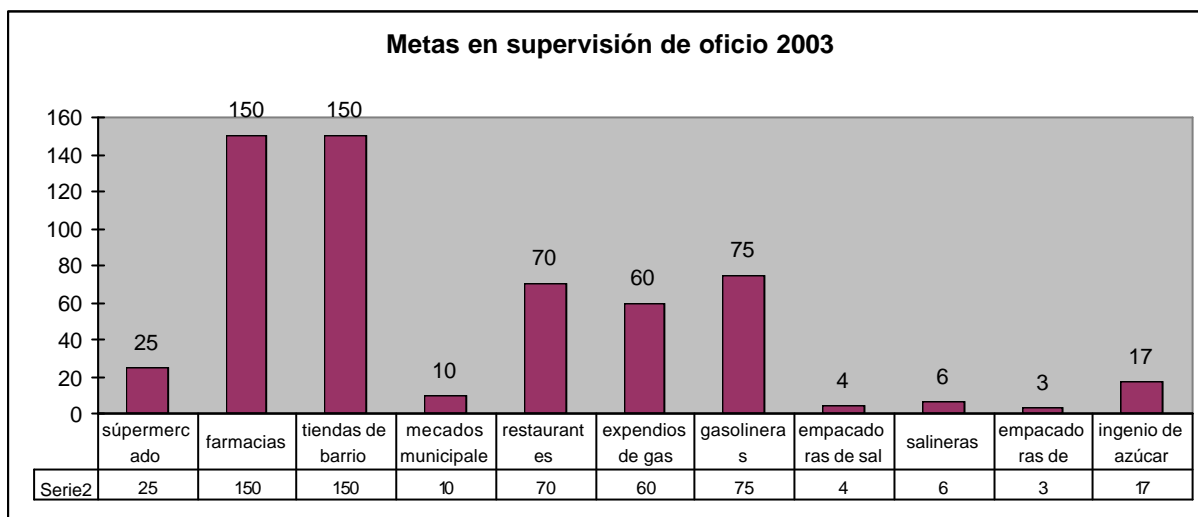


**Figura 2**



75. Como podemos apreciar en el siguiente cuadro, la institución administradora de esta Ley, se propuso metas que no incluye sectores donde en años anteriores el número de quejas sobresalió, como es el caso de los Colegios que en el 2003 las quejas fueron 1080, servicios telefónicos con 304 quejas en el 2003; enfocando sus metas en farmacias y tiendas de barrio, las cuales no hay que menospreciar pero hay que soportar las metas en función del sector donde se enfocan las quejas.

**Figura 3**



76. La DIACO al hacer uso de sus facultades para realizar acciones de oficio, ha ensayado para el año 2003, planificar un programa de supervisión dirigido a los proveedores de bienes y servicios, tal y como se muestra en el cuadro anterior<sup>24</sup>. Aparentemente la DIACO al pretendiendo a través de estas acciones de inspección, enviar un claro mensaje a la comunidad empresarial o proveedores de bienes y servicios, que son una institución encargada de velar por los intereses de los consumidores, y que se inicia en el País una cruzada a favor de los mismos, se trata de una acción preventiva de amplia alcance que tiene por objeto publicitar la existencia de la Ley y la autoridad encargada de aplicarla. Por otro lado, con esto se perfila a la DIACO como una agencia que atiende principalmente aspectos relacionados a los derechos difusos de los consumidores, defendiendo intereses masivos de los consumidores, sin descuidar las demandas y denuncias que de manera individual planteen ante sus oficinas.

## **CAPÍTULO II**

### **Principales necesidades y prioridades detectadas en la misión exploratoria**

#### **2.1 Necesidad de establecer lineamientos generales en el tratamiento de las prácticas de competencia desleal que afecten los intereses de los consumidores.**

77. Si bien es cierto Guatemala ha dado avances cualitativos en relación con la modernización de su legislación en materia de protección de los consumidores, es indispensable anotar que aunque la DIACO haya sido dotada de una nueva Ley, ésta por si misma no es suficiente para garantizar una aplicación eficaz y eficiente de la misma, los problemas presupuestarios que normalmente enfrenta la administración Pública de los Países Centroamericanos para garantizar la efectividad en la aplicación de su legislación, es incuestionable y Guatemala no es la excepción.

<sup>24</sup> La muestra de cada sector, según el universo total de establecimientos por categorías, muestra un equilibrio razonable, es decir una muestra de 25 supermercados corresponde a un porcentaje suficientemente proporcional a la totalidad de los existentes. Igual sucede con las farmacias y tiendas de barrio, en donde se eleva la muestra a ciento cincuenta respectivamente.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

78. Partiendo de las necesidades encontradas y que se enuncian a continuación, podemos concluir que la cooperación técnica que pueda brindársele a Guatemala, podría ser optimizada si ésta es otorgada mediante la creación de una instancia de asesoría técnica dentro de la propia institución, dotada de expertos, que efectúen a partir de las necesidades detectadas durante la misión en la fase exploratoria, el desarrollo de un plan que contemple aspectos de mejora regulatoria en general dentro de la DIACO o del Vice Ministerio de Competencia y Protección al Consumidor, si se efectúan acciones conjuntas en ambos campos de la administración.

79. El modelo utilizado en Nicaragua por algunas agencias de cooperación, como el caso de la cooperación técnica alemana, a través de la agencia gtz, durante los años noventa para fortalecer el Ministerio de Economía y Desarrollo, ha dado sus frutos entre otras áreas en la Dirección de Defensa del Consumidor, la cual aunque tiene muchas limitaciones aun, ha dado saltos positivos de desarrollo.

80. Podemos enunciar algunas de las necesidades más evidentes y urgentes detectadas durante la misión que Guatemala debe resolver, para fortalecer la instancia administrativa que garantiza la protección al consumidor, tales son:

**81. Modernización del Marco legal:**

Aprobación del Reglamento de la Ley de Protección al consumidor, b) Aprobación de una la Ley de Competencia, c) Emisión de leyes básicas conexas a la aplicación de la Ley de Protección al Consumidor tales como: ci) Emisión de una legislación que ampare un sistema integrado de calidad: Normalización Técnica, acreditación, Metrología, adopción de normas internacionales (en el congreso ha sido presentada una propuesta sobre este sistema integrado de calidad, que está en proceso de aprobación, según se nos informó.

**82. Fortalecimiento Institucional:**

La emisión de nuevas leyes, conlleva la creación de agencias y entidades de aplicación de estas normas, preferiblemente con suficiente autonomía lo que significa apoyar la creación de una agencia de competencia, un instituto nacional de la calidad o una instancia que administre el nuevo marco legal que se está proponiendo en los proyectos de Ley sometidos al Congreso.

**83. Fortalecer la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO:**

a) Brindar asesoría de expertos en materia de reorganización administrativa que a partir de un diagnóstico de las necesidades administrativas encontradas, que efectúe una propuesta de reorganización en la DIACO, a fin de optimizar los recursos humanos y técnicos con que cuenta, b) Partiendo de la elaboración de un plan de capacitación y fortalecimiento de los recursos humanos, brindar capacitación, tanto nacional como internacional al personal y procurar una política de atención a dicho personal, a fin de garantizar que la inversión efectuada en este último, sea conservada dentro de la institución; c) elaboración de un plan estratégico del accionar del vice Ministerio de Competencia y Protección al Consumidor, o al menos de la DIACO, d) elaborar los manuales, instructivos, catálogos y demás instrumentos administrativos que permitan la optimización del marco legal, y en consecuencia una mejor atención a los consumidores y usuarios.

**84. Cobertura Nacional en la Protección y Promoción de los Derechos del Consumidor, Descentralización:**

a) Gestionar convenios con los gobiernos municipales para la instalación en las principales municipalidades, de una instancia que atienda por delegación de la DIACO, las quejas y denuncias de los consumidores, para lo cual necesita recursos humanos, capacitación, equipo, mobiliario, medios de transporte y de comunicación, para no hablar de presupuesto.

**85. Plan de Divulgación y Publicidad:**

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

a) Procurar la creación y divulgación de una cultura de protección y defensa de los derechos de los consumidores, principalmente correctiva más que correctiva; la que podría apoyarse, tanto en otras instancias de la administración pública (Ministerio de Educación, turismo, etc.), como con el sector privado; grandes empresas, cuyos productos llegan masivamente a la población; b) acercamiento a las instancias reguladoras de las empresas que brinda los servicios públicos a la población, tales como energía, teléfono, aguay transporte, para igualmente impulsar la campaña preventiva y de apoyo a estas instancias en su labor de supervisión en la prestación de los servicios, para esto la DIACO necesita dotar al personal del entrenamiento y capacitación necesario que le permita este acercamiento sin incurrir en invasión de competencias administrativas.

**2.2 Necesidad de promover la cultura de defensa del consumidor, hacia la participación de las Asociaciones de Consumidores.**

86. La inexistencia de un movimiento organizado de los consumidores en Guatemala como elemento sustancial en la culturización de los consumidores que les haga sujetos activos de la defensa de sus propios derechos, y con ello el fortalecimiento de todo un sistema nacional de defensa del consumidor, debe ser solventado con el apoyo tanto nacional como internacional
87. En la medida que se eleven los niveles organizativos de los consumidores, se mejorará sustancialmente en la eficacia de la defensa y promoción de sus derechos. Si bien es cierto que son los consumidores mismos quienes deben, de manera espontánea, tomar la iniciativa de la creación de sus propias organizaciones, en etapas iniciales del proceso, el Gobierno debe jugar un rol fundamental. La adopción de un plan de divulgación de los derechos e los consumidores que ponga en claro las ventajas de organizarse, debe ser una tarea que asuma el Estado<sup>25</sup>.
88. De las entrevistas realizadas con la representación de los consumidores en forma organizada, se puede concluir que aunque existe motivación en estas asociaciones, jóvenes de experiencia en este campo, sin un apoyo concreto, no podrán desarrollarse y convertirse en una instancia que aglutine a los consumidores para convertirse en los propios actores de la defensa de sus derechos. Estas asociaciones nacen sin ningún tipo de condiciones económicas ni físicas, utilizan las instalaciones u oficinas de los directivos para operar; pero pudo comprobarse que entre estos directivos existe potencial técnico y académico en el cual puede apoyarse y a su vez apoyar la DIACO, basado en la ley que manda a la creación de instancias de personal o recursos capacitados como instancias asesoras para la resolución de los casos administrativos que deba conocer.

**2.3 Apreciación de los aspectos planteados en el Capítulo.**

---

<sup>25</sup> Ver Capitulo IV Matriz de las necesidades.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

89. Para establecer las principales necesidades de cooperación en Guatemala, debe dársele consideración a factores importantes como, la breve existencia de la DIACO El fortalecimiento de la agencia a través de la capacitación del recurso humano, que tenga como resultado la creación de un modelo institucional proactivo que ponga énfasis en que la autoridad debe atender con prioridad los aspectos preventivos antes que los correctivos, es decir, el montaje de un modelo que se desempeñe con énfasis en la información y la educación para el consumo, antes de dedicar sus esfuerzos a la persecución y castigo de prácticas antijurídicas, no queriendo decir con esto que deba descuidarse los aspectos correctivos, sino que debe buscarse el debido equilibrio. Para lograr este cometido se hace necesaria la asistencia de expertos internacionales, ofrecer pasantías de funcionarios a agencias gubernamentales de otros países con niveles superiores de desarrollo. En este mismo orden, el tema de la descentralización administrativa es de igual importancia, puesto que debe de extenderse, de manera urgente el ámbito de actuación de la DIACO al resto del país, buscando fórmulas creativas que eviten recargar el aparato burocrático de la Administración Pública en el Gobierno Central; en este caso como el resto de los países de Centroamérica, la opción mas recomendable, es la creación de sinergias institucionales con los gobiernos locales.

90. La cooperación en Guatemala está planteada como una condición apremiante, esta cooperación debe ser orientada al forjamiento de un modelo propio, ajustado a las necesidades del país, no obstante debe ser armonizado con las Directrices de la ONU, y en concordancia con la tendencia que se viene perfilando en la región latinoamericana; tendencia que de manera marcada propugna por convertir el tema de consumidores en un instrumento de transparencia de mercado, un factor de mejoramiento de la competitividad, que aporte de manera significativa a la eficiencia económica. El hecho de encontrarnos al inicio de un proceso, como es el caso guatemalteco, debe considerarse como una excelente oportunidad de plantear una cooperación racional, enfocada a sentar las bases del desarrollo de un modelo con amplia participación de los consumidores mismos, que se conviertan en protagonistas activos, asumiendo importantes responsabilidades a fin de garantizar una gestión eficiente orientada a resultados, es decir elevar el bienestar económico de los consumidores.

### **CAPÍTULO III**

#### **Iniciativas en cooperación para resolver las necesidades y prioridades identificadas**

##### **3.1. Cooperación bilateral, plurilateral, multilateral y regional**

91. En materia de cooperación a través del intercambio de experiencias sobre temas de interés del consumidor, la DIACO se benefició de un seminario impartido en Panamá, al cual asistió el Director de esta Dirección.

92. Una posible relación y sinergias entre ONGs, entre éstas y agencias de gobierno dedicadas al tema Protección del Consumidor, podría ser posible con una de las nuevas Asociaciones de Consumidor, que está integrado por profesionales del derecho fundamentalmente, y que tiene como meta perfilarse como una instancia real de representación de los consumidores, a través de acciones de impacto que les den credibilidad, en el próximo año.

93. En relación con la cooperación regional e internacional que tenga una relación directa con el tema de protección al consumidor, no se pudo encontrar que exista cooperación de peso, con excepción de la recibida en materia de certificación y calidad que puede verse en el anexo correspondiente. No se detectaron propuestas en las que se contemple el consumidor en acuerdos y/o negociaciones regionales, internacionales comerciales de interés del Consumidor.

##### **3.2. Cooperación y asistencia técnica recibida en Guatemala**

94. Plan Nacional de Acción para el fortalecimiento de capacidades US-CAFTA y al programa de competitividad



**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

95. Comisión Guatemalteca de Normas (COGUANOR). La Comisión Guatemalteca de Normas es el organismo de normalización del País, su función principal es dirigir, coordinar y unificar las actividades y las políticas de Guatemala en materia de fijación de normas.

96. Organización Internacional de Normalización: La misión de la ISO es promover el desarrollo de normas y actividades relacionadas en el mundo, con el objetivo de facilitar el intercambio comercial de bienes y servicios, así como desarrollar la cooperación en la esfera de las actividades intelectuales, científicas, tecnológicas y económicas.

97. Guatemala es miembro correspondiente de la ISO, así mismo es Miembro Fundador de IAAC La Cooperación Internacional de Acreditación de Laboratorios, a partir del 24 de octubre de 2002, la OGA es Miembro Pleno de la cooperación.

98. A partir de Enero del 2003, la OGA es Miembro Asociado de la ILAC, con lo cual se continúa en el trabajo para lograr el reconocimiento internacional de los resultados que emitan los laboratorios acreditados en Guatemala.

99. La OMC es la única organización internacional relacionada con las reglas globales del comercio entre naciones. Su función principal es asegurar que el flujo comercial sea agradable, previsible y libre, tanto como sea posible. Guatemala suscribió el Acuerdo que establece la OMC en el año de 1995.

**Cooperación Internacional en este campo**

100. SUECIA: Suscrito en 1998 un contrato de cooperación técnica con el gobierno de Suecia denominado "Infraestructura Nacional de Calidad para Guatemala" con el fin de apoyar el establecimiento y/o fortalecimiento del ente de normalización, del ente de acreditación, de laboratorios de ensayo y calibración y, de organismos de inspección.

101. En Septiembre del 2000 se inició la asesoría para el diseño e implementación del Organismo Nacional de Acreditación, lo cual marcó el punto de partida para la capacitación e instrucción del personal en materia de acreditación y la preparación de la documentación que se requiere para el funcionamiento de un organismo de acreditación que cumpla con los requisitos de las normas internacionales aplicable, Los expertos de la Agencia de Acreditación y Evaluación de la Conformidad de Suecia (SWEDAC), han visitado el País, y han apoyado al diseño e implementación del organismo de acreditación y realizado evaluaciones del trabajo realizado, con resultados favorables. se ha capacitado al personal de la Oficina de Acreditación y a Evaluadores Técnicos a nivel nacional e internacional, con visitas a Suecia, España y Lituania.

102. Tal avance permitió constituir legalmente la Oficina Guatemalteca de Acreditación en el mes de mayo del 2002.

**3.3. Principales logros obtenidos**

103. Guatemala tiene programado en el presupuesto nacional: Q 12.000.000 de quetzales que equivalen a \$1.5 millones de dólares en el campo de la Metrología.

104. En el Congreso Nacional se pudo obtener un Ante proyecto de Ley relacionado con el tema del comercio electrónico que está siendo promovido por un Diputado interesado en el tema, la aprobación de este proyecto de Ley podría aliviar a la DIACO en lo relacionado con el trámite de notificación de las Resoluciones (Notificación a través de correo electrónico)

105. La Ley actual contempla la notificación por correo que certifique la recepción del documento, (Arto.87) la firma digital permite la autenticación del mensaje enviado.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

106. Guatemala adquirió el equipo que tenía ICAITI al momento en que este Organismo Regional liquidó (tenía su sede en Guatemala) de manera que tienen un buen equipo (a criterio del encargado de proyectos) pero el presupuesto no es suficiente para concluir con las instalaciones del local.

107. La Unión Europea tiene un programa de unos \$6,000.000 (seis millones de dólares de los Estados Unidos de América) en asistencia Técnica (Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa) GTM/Relex/2001/0109 Promoción de Inversiones e Intercambio Comercial: Apoyo al sector de la MIPYME en Guatemala.

**CAPÍTULO IV**

**Matriz de las necesidades en el área de Protección al Consumidor.**

<b>Tipo de Cooperación</b>	<b>Temas</b>	<b>Beneficiarios</b>
Asistencia de expertos internacionales	Aplicación de la nueva legislación de Protección al Consumidor  Elaboración de: a) Estrategia a desarrollar por la DIACO b) Elaboración de los instrumentos administrativos necesarios para la implementación de la Ley.	Funcionarios Públicos
Capacitación en agencias de Protección al Consumidor	Adquisición de experiencias en el campo de la administración de una Ley de Protección del Consumidor	Funcionarios Públicos de la DIACO
Talleres especializados de capacitación para las asociaciones de consumidores y representantes del sector privado	Aplicación de la legislación de Protección al Consumidor	Organizaciones de Consumidores Abogados economistas y Académicos
Asistencia para la implementación de un plan de divulgación de los derechos del consumidores	Generar una cultura en la población de exigencia al respeto de sus derechos como consumidor	Población en general
Asistencia de un experto en materia de descentralización	Implementar la descentralización de la DIACO, sin incurrir en el crecimiento del aparato del estado	Funcionarios de la DIACO
Asistencia de experto internacional	Capacitación y entrenamiento en la elaboración de una estrategia y capacitación en la aplicación de la Ley	Asociaciones de Consumidores

## **ANEXOS**

### **ANEXO I**

#### **Marco Regulatorio**

##### **Marco Legal para el Municipio de Guatemala**

109. La legislación Municipal de ciudad Guatemala está compuesta de 4 principales disposiciones a saber: La base constitucional de la presente legislación Municipal se encuentra en los Artos.253 inc b) y c), 254 y 255 Cn. La Corporación Municipal tiene competencia para emitir las ordenanzas y reglamentos de su municipio, ejecutarlos y hacerlos cumplir, y para el establecimiento, regulación y atención de los servicios públicos locales;

110. La Junta Directiva de la Empresa Municipal de Agua de la ciudad de Guatemala (EMPAGUA) el 15/12/88 aprobó el "Reglamento del Servicio Público de Alcantarillado y Drenajes",

111. El 21/10/81 La Corporación emitió el Acuerdo que contiene las categorías y tarifas que se aplicarán para el Servicio de Alcantarillado y drenajes.

112. Reglamento de Venta y Datación de Agua Potable Acuerdo del 21/10/81, de la Corporación de la Municipalidad de Guatemala, publicado en el Diario Oficial el 19/11/81.

#### **REGLAMENTO DEL SERVICIO PUBLICO DE ALCANTARILLADO Y DRENAJES PARA EL MUNICIPIO DE GUATEMALA DEL 18/1/89**

113. El Reglamento de Drenajes, fue aprobado por el Concejo el 19/03/64, por la Corporación Municipal, en sesión. La Empresa Municipal de Agua de la ciudad de Guatemala, EMPAGUA es la encargada de prestar el servicio de alcantarillado y drenajes, en la ciudad de Guatemala, y en el área de influencia urbana y municipios con quienes se firman convenios para dar el servicio, pero además cumple la función de ser el órgano encargado de velar por el cumplimiento del reglamento por parte de las empresas que presten el servicio de agua y con los Municipios colindantes a los cuales EMPAGUA presta el Servicio de Alcantarillado, para la recaudación de la tasa que deben pagar por la prestación de este servicio.

114. Los usuarios de EMPAGUA, deberán pagar los recibos dentro de los 30 días siguientes al vencimiento del período de pago de la Tasa. La acumulación de dos meses sin cancelar da lugar a la suspensión del servicio. Los ingresos generados por la Tasa de Alcantarillado y de Contribución por Mejoras, forman parte del presupuesto de ingresos y egresos de EMPAGUA. EMPAGUA, revisa anualmente la Tarifa de la Tasa de Alcantarillado, a efecto de que los ingresos por este concepto le permitan cubrir sus costos. Los cambios en el valor de la Tarifa son aprobados por las autoridades correspondientes y publicadas en el Diario Oficial.

115. EMPAGUA puede contratar el cobro y facturación de la Tasa de Alcantarillado con cualquier agencia Municipal, Gubernamental o Empresa Privada que le convenga. Los usuarios para obtener la autorización de una conexión domiciliaria, deberá entregar los siguientes documentos:

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

- Solicitud en un formulario, con un timbre fiscal de cincuenta centavos de quetzal (Q.0.50); Solvencia Municipal; Ultimo recibo de pago del consumo de agua; Ultimo recibo de contribución por mejoras, cuando es aplicable; Comprobante de pago de la revisión del inspector de Drenajes; Licencia de construcción (fotocopia) extendida por el "Departamento de Control y evaluación de Desarrollo Urbano" de la Municipalidad de Guatemala, cuando sea aplicable; Proyecto aprobado por EMPAGUA, de todas las instalaciones sanitarias, para el caso de edificios con más de tres pisos, condominios residenciales con más de cuatro unidades habitacionales y predios no residenciales del área construida superior a setecientos cincuenta (750) metros cuadrados o edificios con sótano a bajo del nivel de la vía pública.
- EMPAGUA puede mandar a suspender el servicio de Agua Potable y Alcantarillado:
  - Quando se deje de pagar por dos (2) meses consecutivos la tasa de alcantarillado el pago de Contribución por Mejoras, si se convino en varios pagos; Cuando establezca que se ha defraudado a EMPAGUA, por medio de maniobras en las instalaciones de Agua o Drenaje; por razones sanitarias o de peligro en la estabilidad de las construcciones del usuario de los vecinos; A solicitud del propio interesado para ejecución de obras de ampliación o reparación.
- La suspensión del Servicio, no libera al usuario de la obligación de seguir pagando la tasa correspondiente.
  - Queda prohibido el uso de fosas sépticas y pozos de absorción donde exista red de Alcantarillado; salvo que se compruebe la imposibilidad técnica por dictamen de la Empresa Municipal de Agua -EMPAGUA-.
  - Queda prohibido drenar a las vías públicas las aguas servidas y las pluviales provenientes de las instalaciones del usuario, salvo casos contemplados en el Plan Regulador de la Ciudad de Guatemala, Reglamento de la Construcción Urbana.
- El propietario de un inmueble que tenga conexión domiciliaria de drenaje, no podrá extender el derecho de servicio por medio de esta conexión, a otro predio colindante, salvo que cuente con la autorización por escrito de EMPAGUA. Al propietario del inmueble que resultare responsable de instalaciones clandestinas les será impuesta una multa por el Juzgado de Asuntos Municipales, sin perjuicio de la obligación de deshacer a su costa la obra que estuviere en desacuerdo con las Normas Legales o Reglamentos.
- En los Convenios de pago a plazos, el interesado deberá hacer efectivo el pago del primer abono en el momento de firmar el mismo y el saldo en pagos parciales convenidos en las oficinas de EMPAGUA. Agente Financiero o donde se establezca sin necesidad de requerimiento.
- EMPAGUA, puede emitir las normas adicionales que estime necesarias para la mejor aplicación del Reglamento.

## ANEXO II

### 123. Lista de personas entrevistadas en la fase exploratoria

#### Jueves 16 Octubre

1.- 11: 30 am  
Lic. Edgard José Reyes Escalante  
Director de Promoción de la Competencia  
Ministerio de Economía  
Tel. (502) 238-3330-9  
8ª AV.10-43, zona 1.  
Guatemala  
E.mail:jreyes@mail.mineco.gob.gt

2.- 3: 30 pm  
Lic. Francisco Byron Ismar Morales López  
Director DIACO  
6ª Av.Calle 7-57 zona 1  
Ciudad Guatemala  
Tels.232-8225- 232-0719  
Cell:709-1815- 412-0945  
E.mail:bmorales@mail.mineco.gob.gt

#### Viernes 17 Octubre

3.- 9: am  
Empresa de Energía Eléctrica  
Entrevistado: Ing. Miguel Hernández:  
Dpto. Comunicación Corporativa  
Direc: 6ta.Av. 8-14 Zona 1  
Tel.420-4336  
Fax:420-4021  
E-mail:MHernandez@eegsa.net

4.- 11: am  
Dirección de programas y Proyectos de Cooperación, Ministerio de Economía  
Lic. Oscar Bautista Soto.- Director  
Atendió: Lic. Juan Carlos Ramos, Jefe Dpto. Administración Técnica  
8va. Av.10-43, zona 1.  
Tel.238-3330/9  
E.mail:jramos@mail.mineco.gob.gt

5.- 2.30pm  
Lic. Norma Rivera Molina  
Asesor Legal, DIACO  
Direcc. 14 calle 7-26, zona 1  
Tel.220-6119- 20  
Fax:251-3261

#### Martes 21 Octubre

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

6.- 9am  
Lic. Carmen Roca  
Cámara de Comercio de Honduras  
Edelmiro Villatoro: Relaciones Comerciales  
10ma.3-80 Zona 1

7.- 11:am  
  
Hugo D. Bran R  
Conciliador Departamento de Servicios al Consumidor  
6ta- calle 7-57 zona 1 Guatemala  
Tel:220-89-12- 220-8929  
E-mail:hugo\_bran@yahoo.com

Miércoles 22 Octubre

8.- 8:30  
Rosa María Razzini  
Ministerio Público  
Cancelaron reunión

9.- 8:45  
  
Congreso de la República  
Ms.Estuardo Orantes Lemus  
Asesor de la Comisión Defensa del Consumidor y del Usuario  
Fecha: 22 de Octubre 2003 Hora: 8am  
Lugar: Sede del Congreso Direc. 10ma calle 7-69 zona 1, casa de la cultura 2do nivel  
Telf.239—1102  
E-mail:estuardo\_orantes@hotmail.com

10.- 10:45  
  
Mario Fidel García Bolaños:  
Asesor Comisión de Economía,  
Congreso de la República  
Telf.232-1260 - ext.437-438  
Directo:239-1193  
E-mail:mgbolaos@yahoo.com.mx

11.- 12:45  
  
Mariano Rayo  
Diputado  
Congreso de la República  
Telf.239-1102

12.- 5:pm  
  
Asociación de Consumidores  
Lic. María de los Angeles Araujo. B.  
Direcc. Av.Reforma 7-62, zona 9. Edificio Aristos 8 nivel ofc. 803 y 805  
Telf.362-9412-13  
E-mail:mendarau@intel.net.gt

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

Jueves 23 Octubre

- 13.- 9:30  
Licenciada:  
Patricia Ramírez Ceberg  
**Ministra de Economía**  
Ministerio de Economía  
8va. Av.10-43 zona 1
- 14.- 10:00  
Lic. Ramiro Ordóñez CONAMA  
Asesor Despacho Superior  
Ministerio de Economía  
Tel.251-8606 – 251-5056  
Fax: 238-2413
- 15.- 2.30pm  
Lic. Alvaro Fernández  
Asesor- DIACO  
Tel: Tel.220-6119- 20  
Fax:251-3261  
E-mail:fernandez\_509hotmail.com

Viernes 24 Octubre o3

- 16.- **9:am**  
Embajada de Suiza  
Lic. Paul Garnier  
Primer Secretario  
Direcc. Edificio Torre Internacional 16 calle-0-55, zona 10  
Telf.367-5520  
Fax:367-5811  
E-mail:paul.garnier@gua.rep.admin.ch
- 17.- **2:00pm**  
Margin Beteta Barillas  
Comisión Guatemalteca de Normas COGUANOR. -  
Dirección del Sistema Nacional Nacional de Calidad  
Tel-238-3330/9 Ext.3903  
Ext.fax:3901.  
www.mineco.gob.gt  
E-mail:mbeteta@mail.mineco.gob.gt
- 18.- 4:00pm  
Empresa Municipal de Agua. EMPAGUA  
Lic. Salvador A Castillo De León  
Director Comercial  
3er. Nivel Edificio Municipal Centro Cívico,Zona1  
Tel: 232-0829-0831 Ext.143, 144-

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

Directo:232-0740  
E-mail:castillo@ucguate.com

Lunes 25 Octubre

19.- 9:00am

Lic. Norma Rivera Molina  
Asesor Legal, DIACO  
Dirección. 14 calle 7-26, zona 1  
Tel. 220-6119- 20  
Fax: 251-3261

20. - 2pm

Lic. Otto Gálvez:  
J' del Dpto. de Atención al Proveedor  
Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor  
DIACO  
6ta. Calle 7-57 zona 1.- Guatemala  
Tel: (502)232-5450  
Cell: 815-7702  
E.mail:galvezotto@latinmail.com

21.- 4:pm

Lic. Juan Carlos Ramos, Jefe Dpto. Administración Técnica  
Ministerio de Economía  
8va. Av.10-43, zona 1.  
Tel.238-3330/9  
E.mail:jramos@mail.mineco.gob.gt

Martes 26 Octubre

22.- 9:00am

Lic. R. Osvaldo Méndez C.  
Asesor  
Dirección DIACO  
Ministerio de Economía  
8ª.AV.10-43,ZONA 1,4to.NIVEL  
Guatemala  
Tel. (502) 238-3330 al 39 Ext.4410  
FAX: 238-1717  
E.mail:omendez@mail.mineco.gob.gt

23.- 11: am

Lic. Claudia Fabiola Esteban de Ortega  
  
Lic. AMILCAR SABA LEMU  
Teléfono:220-8912 -220-8929  
Atención al Consumidor



**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

**ANEXO III**

**124. Mapa de actores claves en la Protección del Consumidor**

No.	Nombre del Ente Involucrado	
1.-	Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO Ministerio de Economía	Instancia de Atención al Consumidor
2.-	Empresa Municipal de Agua, EMPAGUA	La Empresa Municipal de Agua de la ciudad de Guatemala, EMPAGUA es la encargada de prestar el servicio de Alcantarillado y drenajes, en la ciudad de Guatemala, y en el área de influencia urbana y municipios con quienes se firman convenios para dar el servicio, pero además cumple la función de ser el órgano encargado de velar por el cumplimiento del reglamento. La Junta Directiva de la Empresa Municipal de Agua de la ciudad de Guatemala (EMPAGUA) el 15/12/88 aprobó el "Reglamento del Servicio Público de Alcantarillado y Drenajes
3.-	Corporación Municipal	Tiene competencia para emitir las ordenanzas y reglamentos de su municipio, ejecutarlos y hacerlos cumplir, y para el establecimiento, regulación y atención de los servicios públicos locales;
4.-	Empresa de Energía Eléctrica	La Comisión Nacional de Energía Eléctrica, CNEE, creada mediante la Ley General de Electricidad: Decreto legislativo No.93-96
5.-	Superintendencia de Comunicaciones	Por El Decreto No.94-96 del Poder Legislativo se emite la Ley General de Telecomunicaciones, crea la superintendencia de comunicaciones. La Ley de Telecomunicaciones de Guatemala, Regulación del servicio de teléfonos públicos y celulares
6.-	Ministerio Público	Contiene los recursos de Revocatoria y de Admisión a los que se refiere la Ley de Protección al Consumidor y Usuario en el Arto.105. <i>La Ley de lo contencioso administrativo.</i> Decreto No.119-96, publicado el 20 de Diciembre de 1996, y su Reforma el Decreto No.98-97.-

**ANEXO IV**

**125. Plantilla sobre la institucionalidad, infraestructura y servicios en el área de Protección del Consumidor y mecanismos de resolución de conflictos.**

UNCTAD		Anexo IV. CUESTIONARIO (no exhaustivo) SOBRE LA INSTITUCIONALIDAD, INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS DE APOYO A LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR Y MECANISMOS DE RESOLUCION DE CONFLICTOS		SE SUGIERE IMPRIMIR EN FORMATO HORIZONTAL	
		FASE I : MISION EXPLORATORIA			
		PAIS : GUATEMALA		Nombre Consultor: LIANA LACAYO	
		INFORMACION Y ESTADISTICAS			
		si/no Proporcione detalles y/o información adicional			
<b>1.0</b>	<b>INSTITUCIONAL</b>				
1.1	Misión y Visión Institucional (mencionar si la institución se encarga de otros temas además de la protección del consumidor)	NO			
1.2	Plan estratégico: con objetivos, acciones y metas	NO			
1.3	Plan anual de actividades	NO			
1.4	Indicadores de gestión en protección al consumidor	SI	Estadísticas de Gestión (Quejas recibidas)		
1.5	Indicadores de Impacto en protección al consumidor	SI	Estadísticas de Impacto.		
	Manual de organización y funciones	NO			
1.7	Reglamento de organización y funciones	NO			
1.8	Dispone la institución de manuales operativos?	NO			
1.9	Manual de Procesos: servicio de información y consulta	SI	Base de Datos en Red		
1.10	Manual de procesos: servicio de conciliación a/B184	SI	Empírico		
1.11	Manual de Procesos: servicio de solución de conflictos (denuncias o procedimientos administrativos)	SI	Empírico		
1.12					
1.13	Manual de Procesos: acciones de fiscalización	NO			
1.14	Certificación ISO 9000 A28	NO			
1.15	Lineamientos para la resolución de casos (recopilación sistemática e integral de los criterios empleados para resolver los casos de protección al consumidor)	NO			
OTRO DATO U INFORMACION DE INTERES		Se ha implementado el libro de quejas			
<b>2.0</b>	<b>INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN</b>				
2.1	Cantidad de Computadoras		35		
2.2	Cantidad de Impresoras		23		

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

2.3	Cantidad de líneas telefónicas	18	
2.4	Computadoras con acceso a Internet	12	
2.5	Computadoras con acceso a Correo electrónico	9	
2.6	Cantidad de procesos Automatizados (detallar si se cuenta con software de gestión para servicio de información, conciliación, denuncias, etc)	16	
2.7	Red de Datos	3	
2.8	Cantidad de Unidades de Transporte	3	
2.9	Areas de espacio físico	12	
2.10	Base de datos de jurisprudencia administrativa	3	
<b>OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES</b>			
<b>3.0</b>	<b>RECURSOS HUMANOS</b>		
3.1.	Total Personal Asignado al área protección al consumidor		
	Personal permanente funcional (dedicado a las labores propias de la protección al consumidor)	17	
	Personal permanente de apoyo (administrativos)	11	
	Personal temporal/eventual (practicantes, egresados, etc.)	7	
3.2.	Personal jurídico	1	
3.3	Personal de economía	5	
3.4	Tiempo de antigüedad promedio del personal permanente		
3.5	Nivel de estudios del personal permanente funcional: carreras técnicas, profesionales, maestrías, doctorados (en porcentaje del total)		Economistas, Administradores de Empresas, Peritos en Electrónica, Administradores en Informática, Administradores Mercadotecnia y admón. Pública y Abogados y Notarios.
3.6	Carreras profesionales personal permanente funcional : abogacía, economía, ingeniería, etc. (en porcentaje del total)	20%	
3.7	Plan de carrera para el personal permanente	-	
3.8	Cantidad de personal asignado al servicio de información	7	
3.9	Cantidad de personal asignado al servicio de conciliación	4	
3.10	Cantidad de personal asignado al servicio de solución de conflictos	7	
3.11	Cantidad de personal asignado a las actividades de fiscalización	-	
3.12	Cantidad de personal asignado a las oficinas descentralizadas (detallar por tipo de personal)	-	
NOTA: De ser el caso diferenciar sede central y oficinas descentralizadas			
<b>OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES</b>			
<b>4.0</b>	<b>PRESUPUESTO a/</b>		
4.1	Estructura del presupuesto: INGRESOS	US	%
	Ingresos propios	\$	0
	Transferencias del Estado		1.3

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

	Cooperación técnica		0
	otros		0
	TOTAL		1.3
4.2	Estructura del presupuesto: GASTOS	US \$	
	Remuneraciones		1.0
	Gastos Corrientes		
	Capacitación		0.1
	Acciones de Fiscalización		
	Difusión (publicaciones/publicidad, etc.)		0.1
	Educación		0.1
	Apoyo a Asociaciones Consumidores		
	Descentralización		
	Otros (detallar los otros rubros importantes)		
	TOTAL		
4.3	Tipo de Ingresos que genera la institución		US \$
	Multas		-
	Tasas		-
	Servicios		-
	Otros		-
	TOTAL		-
4.4	Los ingresos que genera son para la institución o deben ser transferidos a otra institución?		
4.5	Señale qué % del presupuesto es financiado con ingresos propios		
NOTA: De ser el caso diferenciar sede central y oficinas descentralizadas			
OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES			
<b>5.0</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>		
5.1	Plan anual de capacitación: con objetivos, acciones y metas (Actividades Ejecutadas a la fecha)	NO	Se han dado charlas, seminarios.- NO HAY UN PLAN PARA EL PROXIMO AÑO
5.2	Asistencia a eventos internacionales de capacitación	SI	Un seminario en Panamá (asistió el Director de la DIACO)
5.3	Asistencia a eventos nacionales de capacitación	SI	Taller sobre conceptos y Metodología de la Canasta Básica, impartido por SEGEPLAN, INE, OPS, INCAP y BID Seminario por el Ministerio de Energía y Minas, (seguridad del trabajo). Seminario impartido por la cámara de Industria (conciliación y Negociación)

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

5.4	Áreas/temas en las que se han realizado capacitación al personal permanente funcional	SI	Taller sobre la Ley del Consumidor, modificación y actualización de las boletetas para monitoreo, entre otros.
5.5	Capacitación del personal permanente funcional (en horas al año)	NO	Han sido capacitaciones informales por lo que no se ha cuantificado el tiempo utilizado.
5.6	Pasantías nacionales (en días al año)	NO	
26			
5.7	Pasantías internacionales ( en días al año)	NO	
NOTA: De ser el caso diferenciar sede central y oficinas descentralizadas OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES			
<b>6.0</b>	<b>DIFUSIÓN</b>		
6.1	Plan anual de difusión: con objetivos, acciones y metas	NO	No hay un plan
6.2	Plan anual de marketing: con objetivos, acciones y metas	NO	
6.3	Cantidad publicaciones periódicas de la institución en el año	NO	
6.4	Cantidad publicaciones NO periódicas de la institución en el año (detallar, por ejemplo, volantes, trípticos, afiches, etc.)	SI	Spot de 30 segundos en televisión con temas como. Día del Consumidor, Cómo presentar sus quejas, entre otros.
6.5	Cantidad de publicaciones vía mailing periódicas	NO	
6.6	Cantidad de publicaciones vía mailing NO periódicas	NO	
6.7	Web site	SI	Es alimentada por el encargado de Informática (Todo el Ministerio)
6.8	Cantidad de espacios especializados en protección al consumidor en medios de prensa (detallar: por ejemplo una columna semanal, 30 minutos diarios en radio, programa de 1 hora en la TV, etc)		Se realizó una única publicación de combustibles en dos periódicos, en marzo, por el alza de combustibles
6.9	Cantidad de espacios permanentes que tiene la institucion en medios de comunicación (detallar: por ejemplo una columna semanal, 30 minutos diarios en radio, programa de 1 hora en la TV, etc. e indicar si es gratuito u oneroso)	NO	Se han presentado (gratuitamente) anuncios en la Televisión en relación con el quehacer de la DIACO.
6.10	Cantidad de espacios no permanentes en medios de comunicación a los que la institucion acude	NO	
NOTA: De ser el caso, diferenciar entre la sede central y oficinas descentralizadas OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES			
<b>7.0</b>	<b>EDUCACION</b>		
7.1	Plan anual de educación: con objetivos, acciones y metas	NO	No hay un plan, pero se tiene como meta utilizar 10 grupos mencionados de 5 zonas de la ciudad

<sup>26</sup> SECAPLAN: Secretaría de Planificación  
INCAP: Instituto de Nutrición y Capacitación

Documento de trabajo para fines de discusión. Agradecemos comentarios.  
**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

			capital y 5 cabeceras departamentales, como entes multiplicadores
7.2	Cantidad de eventos internacionales organizados por la institución	NO	
7.3	Cantidad de eventos nacionales organizados por la institución	SI	2 Seminarios para la divulgación de la Ley de protección al Consumidor y Usuario. Seminarios impartidos, en los que la DIACO ha participado.
7.4	Areas/temas en las que se han realizado actividades de educación a usuarios de la institución	SI	Stad informativo, estudiantes de nivel medio y universitarios, proveedores y consumidores en general. Asesorías a nivel personal y vía telefónica.
7.5	Principales actividades/programas de educación realizados por la institución	NO	
7.6	Principales actividades/programas de educación en los que ha participado la institución (ej. Cursos en universidades, conferencias, etc)		En términos generales la institución ha participado en conferencia en: Colegio de abogados, asociación de importadores de productos electrónicos, Pepsicola, Amcham, Cámara de Industria, Prensa Libre, Call Center, personas individuales que visitan la institución.
7.7	Cantidad de usuarios beneficiados con las actividades/programas de educación	SI	500 Personas aproximadamente.
7.8	Otros indicadores de la eficiencia/efectividad (ej. Nivel satisfacción, nivel de utilidad de conocimientos adquiridos, etc)	SI	Incremento de quejas Se despertó el interés de parte de estudiantes de nivel medio y universitarios, consumidores y proveedores. Se incrementaron las consultas vía telefónica Asesoría para información de organizaciones de defensa del consumidor Requisitos y autorización de libros de quejas entre otros temas
NOTA: De ser el caso diferenciar sede central y oficinas descentralizadas OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES			
<b>8.0</b>	<b>DESCENTRALIZACION</b>		
8.1	Cantidad de oficinas en la capital	.....NO HAY OFICINAS FUERA DE CIUDAD GUATEMALA	
8.2	Cantidad de oficinas fuera de la capital		
8.3	Ciudades en las que se ubican las oficinas de la institución		
8.4	Las oficinas están interconectadas		
8.5	Existe algún tipo de convenio con otras entidades para descentralizar las oficinas de la institución ( detallar)		

<b>9.0 SERVICIO DE INFORMACION</b>		<b>Información del 01-1 al 31/12/02</b>		<b>Información de 01/1/03 Al 21/10/03</b>	
9.1	Cantidad de solicitudes de información o consultas (detallar por años)	<b>7200</b>		<b>9600</b>	
	Vía de presentación de las consultas: telefónicas, personales, por escrito, vía web, correo electrónico, etc. (detallar acumulado total en cantidades)	<b>Telefónicas 1049, Escritas:921 Web:4</b>		<b>Telefónicas 994, Personas y escritas 765, Web:25</b>	
9.2		<b>27</b>		<b>28</b>	
9.3	Materias consultadas (detallar acumulado total en cantidades)				
9.4	Tiempo promedio de atención de las consultas	<b>Por la vía telefónica A 5 minutos, consultas personales 15 A 30 minutos aprox.</b>		<b>Por la vía telefónica 5 minutos, consultas personales de 15 a 30 minutos aprox.</b>	
9.5	Tipo de solicitante de las consultas (detallar personas naturales, jurídicas, PYMES)	Personas naturales 100%		Personas naturales 95%, personas jurídicas:4.5% PYME: 0.5%	
NOTA: De ser el caso diferenciar sede central y oficinas descentralizadas OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES		SEDE CENTRAL		SEDE CENTRAL	
<b>10.0 SERVICIO DE CONCILIACION/MEDIACION (reclamos)</b>					
10.1	Cantidad de reclamos ingresados, en trámite y concluidos (detallar por año)	<b>En proceso 855,</b>		<b>En proceso 602,</b>	

Info del 21/

<sup>27</sup> Sal, azúcar, agua envasada, mal servicio en instituciones públicas, pan transporte, mala calidad en alimentos, inmobiliarias, gasolina, gas propano, telefonía celular, servicio de agua potable, colegios, servicio telefónico, energía eléctrica, mal servicio del comercio.

<sup>28</sup> Sal, azúcar, agua envasada, mal servicio en instituciones públicas, pan servicio de cable, transporte, mala calidad en alimentos, inmobiliarias, gasolina, gas propano, telefonía celular, servicio de agua potable, colegios, tarjetas de crédito, servicio telefónico, energía eléctrica, mal servicio en comercio.

Documento de trabajo para fines de discusión. Agradecemos comentarios.  
**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

			pendientes 33 (enviadas de los Departamentos; Resueltas 1010, remitidas al Ministerio Público 76.	pendientes:365 (por falta de documentación presentada por el consumidor), resuelta 795, remitidas al Ministerio públicos 15.
10.2	Cantidad de reclamos por Forma de conclusión: conciliados, no conciliados, improcedentes, etc. (detallar por año)		Por no llevar registro estadístico aproximadamente, las quejas resueltas en forma administrativa, 22% (a través de oficios entre instituciones y las que se resuelven por la vía telefónica) Conciliaciones:78%	Administrativamente 439(en forma administrativa se realizan a través de oficios entre instituciones y las que se resuelven por la vía telefónica), improcedentes: 3 verificación y vigilancia:39, Ministerio público:7, conciliación:307.
10.3	Cantidad de acuerdos conciliatorios cumplidos e incumplidos (detallar por año)		Cumplidos aproximadamente 95%; Incumplido:5%	Cumplidos: 100%
10.4	Cantidad de reclamos por Materia reclamada (detallar por años)		Sal:3; azúcar:6 Agua envasada:3; Otros:80; mal servicio en instituciones públicas:1; Pan:46; transporte:22; mala calidad en alimentos:20; inmobiliarias:2, gasolina:6; gas propano:23; telefonía:celular:26; servicio de agua:60; Colegios:1080;	Sal:1; azúcar:2; Agua envasada:3; Otros:4; mal servicio en instituciones públicas:4; pan:5; servicio de cable:7; transporte:13; mala calidaed en alimentos:23; inmobiliarias:26; gasolina:33; gas propano:35; telefonía celular:70;servicio de agua potable:85; colegios:121; tarjetas de crédito:218; servicio



Documento de trabajo para fines de discusión. Agradecemos comentarios.  
**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

		servicio telefónico:143; energía eléctrica:202; mal servicio en comercio:251.	telefónico:305; energía eléctrica:305; mal servicio en comercio:524.
10.5	Las 10 Empresas con mayor cantidad de reclamos (detallar por años)	Empresa eléctrica: TELGUA	Empresa Eléctrica TELGUA, Telefónica, Bell South, COMCEL, PCS, EMPAGUA, La CURACAO, DISTELSA, SERVICOBROS
10.6	Cantidad de reclamos por Sectores económicos reclamados (detallar por años)	99% del sector de bajos recursos económicos. 1% Recursos económicos Medio.	99% sector bajos recursos económicos. 1% recursos económicos medio.
10.7	Las 10 Empresas con mas reclamadas en los 10 Sectores económicos más Reclamados (detallar por años)	Empresa eléctrica; TELGUA, EMPAGUA, KITSA	Empresa Eléctrica, TELGUA, Telefónica, Bell South, corcel, PCS, EMPAGUA, La Curacao, DISTELSA, Servicobros.
10.8	Cantidad de reclamos según tipo bien o servicio (detallar por años)	Tipo de servicio 77%, tipo de bien:23%	Tipo de servicio:56%, tipo de bien:44%.
10.9	Cantidad de reclamos por tipo de servicio público reclamado (detallar por años)	1	4
10.10	Cantidad de Reclamos por lugar de presentación (detallar por años)	100% sede central	100% se central
10.11	Tiempo de duración de los reclamos concluidos en rangos de días: < 1 día, >1 < 7 días, > 7 días	De 7 días a más, 100%	De 7 días a más, 100%
10.12	Valor de los montos reclamados (detallar por años)	No se lleva un control del monto	No se lleva un control del monto.
10.13	Valor de los montos pactados en los acuerdos conciliatorios celebrados (detallar por años)	No se lleva el Cómputo	No se lleva el cómputo
NOTA: De ser el caso diferenciar sede central y oficinas descentralizadas		SEDE CENTRAL	
<b>OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES</b>			
<b>11.0</b>	<b>SERVICIO DE RESOLUCION DE CONFLICTOS (DENUNCIAS O PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS)</b>		

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

11.1	Cantidad de denuncias ingresadas, en trámite y concluidas (detallar por año)		
11.2	Cantidad de denuncias de oficio y de parte (detallar por año)		
11.3	Cantidad de denuncias por Forma de conclusión: fundados, infundados, improcedentes, desistimientos, etc. (detallar por año)		
11.4	Cantidad de denuncias por Materia denunciada: incluye de ser el caso además de los derechos vulnerados (información, productos riesgosos, etc) las denuncias por incumplimiento de acuerdos conciliatorios, incumplimiento de medias correctivas e incumplimiento de resoluciones finales (detallar por años)		Para dar respuesta a la mayoría de preguntas de este apartado te envío unos cuadros por Fax.
11.5	Las 10 Empresas con mayor cantidad de denuncias (detallar por años)		
11.6	Cantidad de denuncias por Sectores económicos (detallar por años)		
11.7	Las 10 Empresas con mas denuncias en los 10 Sectores económicos más denunciados (detallar por años)		
11.8	Cantidad de denuncias según tipo bien o servicio (detallar por años)		
11.9	Cantidad de denuncias por tipo de servicio público denunciado (detallar por años)		
11.10	Cantidad de denuncias por lugar de presentación (detallar por años)		
11.11	Tiempo promedio de duración de las denuncias concluidas (en numero de días) (detallar por años)		
11.12	Valor de los montos denunciados (detallar por años)		
11.13	Monto total de multas impuestas (detallar por años)		
11.14	Monto total de medidas correctivas impuestas (detallar por años)		
11.15	Tipos de medidas cautelares/medidas definitivas ordenadas: decomiso, inmovilización, cierre de establecimiento, cese de comercialización, etc.(detallar cantidades totales)		
11.16	Cantidad de denuncias de primera instancia confirmadas, revocadas, nulas por la segunda instancia administrativa y/o poder judicial		
NOTA: De ser el caso diferenciar sede central y oficinas descentralizadas			
OTRO DATO O INFORMACION DE INTERES			
<b>12.0</b>	<b>ACCIONES DE FISCALIZACION/SUPERVISION</b>		
12.1	Plan anual de fiscalizacion: con objetivos, acciones y metas	SI	VER ANEXO
12.2	Cantidad de acciones de fiscalización ingresadas, en trámite y concluidas (detallar por año)	SI	VER ANEXO
12.3	Cantidad de acciones de fiscalización por tipo de acción: investigaciones, visitas inspectivas, pesquisas, cartas preventivas, programas especiales de fiscalización, etc (detallar por años)	SI	VER ANEXO
12.4	Cantidad de acciones de fiscalización por Materia denunciada (detallar por años)	SI	VER ANEXO
12.5	Las 10 Empresas con mayor cantidad de acciones de fiscalización (detallar por años)	SI	VER ANEXO
12.6	Cantidad de acciones de fiscalización por Sectores económicos (detallar por años)	SI	VER ANEXO
12.6	Las 10 Empresas con mas acciones de fiscalización en los 10 Sectores económicos más fiscalizados (detallar por años)	--	-----
12.7	Cantidad de acciones de fiscalización según tipo bien o servicio (detallar por años)	SI	VER ANEXO
2.4	Cantidad de acciones de fiscalización por tipo de servicio público denunciado (detallar por años)		No hay Dato
12.9	Cantidad de acciones de fiscalización por lugar de presentación (detallar por años)		No hay dato
12.10	Indicadores de Impacto de las acciones de fiscalización realizadas	si	VER ANEXO
NOTA: De ser el caso diferenciar sede central y oficinas descentralizadas			

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

OTRO DATO O INFORMACIÓN DE INTERÉS

13.0		PODER JUDICIAL	
13.1	Cantidad de ingresadas, en trámite y concluidas (detallar por año)		
13.2	Cantidad de demandas por tipo de acción: contenciosa- administrativa, indemnización, incumplimiento de acuerdos conciliatorios, etc.		
13.3	Cantidad de demandas por Forma de conclusión: fundados, infundados, improcedentes, desistimientos, etc. (detallar por año)		
13.4	Cantidad de demandas por Materia denunciada (detallar por años)		
13.5	Cantidad de demandas según tipo bien o servicio (detallar por años)		
13.6	Cantidad de demandas por tipo de servicio público denunciado (detallar por años)		
13.7	Cantidad de demandas por lugar de presentación (detallar por años)		
13.8	Tiempo promedio de duración de las demandas concluidas (en numero de días) (detallar por años)		
13.9	Valor cuantía de los montos demandados (detallar por años)		
13.10	Monto total de las sanciones impuestas (detallar por años)		
13.11	Monto total de las medidas compensatorias ordenadas (detallar por años)		
OTRO DATO O INFORMACIÓN DE INTERÉS			

**Fuentes y notas:**

a/ Presupuesto de las unidades encargadas del tema Consumidor es decir, agencia (s) gubernamental, asociación de consumidores, etc.

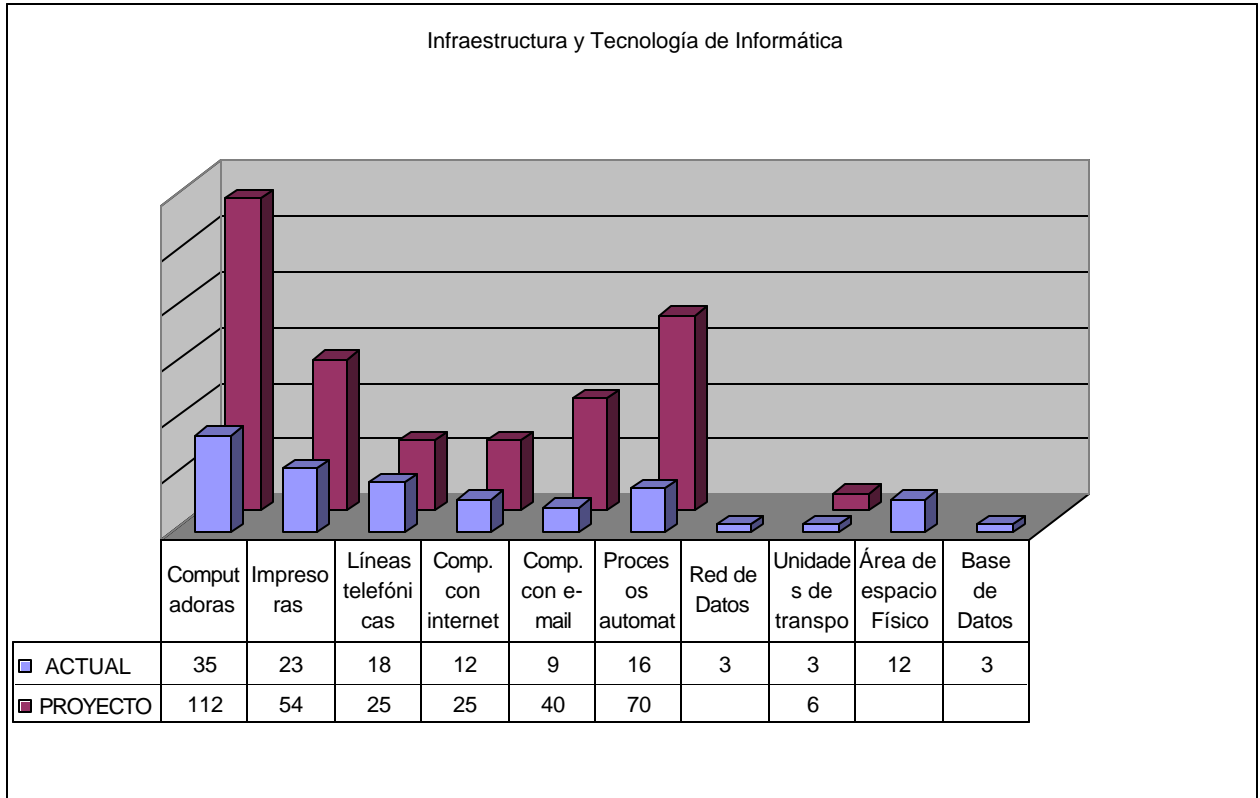
**NOTA: El cuestionario está basado en una plantilla preparada por el Sr. Ricardo Maguiña.**

**Se recomienda (no es obligatorio) utilizar el cuestionario durante la misión exploratoria**

UNCTAD. Sept. 2003

En la *Figura a continuación*, correspondiente a infraestructura y tecnología, se puede predecir que la dirección va a incrementar su capacidad de gestión de las quejas.

En el caso de las computadoras, se aumentará la capacidad de gestión de las denuncias en las agencias municipales.



## ANEXO V

### Cuadro sobre tratamiento/identificación de prácticas de competencia desleal que afecten intereses del Consumidor, tanto en mercados sectoriales: Electricidad, etc., como en los no regulados

- El marco jurídico vigente relacionado a la política de competencia en Guatemala está determinado por las siguientes normas: Constitución Política, artículos 39, 43, 118, 119 inciso h) y 130. Código de Comercio, Decreto 2-70 del Congreso de la República, Artículos 361, 362, 363, 364, 365, 366 y 367. Código Penal, Decreto 17-73 del Congreso de la República, Artículos 340, 341 y 343. Los artículos relacionados de la Constitución Política están referidos a las políticas de Competencia que buscan impedir el funcionamiento de las prácticas excesivas que conduzcan a la Concentración de bienes y medios de producción y la prohibición de los monopolios y privilegios. El Código Penal, busca sancionar los actos ilícitos que se realicen en perjuicio de la economía nacional, monopolios y especulación.

- Los actos de monopolio contrarios a la economía pública y al interés social son: El acaparamiento o sustracción al consumo de artículos de primera necesidad, con el propósito de 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 en el comercio;

- Los convenios o pactos celebrados sin previa autorización gubernativa, encaminados a limitar la producción o elaboración de algún artículo, con el propósito de establecer o sostener privilegios y lucrarse con ellos;

- La venta de bienes de cualquier naturaleza, por debajo del precio del costo, que tenga por objeto impedir la libre concurrencia en el mercado interno; La exportación de artículos de primera necesidad sin permiso de la autoridad competente, cuando se requiera, si con ello puede producirse escasez o carestía.

**NO DEBE SER UTILIZADO DE REFERENCIA**

- Adicionalmente se encuentran prohibidos el esparcimiento de falsos rumores, la propagación de falsas noticias o la utilización de cualquier otro artificio semejante, para desviar o falsear las leyes económicas naturales de la oferta y la demanda, o el quebrantamiento de las condiciones ordinarias del mercado, que produzca mediante estos manejos el aumento o la baja injustificada en el valor de la moneda de curso legal, o en el precio corriente de las mercancías, de las rentas públicas o privadas, de los valores cotizables, de los salarios o de cualquier otra cosa que fuere objeto de contratación .

- En cuanto a las concentraciones económicas, la Constitución Política prohíbe las prácticas excesivas que conduzcan a la concentración de bienes y medios de producción en detrimento de la colectividad. El Código de Comercio, por su parte, dispone la prohibición de monopolios, cárteles y otras formas de monopolios y actos desleales.

- Sin embargo, a pesar de contar con estas valiosas regulaciones contenidas en la constitución política guatemalteca, el Código de Comercio, el Código Penal y la Ley de Protección al Consumidor, no existe en Guatemala una legislación determinada de competencia, aunque existen dos proyectos de ley; uno del 2000 que está en discusión y análisis en la Comisión de Economía y del Consumidor del Congreso Nacional y otro del 2003 que está en proceso de envío al Congreso por parte del Ejecutivo. Estos proyectos se ajustan a los modelos básicos sugeridos por la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

**PRACTICAS EN EL MERCADO QUE AFECTAN A LOS CONSUMIDORES NO INCORPORADAS EN LA LEGISLACIÓN DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR <sup>29</sup>**

**Cuadro No. 1: Breve descripción fáctica de Publicidad que afectan a los consumidores**

	1999	2000	2001	2002	2003
Publicidad engañosa	0	0	0	0	0
Publicidad denigratoria	0	0	0	0	0
Publicidad discriminatoria	0	0	0	0	0
Publicidad comparativa	0	0	0	0	0

**Cuadro No. 2: Breve descripción fáctica de Prácticas de competencia desleal que afectan a los consumidores**

	1999	2000	2001	2002	2003
Engaño sobre las características del producto	0	0	0	0	No se dispone de información oficial al respecto.
Engaño sobre procedencia geográfica del producto	0	0	0	0	Idem
Engaño de certificaciones y/o acreditaciones falsas <sup>30</sup>	0	0	0	0	Idem
Confusión sobre la procedencia empresarial <sup>31</sup>	0	0	0	0	Idem
Violación de normas obligatorias <sup>32</sup>	0	0	0	0	Idem

<sup>29</sup> Analizar los vacíos legales que ha incurrido la protección del consumidor.

<sup>30</sup> Certificación ISO, etc, etc.

<sup>31</sup> Por ejemplo imitación de envases, etiquetas, entre otros.

<sup>32</sup> Incumplimiento de reglamentos técnicos obligatorios. Ejemplo: Reglamento Técnico de la Leche, empresas que incumplen compiten deslealmente. Esto afecta al consumidor. Esto se refiere al Sector Informal del País que no cumple con las normas obligatorias, reglamentos comerciales, normas tributarias y laborales.