

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PROYECTO DE GRADUACIÓN
ABUSOS, VULNERACIONES Y AFECTACIONES A LOS DERECHOS DE LOS
CONSUMIDORES DERIVADOS DE LA INSUFICIENTE REGULACION A
LOS CONTRATOS DE ADHESION

SUSTENTADO POR:

DANTE SEBASTIAN CHAVEZ BELLINO

NÚMERO DE CUENTA

31641245

SUPERVISOR

ABOG. KARLA ANDINO LAITANO

TEGUCIGALPA M.D.C.

HONDURAS, C.A.

Índice

Índice de Ilustraciones	viii
Índice de Tablas	x
Resumen Ejecutivo	xi
Introducción	xiii
Capítulo I: Planteamiento del Problema	17
1.1 Descripción de la realidad problemática	17
1.2 Formulación del problema	19
1.2.1 Problema general.	20
1.2.2 Problemas específicos.	21
1.3 Objetivos de la investigación	21
1.3.1 Objetivo General.	21
1.3.2 Objetivos Específicos.	22
1.4 Justificación de la investigación	23
1.5 Limitaciones de la investigación	24
1.6 Viabilidad de la investigación	24
Capítulo II: Marco Teórico	26
2.1 Antecedentes de la Investigación	26
2.2 Bases Teóricas	29
2.2.1 Los contratos de adhesión	29
2.2.2 Legislación de protección al consumidor a nivel internacional en relación a los contratos de adhesión.	33
2.2.3 Segmentos de mercados de consumidores que forman parte de las relaciones contractuales.	37
2.2.4 Principios, elementos esenciales de la contratación y extractos de contratos y cláusulas de adhesión.	40
2.3 Definiciones Conceptuales (según Ley de Protección al Consumidor Decreto No.24- 2008). 45	
2.4 Formulación de la Hipótesis.	46

2.4.1 Hipótesis General.....	47
2.4.2 Hipótesis Específicas.	47
2.4.3 Variables.	47
Capítulo III: Diseño Metodológico.....	49
3.1 Diseño de la Investigación.....	49
3.1.1 Matriz de congruencia metodológica.....	49
3.1.2 Tipo de diseño.....	50
3.2 Población y Muestra.....	51
3.2.1 Población.....	51
3.2.2 Muestra.....	51
3.3 Operacionalización de Variables.....	53
3.4 Técnicas para Recolección de Datos.....	57
3.5 Procesamiento y Análisis de Datos.....	58
3.6 Aspectos Éticos.....	59
Capítulo IV: Resultados.....	60
4.1 Análisis de Investigación Documental.....	60
4.1.1 Legislación a nivel nacional.....	60
4.1.2 Legislación a nivel internacional.....	64
4.2 Resultados de Encuesta.....	67
4.2.1 Análisis individual de las respuestas de la encuesta aplicada.....	68
4.3 Resultados de Entrevistas.....	91
4.4 Apuntes de Investigador.....	100
Capítulo V: Propuesta de Mejora.....	101
5.1 Formulación de la propuesta de mejora.....	101
5.2 Reformas y adiciones a la Ley de Protección al Consumidor.....	102
5.3 Conclusiones de la propuesta de mejora.....	107
Capítulo VI: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones.....	109
6.1 Discusión.....	109
6.1.1 Análisis general e interpretación de resultados.....	109
6.1.2 Análisis de variables post facto.....	111
6.1.3 Resumen e impacto de la investigación.....	117
6.2 Conclusiones.....	119
6.3 Recomendaciones.....	121

Glosario.....	123
Bibliografia.....	124
Anexos	126

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: DGPC y un breve resumen de sus procesos	33
Ilustración 2: Comportamiento del consumidor chileno entre 2010-2012	36
Ilustración 3: Clausula de Adhesión en Contrato de Tarjeta de Crédito.....	43
Ilustración 4: Matriz de Congruencia Metodológica	50
Ilustración 5: Técnicas para Recolección de Datos	58
Ilustración 6: Profesionales del Derecho	68
Ilustración 7: Conocimiento sobre legislación nacional de derecho de los consumidores	69
Ilustración 8: Profesionales del derecho siendo solicitados para asesorías jurídicas en temática de derechos del consumidor.	71
Ilustración 9: Profesionales del derecho que han sido representantes procesales en temática de derechos del consumidor	72
Ilustración 10: Profesionales del derecho que saben lo que es un contrato de adhesión ...	74
Ilustración 11: Profesionales del derecho que conocen legislación internacional en materia de derechos del consumidor y contratos de adhesión.	75
Ilustración 12: Profesionales del derecho que conocen los procesos y acciones legales relacionados a los contratos de adhesión.	77
Ilustración 13: Percepción de los profesionales del derecho sobre los contratos y cláusulas de adhesión siendo contrarios a los elementos esenciales de la contratación, específicamente el consentimiento	78
Ilustración 14: Voluntad de los consumidores viéndose vulnerada al adquirir bienes, productos y servicios a través de los contratos de adhesión	80
Ilustración 15: Profesionales del derecho a quienes se les ha vulnerado/afectado sus derechos como consumidores a la hora de adquirir bienes, productos o servicios.	81
Ilustración 16: Profesionales del derecho que se han sujetado a contratos de adhesión a falta de opciones alternas	83
Ilustración 17: Percepción de los profesionales del derecho sobre el nivel de transparencia de los proveedores de contratos de adhesión.	85
Ilustración 18: Profesionales del derecho sobre la suficiencia de la legislación actual en torno a los contratos y cláusulas de adhesión.	87
Ilustración 19: Profesionales del derecho teniendo voz y voto en la creación de los contratos y cláusulas de adhesión que han firmado al adquirir bienes, productos y servicios.	88

Ilustración 20: Profesionales del derecho sobre las razones principales por las cuales los derechos de los consumidores se ven vulnerados/afectados a través de los contratos de adhesión.	90
---	----

Índice de Tablas

Tabla 1: Operacionalización de Variables	53
Tabla 2: Resultados de encuesta profesionales del derecho.....	68
Tabla 3: Resultados de encuesta conocimiento sobre legislaciones de protección al consumidor a nivel nacional.	69
Tabla 4: Resultados de encuesta abogados que han sido solicitados para asesorar en casos de protección al consumidor.	71
Tabla 5: Resultados de encuesta abogados que han sido representantes procesales en temática de derechos del consumidor.	73
Tabla 6: Resultados de encuesta abogados que tienen conocimiento de los contratos de adhesión.	74
Tabla 7: Resultados de encuesta abogados que conocen legislación internacional en materia de derechos del consumidor y contratos de adhesión.	76
Tabla 8: Resultados de encuesta profesionales del derecho que conocen los procesos y acciones legales relacionados a los contratos de adhesión.....	77
Tabla 9: Resultados percepción de los profesionales del derecho sobre los contratos y cláusulas de adhesión siendo contrarios a los elementos esenciales de la contratación, específicamente el consentimiento.....	79
Tabla 10: Resultados voluntad de los consumidores viéndose vulnerada al adquirir bienes, productos y servicios a través de los contratos de adhesión	80
Tabla 11: Resultados profesionales del derecho a quienes se les ha vulnerado/afectado sus derechos como consumidores a la hora de adquirir bienes, productos o servicios.	82
Tabla 12: Resultados profesionales del derecho que se han sujetado a contratos de adhesión a falta de opciones alternas.	83
Tabla 13: Resultados percepción de los profesionales del derecho sobre los contratos y cláusulas de adhesión siendo contrarios a los elementos esenciales de la contratación, específicamente el consentimiento.....	85
Tabla 14: Resultados profesionales del derecho sobre la suficiencia de la legislación actual en torno a los contratos y cláusulas de adhesión.	87
Tabla 15: Resultados profesionales del derecho teniendo voz y voto en la creación de los contratos y cláusulas de adhesión que han firmado al adquirir bienes, productos y servicios.89	
Tabla 16: Resultado resumido de las entrevistas aplicadas	92
Tabla 17: Reformas y adiciones a la Ley de Protección al Consumidor.....	102
Tabla 18: Análisis de variables posterior a investigación y resultados.....	111

Resumen Ejecutivo

La contratación privada es la esencia de donde emanan las obligaciones entre partes. Sin ello las relaciones de consumo serian un desastre o no existiría la economía como tal, considerando que cada persona natural o jurídica procedería a actuar de manera parcializada a fin de sus propios intereses. Cuando hablamos de los contratos de adhesión en particular, el tema de los derechos de los consumidores es aún más relevante, porque de ellos emanan obligaciones accesorias que muchas veces los consumidores desconocen o no desean adquirir.

El presente trabajo investigativo tiene por objeto identificar cuáles son las causas que generan abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores en torno a los contratos de adhesión, y posteriormente realizar una serie de recomendaciones para lograr solventar la problemática planteada. El reto mayor radica en que en Honduras aún no existe una separación entre los distintos tipos de obligaciones, y los consumidores quedan a la deriva puesto que muchas veces los contratos de adhesión se vuelven una “condición o requisito” para que el consumidor pueda adquirir una obligación principal.

Cabe mencionar que estamos cada vez más orientados a una economía digital y globalizada, y la mayoría de consumidores no tienen ni la más mínima idea de cómo defender sus derechos, quedando muchas veces sometidos a contraprestaciones no contempladas a las cuales no se pueden negar sin dar por finalizada la relación comercial

con determinados proveedores de bienes, productos y servicios. En otras palabras, se necesita evolucionar al punto en que los consumidores no tengan que quedar más a la deriva, y que tengan voz y voto a la hora de celebrar actos y contratos.

Para el desarrollo de la presente investigación, me base en la aplicación de la metodología de la investigación jurídica, con el propósito de comprender a fondo las raíces del problema planteado. Es sumamente importante analizar el fenómeno desde un ángulo holístico y de esa manera llegar a conclusiones más concretas.

La investigación científica se ha realizado con un enfoque cualitativo, puesto que este método permite encontrar múltiples fuentes de información de manera más eficaz. También se ha tomado en cuenta que, considerando que estamos investigando un fenómeno social, el enfoque cuantitativo es innecesario. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a expertos legales como técnicos en el área, y de esta forma se logró comprender más a fondo la problemática planteada.

De forma adicional, también se aplicaron encuestas a profesionales del derecho en condición de consumidores para lograr medir el conocimiento que los mismos tienen de la problemática planteada. Una vez se obtuvo la información deseada, se procedió a hacer las recomendaciones y propuesta de mejora pertinentes.

Introducción

El presente trabajo de investigación cuenta con un total de seis capítulos, los cuales muestran la problemática legal y social en la que radican los derechos de los consumidores en torno a los contratos de adhesión y su naturaleza atípica. El primer capítulo va orientado al planteamiento del problema, mostrando los objetivos generales y específicos en que se basan las hipótesis. En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, en donde se conceptualizan temas relacionados a los contratos de adhesión, derechos de los consumidores, legislaciones internacionales, modelos, y las dificultades que esta modalidad de contratación representa al consumidor como tal.

Por otra parte, el tercer capítulo es donde se formulan las hipótesis generales, específicas al igual que las variables. En segunda instancia también se desarrolla el diseño metodológico de la investigación, siendo cualitativo de la teoría fundamentada, basándose en la aplicación de encuestas y entrevistas para obtener la información deseada en la muestra de la población seleccionada. El capítulo cuarto es donde presento los resultados del análisis documental jurídico al igual que el de las entrevistas y encuestas. Se tabularon los datos a fin de que sean fáciles de leer y comprender a ustedes como lectores.

Finalmente, en los capítulos quinto y sexto, se realizaron las recomendaciones, propuesta de mejora y conclusiones en donde de manera concisa se lograron cumplir todos los objetivos de la investigación como tal. En la parte final del documento se encontraron las soluciones al conflicto jurídico pudiendo concluir con autoridad que el proyecto ha sido un éxito total.

Capítulo I: Planteamiento del Problema

En el primer capítulo del presente proyecto de investigación se estará planteando la problemática jurídica y social sobre las afectaciones, vulneraciones y abusos que se derivan de la insuficiente regulación y aplicación errada de los contratos de adhesión en perjuicio de los consumidores. Se describirá la realidad problemática, se formulará el problema planteándose los objetivos, viabilidad y limitaciones dentro de la misma investigación con la finalidad de ir desarrollando el contenido y encontrar posibles soluciones al presente fenómeno.

1.1 Descripción de la realidad problemática

Desde el comienzo de las relaciones comerciales humanas a través de la historia, siempre se ha necesitado un balance en las relaciones contractuales para garantizar transparencia, y que, bajo objeto, consentimiento y causa, ambas partes relacionadas en la actividad misma posean igualdad de condiciones en su capacidad para que no exista ventaja o desventaja a la hora de la perfección de las obligaciones mutuas y recíprocas. Si bien es cierto, nuestra legislación es muy rica en cuanto a las distintas modalidades de contratos, aún existen lagunas de interpretación y aplicación en muchas de las variables, siendo el área mercantil y de los consumidores ninguna excepción a la regla, según podemos observar en La Ley de Protección al Consumidor y su debido reglamento vigente.

Los contratos principales y accesorios, acorde a su naturaleza jurídica siempre han estado directamente relacionados tomando en cuenta que el segundo se deriva del primero

existiendo una estrecha semejanza para cumplir determinado objetivo. El Artículo 7 de La Ley de Protección al Consumidor nos indica que los contratos de adhesión no son la excepción, en las cuales las estipulaciones son establecidas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor pueda discutir o modificar las cláusulas a la hora de prestarse obligaciones mutuas.

En Honduras, ha existido una tendencia notoria de la falta de capacidad que tiene el estado para poder establecer monitoreo en determinadas relaciones contractuales, siendo la relación entre proveedores de productos y servicios y los consumidores una de las más obviadas a pesar de la relevancia e impacto que esta tiene en la economía nacional. En el sentido amplio, podemos definir a los proveedores de bienes, productos y servicios como la parte fuerte de la actividad contractual, y a los consumidores como la parte débil de la misma. Por otra parte, la pandemia del coronavirus (COVID-19), ha venido a magnificar y a exponer esta problemática de manera evidente, dificultándole al consumidor poder hacer valer sus derechos debido al caos institucional que el impacto del virus ha generado.

No es sorpresa observar que cuando un consumidor desea adquirir un determinado producto o servicio, debe firmar un contrato principal con el proveedor para poder adquirirlo. El mayor fenómeno no es este, sino que usualmente los proveedores utilizan la obligación u obligaciones principales como puente para imponer un contrato de adhesión como requisito al consumidor para que se pueda perfeccionar la operación. Basado en mi aprendizaje universitario previo, puedo definir el contrato de adhesión como un contrato bilateral y oneroso, en el cual solamente una de las partes establece las cláusulas como un acto de voluntad unilateral, al cual la otra parte se debe someter para poder perfeccionar el contrato principal. En otras palabras, si la parte consumidora no se somete al contrato de

adhesión, el proveedor se niega a ofrecer el producto o servicio, vulnerando ciertos elementos esenciales como lo es el consentimiento y voluntad de una de las partes.

En la presente investigación, se analizarán los abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores para el período 2020, derivados de los contratos de adhesión y la falta de límites que conllevan a estos conflictos jurídicos. También se hará un análisis técnico jurídico con base en derecho comparado de legislaciones extranjeras para poder encontrar posibles soluciones a la aplicabilidad de esta modalidad contractual.

1.2 Formulación del problema

El desafío concerniente a la falta de regulación, reglamentación y limitaciones a los contratos de adhesión causa que la parte fuerte en la actividad contractual tenga ventaja sobre el consumidor. Si bien es cierto la normativa vigente hace ciertas menciones a lo que estos contratos son, sus limitaciones son escasas. La Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento facultan al consumidor o parte débil en la relación contractual para iniciar acción administrativa y judicial en caso de sentir que sus derechos son vulnerados, pero no logra resolver el cumplimiento o satisfacción de la necesidad del contrato principal que va de la mano de la obligación inicial. Las demás variables serán estudiadas, medidas y puestas a prueba en la presente investigación para encontrar posibles soluciones a estas vulneraciones a los derechos de los consumidores.

Con base en lo anteriormente mencionado, el objeto de investigación será identificar los abusos, vulneraciones, y afectaciones a los derechos de los consumidores/profesionales del derecho en el área del distrito central de Honduras, haciendo énfasis en las agravaciones y

consecuencias devastadoras derivadas de la pandemia del coronavirus (COVID-19) en torno a la aplicación errada y leonina de los contratos de adhesión.

Los problemas más comunes en este tema se dan a todos los niveles de relaciones contractuales. Por ejemplo, en el rubro bancario, de seguros, casas comerciales, servicios de telecomunicaciones, entre otros. Al existir un contrato principal, en caso de que el consumidor no quiera adherirse al contrato accesorio, en este caso el de adhesión, es el consumidor quien dejara de recibir el producto o servicio principal por no someterse a las cláusulas accesorias, quedando el mismo en una situación crítica y de desventaja violentándose lo que es el consentimiento y la voluntad bilateral que debe primar para que el contrato se perfeccione concordando con la mayor parte de legislaciones a nivel mundial. Ante esta disyuntiva y notoria laguna legal, ¿Cuál es la correcta aplicación de las normas de los consumidores para que no se incurran en estos abusos y exista en la practica un respeto a la voluntad de ambas partes y no solo de una?

1.2.1 Problema general.

Ante los constantes abusos en la parte fuerte que impone los contratos de adhesión al consumidor, es necesario investigar el origen, casos, tendencias, y resultados de los conflictos existentes. Para efectos de esta tesis, la investigación se realizará en el distrito central, departamento de Francisco Morazán, buscando apoyo de expertos en el tema al igual que de consumidores que se ven afectados por la problemática propuesta.

Es una realidad de que esta laguna legal deja una gran brecha de preguntas y problemas que aún no tienen solución. El consumidor debe tener libertad contractual y voz y voto a la hora de adquirir servicios y productos y la presente investigación girara alrededor de todos

estos retos y dificultades que los mismos sufren en la mayor parte de los casos sin saber o sin tener conocimiento alguno de los mismos, hasta que a posteridad se ven afectados directa o indirectamente a consecuencia de cláusulas leoninas y abusivas, por dar un par de ejemplos.

¿Esta condenado el consumidor a tener que someterse a contratos de adhesión para lograr obtener bienes productos y servicios, o existirán soluciones para que las obligaciones puedan ser cumplidas sin violentar los elementos esenciales de la contratación?

1.2.2 Problemas específicos.

¿Cuáles son las limitaciones que la legislación vigente tiene en torno a los contratos de adhesión y cuál sería el mecanismo legal más eficiente para restablecer los derechos de los consumidores?

¿Qué otras legislaciones a nivel mundial están más avanzadas en el tema para poder analizar el problema desde un ángulo de derecho comparado?

¿Cuál o cuales son las formas concretas en la que los consumidores son más afectados derivados de la falta de reglamentación apropiada y limites a los contratos y cláusulas de adhesión?

¿Cuáles son las posibles soluciones para garantizar de que predominen y no se violenten los principios elementales de los contratos y en el camino, en qué lugar queda el consumidor?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General.

Examinar la problemática planteada a través de distintos ángulos legales, para la determinación de un marco jurídico realista y aplicable a la practica en las relaciones contractuales entre proveedores y consumidores, identificar los limites y reglamentación a

los contratos de adhesión para que su aplicación no sea contraria a la normativa vigente y a los derechos de los consumidores como tal.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Examinar la normativa de protección al consumidor vigente de Honduras para identificar la viabilidad de su aplicación actual y futura, o recomendar reformas, a las leyes con el fin de tratar que se solucione la problemática existente definiendo y conceptualizando de igual forma los contratos y cláusulas de adhesión.
- Analizar las legislaciones mercantiles y de protección al consumidor de países a nivel internacional que tengan mejores avances en torno al tema de los contratos de adhesión y su aplicación práctica y concreta, proponiéndolas como ejemplos que pueden ser implementados a futuro a nivel nacional.
- Identificar cuáles son los segmentos de consumidores que participan en las relaciones contractuales, y medir el conocimiento que los profesionales del derecho y consumidores tienen con respecto a las posibles afectaciones causadas por los contratos de adhesión.
- Realizar un análisis exhaustivo de modelos de contratos y cláusulas de adhesión con la finalidad principal de sacar extractos de los mismos, analizar su naturaleza jurídica y fortalecer la hipótesis planteada de que tanto legalmente, como de manera práctica, son contrarios a los elementos y principios esenciales de los contratos y de los derechos de los consumidores.

1.4 Justificación de la investigación

El presente trabajo tiene como objetivo examinar la problemática jurídica existente alrededor de las contradicciones que generan los contratos de adhesión en torno a los consumidores. Es de suma importancia poder medir el conocimiento y desconocimiento que tienen los consumidores sobre esta modalidad de contratos, y posteriormente a la educación del segmento de población afectado, a través de un marco jurídico orientado al aspecto práctico, se deben comprobar las tesis propuestas con posibles soluciones y recomendaciones. El segmento de consumidores serán los usuarios de instituciones financieras y consumidores de las casas comerciales.

La mayor parte de las contradicciones radican en un tema de hermenéutica y principios elementales de los contratos. Por una parte, en ciencias jurídicas aprendemos que los contratos son actos de voluntad entre dos partes, en la que se prestan obligaciones mutuas para lograr su perfeccionamiento. Los contratos de adhesión vienen a servir de antítesis a lo anteriormente expuesto en virtud que los consumidores deben aceptar las cláusulas de las mismas para poder celebrar el contrato principal. En caso de no hacerlo, el proveedor no ofrece los bienes y servicios y el consumidor queda sin voz ni voto en la transacción. Exponiendo esta laguna legal, es sumamente necesario estudiar las legislaciones nacionales, internacionales y las estadísticas de campo para lograr encontrar salidas a esta encrucijada que es obviada por la sociedad en general.

Por consiguiente, independientemente de que este tema sea obviado de manera consciente o inconsciente por la sociedad, es deber de nosotros los profesionales del derecho y juristas, tomar acciones y proponer hipótesis que sean sujetas a un marco teórico que las respalde desde una perspectiva jurídica, social y personal. Es por eso que la presente

investigación se justifica con la finalidad de que el patrimonio y la voluntad de los consumidores no se vean vulneradas de maneras aparentemente legales.

1.5 Limitaciones de la investigación

En Honduras no existe claridad estadística para medir el comportamiento de los consumidores en virtud que no existe cultura ni conocimiento del tema por parte de las personas cuando hablamos sobre los contratos de adhesión. De igual manera la clase empresarial o proveedores de bienes y servicios tienden a evitar conflictos mayores llegado a la conciliación extrajudicial, lo cual dificulta la facilidad de conseguir información en el distrito central. Por otra parte, la pandemia del coronavirus (COVID-19) y el cierre parcial de las instituciones del estado en el 2020 limitaran la cantidad de información disponible.

1.6 Viabilidad de la investigación

Considerando que la investigación está basada en leyes existentes las cuales son flexibles y se pueden adaptar a las necesidades de los consumidores, mediante el análisis de legislaciones internacionales, se podrán hacer sugerencias en torno a las posibles reformas necesarias para asegurar que los contratos de adhesión no sigan contradiciendo los principios y elementos esenciales de la contratación.

Para ampliar lo antes expuesto, se realizarán entrevistas a expertos en la materia al igual que a los consumidores, con la finalidad de medir el conocimiento o desconocimiento sobre el tema propuesto, y ofrecer sugerencias en torno a la educación de la población, también

atacando el problema de una manera social, no solamente jurídica. Las encuestas empíricas vendrán a complementar el análisis jurídico para fortalecer la hipótesis planteada.

Considerando que Honduras es aún muy joven o “verde” en torno a lo que es el tema de los derechos de los consumidores relacionado a los contratos de adhesión, se tomarán en cuenta múltiples posturas para fortalecer la parte de investigación, del marco teórico y las recomendaciones finales, siempre orientadas a proteger el patrimonio y voluntad de los consumidores como parte débil en la realización y perfección de los contratos.

Capítulo II: Marco Teórico

En el presente marco teórico, se estarán presentando los antecedentes de la investigación con la finalidad de comprender los orígenes de la normativa legal con la que se cuenta en la actualidad y encontrar los problemas jurídicos que estos antecedentes causan en torno al proyecto a investigar. Por otra parte, se desarrollarán las bases teóricas, las cuales conceptualizarán y definirán la terminología pertinente a la investigación. Estas bases teóricas contarán con múltiples fuentes de información orientadas a un enfoque cualitativo que servirán para formular las hipótesis necesarias para ser puestas a prueba de manera eficiente. De igual manera, el marco teórico tendrá un enfoque analítico y educativo, a manera de simplificar la comprensión del problema planteado y de esta forma respaldar los resultados y variables que se derivaran del proceso como tal.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Con la creación de la Constitución de la República de Honduras y su entrada en vigencia en 1982, se comenzaban a hacer referencias sobre el reconocimiento del estado al fomentar las libertades de consumo emanando de los principios de la carta magna misma. El Art. 331 nos establece y aclara que *“el ejercicio de las libertades no podrá ser contrario al interés social ni lesivo a la moral, la salud o la seguridad pública”*. Este mismo artículo hace una mención inicial sobre lo que es la libertad de consumo estableciendo las bases aun vagas para abrir las puertas a futuras legislaciones que regularían esta actividad en particular.

En segunda instancia, entraron en vigencia leyes como el Código Civil, Código de Comercio y la Ley de Protección al Consumidor que comenzaban a brindarnos principios como la autonomía de voluntad, la libertad contractual, y el “*indubio pro consumidor*”, que nos indica que, ante la duda en la interpretación del contrato, se favorecerá a la parte más débil o quien no redactó las cláusulas. El catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) José María Díaz Castellanos, en su artículo denominado “Contratos por Adhesión” nos indica textualmente: “*una contratación mediante el uso de formularios, permite a una empresa tener un poder absoluto en el contenido del contrato. Una opción es que haya una oficina encargada de aprobar los modelos de contratos o formularios y que puedan ser lesivos al público*”. (Díaz Castellanos, 2019), dejando claro de que la práctica de los contratos de adhesión no necesariamente son una modalidad que respete los principios anteriormente mencionados.

Cabe mencionar que los antecedentes anteriormente mencionados le dan ciertas ventajas al consumidor para poder defender sus derechos, siendo estos pasos preliminares y muy relevantes para evitar los abusos unilaterales. Tomando en cuenta esto, considero que es notorio que aun con estos grandes avances, se debe evolucionar al punto en que los contratos de adhesión no obliguen al consumidor a ceder parte de sus derechos para adquirir bienes, productos y servicios.

Cuando hablamos sobre los contratos de adhesión es sumamente importante comprender el origen del mismo término como tal. En las doctrinas a nivel mundial es muy común encontrar terminología muy común dependiendo de las determinadas ramas del derecho. La expresión de los contratos de adhesión proviene de la doctrina francesa y

fue utilizada por primera vez por Raymond Saleilles, quien en su *De la Declaration de la Volonte* de 1901 estableció que “*son aquellos en los cuales hay predominio de una sola que actúa como voluntad unilateral obligando a la otra parte a la adhesión de la ley del contrato, apoderándose de este compromiso ya creado sobre el mismo*”. (Saleilles 1901).

Haciendo un breve análisis de lo anteriormente expuesto por Saleilles, desde comienzos del siglo 20 que ya el comercio iba evolucionando a maneras más formales, se hacían observaciones preliminares a este fenómeno contradictorio, a tal punto que el mismo Saleilles mencionaba que “*algunos contratos simplemente eran el nombre*”. En pocas palabras se plantea la idea de que esta modalidad contractual se vuelve más un acto unilateral de voluntad ajeno a los intereses legítimos de ambas partes, y fueron expuestos desde hace varias décadas, siendo hoy en edad contemporánea el tiempo y espacio en donde se generan mayores conflictos éticos, morales y jurídicos. (Saleilles 1901)

Es de suma relevancia comprender que en el entorno marco, o nivel internacional, no siempre existió el derecho de los consumidores. Los estudios realizados por Saleilles mencionados en los párrafos anteriores fueron solamente una base para lo que vendría después. Cabe mencionar también que ni siquiera Latinoamérica fue pionero a nivel marco pues fue en Europa donde se comenzaron a dar los primeros avances en la materia. “*Diversos organismos internacionales formularon sus propias listas de derechos de los consumidores...las siguientes: La Carta de Protección a los Consumidores en 1973, Programa Preliminar de la Comunidad Económica Europea para una política de protección e información a los consumidores en 1975... y en 1985 la Resolución sobre protección al consumidor A/RES/39/284 de la Asamblea General de las Naciones Unidas*”. (López Camargo, 2003)

Uno de los países pioneros en el tema de proteger los derechos a los consumidores como antecedente macro fue España, en vista de que por primera vez mencionaron en el Artículo 51 de la Constitución de 1978: *“Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.”* (López Camargo ,2003). Posteriormente a España, algunos países fueron adoptando medidas similares a nivel latinoamericano, y serán descritas en las bases teóricas del presente capítulo.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Los contratos de adhesión.

2.2.1.1 Definición de contratos de adhesión.

Es sumamente importante lograr comprender de forma sencilla pero práctica, lo que representa un contrato de adhesión y asimismo poder facilitar la comprensión de los efectos jurídicos que los mismos causan en las partes contratantes. Verónica Echeverri, de la Facultad de Derecho de la Universidad de Medellín resume la definición de los contratos de adhesión en cuatro puntos torales. El contrato de adhesión es aquel en el cual las cláusulas son creadas por la empresa de manera unilateral, existiendo predisposición por parte del consumidor a través de una disparidad de fuerzas aplicada a una pluralidad de negocios como tal (Echeverri 2010). Este presupuesto nos da una idea bastante clara de lo que representa un contrato de adhesión como definición genérica, la cual puede ser interpretada para fines de nuestra investigación, una modalidad polémica con un exceso de áreas grises a la hora de perfeccionarse el mismo.

Por otra parte, La Ley de Protección al Consumidor de Honduras, Decreto 24-2008, define los contratos de adhesión en el Artículo 7: *“es aquel cuyas condiciones o estipulaciones son establecidas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor(a) pueda discutir o modificar las cláusulas o condiciones esenciales en el momento de contratar”*, estableciendo un criterio directo en el cual el consumidor no tiene voz ni voto en la creación del contenido del mismo. Interpretando este presupuesto en sentido estricto, el mensaje derivado del mismo es claro y directo en contra del consumidor.

2.2.1.2 De las Cláusulas y Prácticas Abusivas.

En concordancia con lo anteriormente establecido, la unilateralidad de una de las partes a la hora de plasmar el contrato en físico, puede resultar en posibles prácticas abusivas que perjudican a la parte débil en la relación contractual. Según la Ley de Protección al Consumidor de Honduras, Decreto 24-2008, en sus artículos 68 y 69, algunos ejemplos claros de esto pueden ser condicionar la adquisición de bienes o servicios a la de otros bienes y servicios no requeridos por el consumidor, negar la provisión de bienes o servicios al consumidor, discriminar al consumidor, obligar al consumidor a firmar en blanco, circular información o desprestigiar al consumidor, entre otros.

Desde la perspectiva de las cláusulas plasmadas en el contrato, el Artículo 69 es claro definiendo que las cláusulas se tendrán por no convenidas cuando importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor que amplíen los derechos del proveedor; desnaturalicen las obligaciones; cuando tengan preceptos que busquen invertir la carga de la prueba al consumidor; que le den preferencia al proveedor en el derecho de interpretar el significado, alcance y cumplimiento de las cláusulas, que otorguen al proveedor la

facultad de modificar unilateralmente el contrato durante el lapso de su vigencia; que busquen desviar las acciones judiciales en jurisdicción distinta a la del consumidor; que impongan al consumidor un representante o apoderado para que lo sustituya en el ejercicio de sus derechos que emanan del contrato; y en las operaciones financieras y de crédito para el consumo impongan al consumidor un determinado proveedor de bienes o servicios cuando sean requeridos como accesorios para la provisión de otros bienes o servicios, sin darle la libertad para elegir. Estas restricciones en el papel podrían dar por concluida la disyuntiva jurídica, pero aun así no son suficientes para solventar el conflicto ético y jurídico que emana de esta modalidad atípica de contratación. (Echeverri 2010)

2.2.1.3 De la autoridad de aplicación y los procesos administrativos y judiciales.

Al igual que en otros países, Honduras ya cuenta con una autoridad de aplicación en torno a las leyes y reglamentos vigentes para la protección al consumidor. Esta autoridad de aplicación tiene ciertas limitaciones prácticas que serán desarrolladas posteriormente, pero definidas en los siguientes párrafos para lograr comprender sus alcances. El Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor, Acuerdo No. 15-2009 faculta a la Secretaria de Estado de Industria y Comercio (ahora llamada Secretaria de Desarrollo Económico), a través de la Dirección de Protección al Consumidor para llevar a cabo todos los procesos administrativos con la finalidad de lograr soluciones alternas de conflictos ajenas a la vía judicial.

Sara Carranza, en su artículo *“Como denunciar los abusos contra el consumidor”* establece el proceso por el cual alguien que considera que sus derechos han sido

vulnerados puede acudir a la autoridad de aplicación para tomar cartas en el asunto. Ella nos indica que primero se debe interponer un reclamo formal ante la misma institución que supuestamente está cometiendo una infracción en contra del consumidor. En caso de que no se logre pronta resolución, el consumidor está facultado para interponer una denuncia formal ante la autoridad de aplicación. Sara Carranza cita de manera textual:

“La denuncia se puede hacer presencial, a la DPC...También puede hacerse vía correo electrónico...o llamando a la línea gratuita 115. El reclamo también puede hacerlo en el libro de queja que tienen los establecimientos”. (Carranza, 2016)

La segunda parte del artículo hace alusión a los requisitos necesarios para la interposición de la denuncia, la cual indica que se debe llenar un formulario, relato de los hechos, la petición, firma y documentos de soporte, como una factura, contrato u otros. De igual manera, una vez se interpone la denuncia, la DGPC cita a ambas partes para una audiencia conciliatoria. En caso de que no se presente la parte denunciante se archivan las actuaciones y se da por finalizado el reclamo. En caso de que el denunciado no se presente será multado en concordancia con la norma vigente, esto sin perjuicio de la acción que el consumidor posteriormente puede incoar por la vía civil o penal en caso de que así sea aplicable. (Carranza, 2016)

La siguiente ilustración nos muestra algunas de las facilidades que la Secretaría de Desarrollo a través de la DGPC proporciona al consumidor para poder iniciar la acción administrativa en caso de que sienta que sus derechos han sido violentados, incluidos los derivados de los contratos de adhesión adaptados a las necesidades actuales derivadas de la pandemia del COVID-19:

Ilustración 1: DGPC y un breve resumen de sus procesos



Fuente: (Pagina Web Secretaria de Desarrollo Económico de Honduras, Protección al Consumidor)

2.2.2 Legislación de protección al consumidor a nivel internacional en relación a los contratos de adhesión.

2.2.2.1 Los contratos de adhesión y normativa de protección al consumidor en Colombia.

Para nuestro entorno a nivel de Latinoamérica, típicamente es muy común encontrar mayores similitudes que diferencias en las leyes, pues como aprendimos en el aula de clases, la mayoría de las mismas se derivan del derecho romano y no anglosajón como en otros países norteamericanos como Estados Unidos, por mencionar un ejemplo. En este

segmento del presente marco se estará realizando un breve análisis de la legislación de protección al consumidor en Colombia desde la perspectiva doctrinaria, con la finalidad de identificar si este país tiene las mismas lagunas o es caso contrario al de Honduras. Los autores del Artículo llamado *“Contrato por adhesión y relación de consumo en el Estatuto del Consumidor Colombiano”* de la Revista de Ciencias Sociales (RCS), posteriormente a proporcionar varios antecedentes históricos en su país, definen el contrato de adhesión según el Art. 5 de la Ley 1480 de 2011, como *“aquella en que las cláusulas son dispuestas por el productor o proveedor, de manera que el consumidor no puede modificarlas, ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas”* (Álvarez, Herrera, 171). Curiosamente, están definiéndolo de una manera casi idéntica a lo que establece nuestra legislación interna, a diferencia que hace mención expresa que el consumidor no puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas. En este sentido se plantea el mismo problema, en el cual el consumidor debe de igual forma ceder a ciertos de sus derechos para que la actividad se pueda llevar a cabo. Jassir Álvarez, en el mismo artículo anteriormente propuesto hace referencia al Art. 1 de la misma ley 1480 de 2011, en donde establece los objetivos generales de la ley que son los siguientes:

- Proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos.
- La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
- El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta Ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.
- La educación del consumidor.

- La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que les afecten.
- La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia. (Álvarez, Herrera, 172)

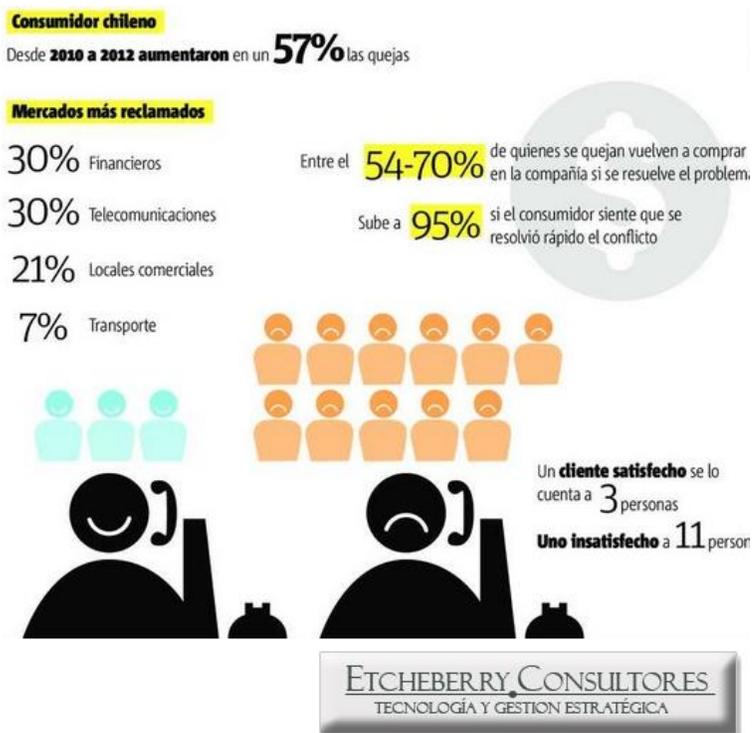
Como podemos observar en el último inciso, una de las peculiaridades de esta legislación colombiana es la implementación de la figura del infante y el adolescente a través de la inclusión como consumidor, reconociendo que también el infante y el adolescente tienen capacidad de ser parte de una relación contractual como tal, sin perjuicio de las restricciones que la legislación colombiana tiene hacia los menores de edad. (Álvarez, Herrera, 172). Esta figura no es tan obvia y visible en la legislación de Honduras, mostrando una leve diferencia en cuanto a nuestro entorno y ámbito de aplicación de la norma como tal.

2.2.2.2 El comportamiento de los consumidores en Chile

Al igual que en Colombia, Chile siempre se ha caracterizado por ser un país muy avanzado en la región latinoamericana en torno a legislaciones y derecho en general. Esto se comenta en las noticias, las aulas de clase, inclusive entre eminencias en la materia y para fines de la presente investigación, no se puede dejar a un lado. Se procurará mostrar información pertinente al comportamiento de los consumidores chilenos, que como segmento de población tienden a conocer mejor sus derechos y existe una mayor cultura de institucionalidad.

Etcheberry Consultores, Tecnología y Gestión Estratégica, en sus noticias seleccionadas denominada *‘Las Características del Consumidor Chileno’* dan una serie de datos que fortalecen la idea de que en Chile es más fácil tener datos sobre el comportamiento de los consumidores cuando sus derechos han sido violentados. Según sus estudios, citado textualmente, *“La principal característica es que el 95% se queja cuando sus derechos son vulnerados, mientras que el 53% lo hace directamente en la empresa”* (Etcheberry Consultores, 2013). Esto da una tendencia clara que la ciudadanía chilena ya ha impregnado en su cultura los beneficios de hacer valer la legislación que los ampara en todo momento, facilitando soluciones a los conflictos derivados de las relaciones contractuales en general. Pasando a lo más específico, los contratos de adhesión son una parte significativa de determinado comportamiento.

Ilustración 2: Comportamiento del consumidor chileno entre 2010-2012



Fuente: (Etcheberry Consultores, Tecnología y Gestión Estratégica, 2013)

Haciendo un análisis de la información mostrada en la ilustración anterior, podemos observar que la mayoría de estos conflictos se dan donde existen contratos de adhesión, siendo estos los rubros financieros, de telecomunicaciones y locales y casas comerciales. (Etcheberry Consultores, 2013). Los estadísticos muestran con claridad una tendencia que trasciende el aspecto micro o local, y que es algo que también ocurre en países más desarrollados que Honduras, como ser Chile para fines de la presente investigación. Esto me lleva a cuestionar si parte del origen del tema de investigación se debe a falta de conocimiento de los consumidores, o si existe algún factor social adicional que condicione al ciudadano capitalino a incoar las acciones ante los órganos competentes.

2.2.3 Segmentos de mercados de consumidores que forman parte de las relaciones contractuales.

2.2.3.1 Definición de segmentos de mercado.

Aunque muchas veces la mayor parte de consumidores tendemos a pensar que adquirir un determinado bien, producto o servicio es tan simple como ir a la ubicación del proveedor y pagar, cabe mencionar que los proveedores mismos realizan una serie de trabajo que puedo definir como la labor de segmentación de mercado de consumo para en teoría asegurar de que los bienes y servicios sean proporcionados de manera eficiente para ambas partes.

Retos Directivos, de la Universidad EAE Business School de España define la segmentación de mercado como *“un proceso a través del que se fracciona el mercado en grupos o segmentos de consumidores homogéneos, que reúnen una serie de*

características similares y significativas para la empresa” (Retos Directivos, 2020).

Analizando la expresión anteriormente expuesta, esto nos da a entender de manera precisa que un segmento se lleva a cabo o clasifica cuando determinados consumidores comparten ciertos comportamientos o necesidades comunes. Posteriormente, en el mismo artículo. EAE Business School menciona que los propósitos de la segmentación de mercados de consumidores deben ser satisfacer mejor las necesidades de los clientes y de igual manera alcanzar los objetivos de la empresa. (Retos Directivos,2020)

2.2.3.2 Características de los segmentos de mercado y de consumidores.

Para que la segmentación sea efectiva, los segmentos obtenidos deben reunir una serie de características:

- Homogéneos: Los segmentos deben ser fácilmente identificados. Han de poseer una serie de características comunes.
- Sustanciales: Han de tener una dimensión adecuada, un número de sujetos suficientemente amplio para que sea rentable el establecimiento de una estrategia determinada.
- Medibles: Se han de poder medir y han de proporcionar medidas concretas.
- Accesibles: El grupo de mercado debe ser accesible, se debe poder llegar hasta ellos con suficiente facilidad (Retos Directivos, 2020).

Mi opinión acerca de las características planteadas, es un claro ejemplo que, según la teoría de la segmentación de mercados y consumidores, el proveedor no debería dedicarse a estas actividades sin anteriormente plantearse estos presupuestos que son esenciales

para que a la hora de que se cumplan las obligaciones mutuas en la contratación y de esta forma evitar los constantes abusos que tanto en el aspecto marco como micro, son constantes a nivel global como local.

2.2.3.3 Variables de los segmentos de mercado y consumidores.

Es de suma relevancia determinar las variables de los segmentos de mercado para que, de esa forma, los proveedores sepan donde, como, cuando y el porqué de los motivos para ofrecer determinado bien, producto o servicio al consumidor. Esta organización no es solo explicada en el Artículo “*Segmentación de mercado: variables y beneficios*” por Retos Directivos de EAE Business School de España, sino que también se proporciona en carreras relacionadas a mercadotecnia y administración de empresas a nivel mundial. Para fines de la presente investigación, se mencionarán y definirán con fines educacionales, para posteriormente identificar los segmentos que son afectados por los contratos de adhesión en nuestro rubro local. (Retos Directivos, 2020)

Según Retos Directivos, las variables de segmentación de mercado y consumidores principales son las siguientes:

- Geográficas: Son las que definen la ubicación física de los consumidores a quien se desea proporcionar determinado bien, producto o servicio. Se pueden observar como continente, país, región, ciudad, colonia, etc...
- Demográficas: Estas son las más fáciles de identificar porque dividen a los consumidores por edad, genero, estado civil, ocupación, ingresos, educación, nacionalidad, etc...

- Psicográficas: Dividen en torno a clase social, estilo de vida o personalidad de los consumidores.
- De Conducta: Mide los hábitos de consumo, fidelidad, frecuencia, nivel de uso y de fidelidad de determinado bien producto o servicio. (Retos Directivos, 2020)

2.2.4 Principios, elementos esenciales de la contratación y extractos de contratos y cláusulas de adhesión.

2.2.4.1 Principios de la norma jurídica y la contratación.

Principio de Jerarquía Normativa:

Tal y como aprendí en la clase de Derecho Constitucional impartida por el Dr. Hermes Ramírez, a quien aprovecho la ocasión para enviar un cordial saludo, se analizó el orden jerárquico en un sentido estricto con la pirámide de Kelsen. La idea general radica en que una ley Constitucional siempre primara por encima de las demás, al igual que las leyes primarias primaran sobre el resto estando únicamente debajo de la constitución, siguiendo el mismo patrón mientras avanzamos a la parte baja de la pirámide como tal. Mario Galindo Soza, en su artículo jurídico denominado “*La Pirámide de Kelsen o jerarquía normativa en la nueva CPE y el nuevo derecho autonómico*” cita textualmente: “*La jerarquía normativa es un principio que implica la existencia de un orden...El principio de jerarquía, que señala que entre las normas hay una gradación, pudiendo ser entre normas fundamentales y normas de segundo orden*”. (Soza, 2018) Esta referencia viene a mencionar la importancia de establecer este orden para que a los órganos de aplicación de leyes se les facilite la interpretación de la norma.

De igual manera menciona que “*La pirámide de Kelsen o jerarquía normativa, es también un método jurídico estricto, mediante el cual quiere eliminar toda influencia*

psicológica, sociológica y teológica en la construcción jurídica, y acotar la misión de la ciencia del derecho al estudio exclusivo de las formas normativas posibles y a las conexiones esenciales entre las mismas” (Soza, 2018). En pocas palabras el autor nos indica que se debe interpretar este principio de manera estricta y objetiva sin que logre primar la subjetividad. En cuanto a los contratos de adhesión hablamos, nuevamente queda evidenciado que este principio es obviado protegiendo los intereses corporativos antes que a los consumidores.

Principio de La Autonomía de la Voluntad:

Nuevamente, el Código Civil de Honduras nos indica en el Art. 714 que *“las partes pueden determinar libremente el contenido de los contratos en los límites legalmente expuestos”*, refiriéndose a las partes de manera plural, no singular. Podríamos decir que este principio va de la mano con la libertad contractual a la que todas las personas naturales y jurídicas pueden acudir cuando se vean en la necesidad inherente de realizar actividades comerciales. En el caso de los contratos de adhesión y del derecho a los consumidores, debemos ser muy cuidadosos cuando nos referimos a *“las partes o la parte”* y a lo que autonomía de la voluntad y libertad contractual se refiere, tomando en cuenta los límites que las leyes establecen.

2.2.4.2 Extractos de contratos, cláusulas y anexos de adhesión.

En este segmento se estarán recolectando extractos de contratos y cláusulas de adhesión orientado a los segmentos de usuarios de instituciones financieras y casas comerciales, y se analizarán los contenidos de los mismos en sentido estricto, siguiendo la línea de pensamiento de interpretación basada en el principio de la normativa jerárquica

de Kelsen. Cabe mencionar que, así como existen contratos de adhesión, ciertas cláusulas, términos o anexos dentro de algún contrato no necesariamente de esta modalidad, también se pueden considerar de adhesión.

En el caso de la casa de Comercio denominada Jetstereo, a la hora de entrar a la página web e intentar hacer una compra, podemos observar en los anexos y términos de referencia una sección que se refiere al precio donde indica verbalmente: *‘ Los precios pueden variar sin previo aviso con respecto a los publicados en nuestras tiendas, así como las promociones pueden variar según lo establezca JETSTEREO. ’* (Jetstereo, 2021). Sin más que decir, este es un claro ejemplo en donde el consumidor debe adherirse a que potencialmente se cambien los precios sin tener derecho a reclamo, basado en una decisión unilateral que en este caso la casa de comercio impone sin importar las repercusiones que pueda causar.

A continuación, hare referencia a un ejemplo de cláusula de adhesión al que yo personalmente estuve expuesto al convertirme en tarjetahabiente de la institución financiera BAC Credomatic. El emisor procedió a enviar copia del contrato, y para mi sorpresa a la hora de leer el contenido del mismo me encontré una cláusula de adhesión que será mostrada en la siguiente ilustración:

Ilustración 3: Clausula de Adhesión en Contrato de Tarjeta de Crédito

XII: COBERTURAS
SEGURO DE VIDA POR SALDO DE DEUDA: El Tarjeta-Habiente pagará al Emisor por Cobertura de deuda o Seguro de Deuda el monto fijado a tal efecto en el Anexo y acepta que, en caso de fallecimiento por muerte natural o accidental del titular de este contrato, se cancele el saldo adeudado que haya al día y la hora del deceso. El Tarjeta-Habiente autoriza al Emisor para que cobre este servicio durante la vigencia de este contrato.

Fuente: (Contrato personal de Tarjeta de Crédito con BAC Credomatic)

Tal y como se puede observar en la imagen anterior, al haber adquirido mi tarjeta de crédito, en ningún momento el emisor me dio la opción de escoger si yo deseaba este seguro o no, y en su defecto de ser requerido, no se me dio la opción de escoger el tipo de póliza y la institución financiera con que debía llevarse a cabo. De lo anteriormente mencionado emanan 2 escenarios posteriores. El primero, que, de una cláusula de adhesión, se genera un contrato accesorio de adhesión que va ligado al principal. En caso de yo no haber accedido a la cláusula de adhesión y al contrato de seguros de adhesión, el emisor no me hubiese proporcionado mi producto financiero, quedando en una clara encrucijada. ¿En dónde queda el respeto a la normativa jerárquica de las leyes? ¿En dónde queda la autonomía de la voluntad de ambas partes? ¿Cedo o no consigo lo que necesito?

El segundo escenario, es el enfoque total de la investigación, que es en el lugar donde el consumidor hace valer sus derechos. Digamos que yo no accedo a firmar el contrato de

tarjeta de crédito porque no quiero adquirir una póliza de seguro de deuda con la misma institución financiera. La Ley de Protección al Consumidor me faculta para incoar una acción al yo sentir que mis derechos son vulnerados, ¿pero como aún no se ha firmado el contrato, en donde quedo yo como consumidor? Es ahí donde se vulneran, afectan y abusan mis derechos sin que yo pueda hacer absolutamente nada al respecto. Es ahí donde se encuentra el gran vacío legal, social y moral, y donde la doctrina actual se queda muy corta para resolver la problemática de manera concreta.

2.2.4.3 Reseñas y elementos esenciales de los contratos.

Tomando en cuenta el preámbulo considerado para comprender los antecedentes de los derechos de los consumidores, La Constitución de La Republica de Honduras, Decreto Número 131 del 11 de enero de 1982, en su Artículo 331 menciona textualmente: *“El Estado reconoce, garantiza y fomenta...contratación de empresa y cualesquiera otras que emanen de los principios que informan esta Constitución. Sin embargo, el ejercicio de dichas libertades no podrá ser contrario al interés social ni lesivo a la moral, la salud la seguridad pública”*. De manera expresa, nuestra carta magna indica que las empresas y proveedores de servicios están en libertad de celebrar contratos estableciendo las limitantes y prohibiciones que pueden dejar sin efecto los mismos. En un sentido amplio, si la última parte de este artículo fuese inexistente, podríamos dar por entendido que los contratos de adhesión en particular no tendrían ninguna contradicción en la hermenéutica y bases morales y éticas, pero es aquí donde radica la laguna jurídica que complica el panorama para el consumidor.

El Código Civil de Honduras nos proporciona los requisitos esenciales para la validez de los contratos. El Artículo 1552 dice el contrato conlleva los siguientes requisitos que

son el “*consentimiento de los contratantes, objeto cierto que sea materia del contrato y causa de la obligación que se establezca*”. Para explicar en palabras más sencillas a lo que nos dice este vital Artículo del Código Civil, interpreto el objeto como lo que responde a lo que se debe, el consentimiento, que es uno de los pilares más importantes para la presente investigación es cuando existe voluntad bilateral de las partes en todo el proceso, y la causa es el hecho que explica por qué se debe el objeto. Lo que vuelvo a cuestionar nuevamente con relación a los contratos de adhesión, ¿Deberían ser llamados contratos si solamente una de las partes redacta las cláusulas obligando al consumidor a someterse a las mismas?

2.3 Definiciones Conceptuales (según Ley de Protección al Consumidor Decreto No.24-2008).

- **Bien:** Es cualquier objeto material o derecho inmaterial valorable económicamente y susceptible de transacción entre proveedores y consumidores.
- **Contrato de Adhesión:** una contratación mediante el uso de formularios, permite a una empresa tener un poder absoluto en el contenido del contrato.
- **Consumidor:** Persona natural o jurídica, de carácter público o privado, que adquiera, utilice, consuma o disfrute bienes o servicios para su consumo final o beneficio social o bien reciba oferta para ello, por parte de un proveedor.
- **Proveedor:** Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado nacional o extranjera que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, suministro, distribución, intermediación, alquiler o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores o usuarios.

- **Publicidad:** Todo tipo de comunicación que el proveedor dirija al público por si o mediante terceros por cualquier medio para informarlo y/o motivarlo a adquirir o contratar bienes o servicios.
- **Relación de Consumo:** Vínculo jurídico establecido entre el proveedor y el consumidor con la finalidad, por parte de este ultimo de adquirir, gozar o usar bienes o servicios.
- **Servicio:** Prestación destinada a satisfacer necesidades e intereses del consumidor efectuada por un proveedor, exceptuando las que resultan de las relaciones laborales.
- **Signo Distintivo:** Todo signo que sirva para identificar una empresa en su actividad comercial o a un producto o servicio de otro del mismo género.
- **DGPC-** Dirección General de Protección al Consumidor

2.4 Formulación de la Hipótesis.

Como nuestro problema cualitativo radica en su mayor parte como una consecuencia de un fenómeno jurídico y social, estaré planteando la hipótesis general de investigación en una modalidad de causalidad. Para recalcar nuestro problema, debemos comprender la causa que da resultado a los abusos, vulneraciones y afectaciones que los consumidores sufren a la hora de firmar contratos y cláusulas de adhesión. La presente hipótesis será evaluada con la finalidad de mostrar de manera práctica y medible, este fenómeno que es obviado a nivel local como sociedad, sin excluir a los profesionales del derecho.

2.4.1 Hipótesis General.

Basándonos en la premisa anterior, la hipótesis general del siguiente proyecto de investigación es: “La falta de conocimiento legal sobre los contratos de adhesión causa abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores”.

2.4.2 Hipótesis Específicas.

H1: “La actual normativa de protección al consumidor es insuficiente, resultando en la imposibilidad del consumidor de ejercer su voluntad en los contratos de adhesión”.

H2: “La actual normativa internacional de protección al consumidor no difiere significativamente de la local, por lo tanto, los consumidores tienen acciones legales limitadas para resolver conflictos de los contratos de adhesión”.

H3: “Los usuarios financieros y clientes de casas comerciales son parte de los consumidores en Honduras, en consecuencia, ceden ante los contratos unilaterales de adhesión al adquirir bienes, servicios y productos”.

H4: “Los contratos de adhesión en Honduras son contrarios a algunos de los elementos esenciales de la contratación, resultando en un vacío legal que perjudica directamente a los consumidores”.

2.4.3 Variables.

- Hipótesis General:

Variable Independiente: “Falta de conocimiento legal de los contratos de adhesión”.

Variable Dependiente: “abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores”.

-Hipótesis Especifica #1:

Variable Independiente: “actual normativa de protección al consumidor es insuficiente”.

Variable Dependiente: “imposibilidad del consumidor de ejercer su voluntad en los contratos de adhesión”.

-Hipótesis Especifica #2:

Variable Independiente: “actual normativa internacional de protección al consumidor”.

Variable Dependiente: “acciones legales limitadas”.

-Hipótesis Especifica #3:

Variable Independiente: “usuarios financieros y clientes de casas comerciales”.

Variable Dependiente: “adquirir bienes, servicios y productos”.

-Hipótesis Especifica #4:

Variable Independiente: “elementos esenciales de la contratación”.

Variable Dependiente: “vacío legal que perjudica directamente a los consumidores”.

Capítulo III: Diseño Metodológico

3.1 Diseño de la Investigación

La presente investigación, al estar relacionada a lo que es la ciencia social jurídica en materia de los derechos del consumidor en énfasis a los derechos del consumidor y los contratos de adhesión, debe responder preguntas concretas en torno a encontrar el camino directo y adecuado a las posibles resoluciones o “salidas” de la misma. Será necesario y elemental organizar los pasos y la metodología misma, para alcanzar los objetivos relacionados con mis hipótesis planteadas. Para poder comprender con mayor profundidad, en los incisos posteriores detallare los pasos a tomar en mi enfoque no experimental, describiendo, explicando y comprendiendo el fenómeno planteado y sujeto a investigación.

3.1.1 Matriz de congruencia metodológica.

Tomando en cuenta que se debe organizar la secuencia de eventos que se llevarán a cabo en la fase de investigación, a continuación, detallare un ejemplo de matriz de congruencia metodológica para explicar las técnicas con que se estarán recolectando los datos pertinentes a las hipótesis y variables planteadas. El Artículo educativo “La Matriz de Congruencia: Una Herramienta para Realizar Investigaciones Sociales”, nos define la matriz metodológica como *“una herramienta que brinda la oportunidad de abreviar el tiempo dedicado a la investigación, su utilidad permite organizar las etapas del proceso de la investigación de manera que desde el principio exista una congruencia entre cada una de las partes involucradas en dicho procedimiento”* (Pedraza Rendón, 2007).

A continuación, presento una ilustración de mi tabla haciendo resumen de la metodología planteada estableciendo las técnicas de recolección de datos pertinentes a mi proyecto:

Ilustración 4: Matriz de Congruencia Metodológica

Objetivo General	Objetivos Específicos	Preguntas de Investigación	Técnicas de Recolección de Datos
Identificar los límites y la reglamentación a los contratos de adhesión y la Ley de Protección al Consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> • Examinar la normativa de protección al consumidor vigente de Honduras. • Analizar las legislaciones mercantiles y de protección al consumidor de países a nivel internacional. • Identificar cuáles son los segmentos de consumidores que participan en las relaciones contractuales. • Realizar un análisis exhaustivo de modelos de contratos y cláusulas de adhesión 	<p>¿Cuáles son las limitaciones que la legislación vigente tiene en torno a los contratos de adhesión ?</p> <p>¿Qué otras legislaciones a nivel mundial están más avanzadas en el tema ?</p> <p>¿Cuál o cuales son las formas concretas en la que los consumidores son más afectados derivados de la falta de reglamentación apropiada y límites a los contratos y cláusulas de adhesión?</p> <p>¿Cuáles son las posibles soluciones para garantizar de que predominen y elementales de los contratos?</p>	Investigación Documental
			Encuestas
			Entrevistas

Fuente: (Desarrollo Propio)

3.1.2 Tipo de diseño.

Debido a la naturaleza jurídica y social del fenómeno planteado en la presente investigación, optare por un modelo cualitativo con énfasis en la teoría fundamentada inicialmente planteada por Glaser y Strauss. En La Aplicación de la Teoría Fundamentada de Cuñat Gimenez, se define como la utilización de procedimientos con inducción, se genera una teoría explicativa del fenómeno estudiado (p. 1). En la misma página, consecuentemente aclara que los conceptos y relación entre los datos estudiados son los

que sirven de base para llegar a conclusiones más concretas y delimitadas en torno a nuestro problema.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población.

Para fines de la presente investigación, podemos definir la población como la *“composición de todos los elementos (personas, organismos, objetos) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación”* (Toledo Díaz de León, p.4). Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, la población finita de la siguiente investigación se puede dividir en 2 grupos:

- A. Los profesionales del derecho en condición de consumidores del Distrito Central.
- B. Autoridad de aplicación de las leyes de protección al consumidor
 - 1. Secretaria de Desarrollo Económico – Dirección General de Protección al Consumidor
 - 2. Expertos dedicados a la materia

3.2.2 Muestra.

Una muestra se puede definir como una parte de determinada población, también como *“un subgrupo de la población o universo. Para seleccionar la muestra primero deben delimitarse las características de la población”* (Toledo Díaz de León, p.5). La finalidad del muestreo planteado en mi investigación será con la única finalidad de brindar soporte a las hipótesis planteadas y en ningún momento las tomaremos como una verdad absoluta, brindándonos información suficiente para comprender nuestro fenómeno jurídico en torno a los contratos de adhesión y sus contradicciones legales, aún más importante, afectando

los derechos de los consumidores. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) la población del Distrito Central para el 2019 fue de 1,259, 646 habitantes en el casco urbano y rural. Adicionalmente a esto el abogado Leonel Núñez, en el artículo “*Piden cierre temporal de la carrera de Derecho en Honduras*”, indica que por cada 498 personas hay un abogado, y bajo esa premisa el en este artículo solicitaba el cierre de la carrera debido a la sobresaturación de la misma (Tiempo, 2017).

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, la fórmula para calcular el muestreo es la siguiente:

(Población Distrito Central) 1,259,646 / (Radio de abogado por personas) 498 = 2,529.40
profesionales del derecho en condición de consumidores en el Distrito Central.

Como será virtualmente imposible encuestar a todos los abogados del Distrito Central, usare el porcentaje propuesto por el Dr. Mario Herrera Castellanos, quien en su fórmula para cálculo de muestra de poblaciones finitas propone usar un 5% de la misma para obtener mayor precisión (Herrera Castellanos, 1). Aplicando el 5% la formula quedaría de la siguiente manera.

(Profesionales del derecho en el Distrito Central) 2,529.40 * .05 = 126.47 Profesionales del derecho en condición de consumidores a encuestar.

En caso de que se logre obtener un porcentaje mayor o menor al 5% en el capítulo de resultados, se estará proporcionando el mismo dato en el debido momento a fin de mantener transparencia en el proceso de encuestar a la muestra planteada.

Dentro de la muestra de la presente investigación se tomarán en cuenta:

A. Profesionales del derecho en condición de consumidores voluntarios a llenar la encuesta planteada.

B. Funcionario encargado de la Dirección General de Protección al Consumidor colaborando con la entrevista planteada.

C. Experto en la materia colaborando con la entrevista planteada.

3.3 Operacionalización de Variables

En este segmento de la investigación, mi objetivo es lograr traducir las variables a indicadores para lograr el objetivo de medirlas y de esa manera brindar soporte a las hipótesis planteadas en el capítulo anterior. A continuación, se detalla la operacionalización de las mismas.

Tabla 1: Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Falta de conocimiento legal de los contratos de adhesión	Es lo que resulta directa o indirectamente de la insuficiente información	Cantidad de personas que desconocen sobre los contratos de adhesión.	Distrito Central	Cantidad de Personas	¿Qué tanto conocen los consumidores y profesionales del derecho los

	a nivel de sociedad.				contratos de adhesión?
Abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores	Son las consecuencias o efectos directos que emanan del problema planteado.	Acciones concretas a las cuales los consumidores son sometidos al adquirir bienes, servicios y productos.	Distrito Central	Irrespeto a los derechos de los consumidores	¿A qué abusos, vulneraciones y afectaciones están sujetos los consumidores al firmar contratos y cláusulas de adhesión?
Actual normativa de protección al consumidor es insuficiente	Marco legal existente que de manera insuficiente regula las actividades de los contratos de adhesión.	Leyes físicas que proporcionan los alcances existentes en torno a materia de consumidores.	Constitución de la República Ley de Protección al Consumidor Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor.	Análisis Jurídico	¿En qué aspectos se queda corta la normativa actual?

Imposibilidad del consumidor de ejercer su voluntad en los contratos de adhesión	Lo defino como una nueva consecuencia derivada del tema de investigación.	Percepción del consumidor en torno a las vulneraciones de su voluntad al firmar contratos o cláusulas de adhesión.	Distrito Central	Cantidad de consumidores que ceden a sus derechos.	¿Qué tanto están dispuestos a ceder su voluntad los consumidores al firmar contratos de adhesión?
Actual normativa internacional de protección al consumidor	Marco legal internacional existente que de manera insuficiente regula las actividades de los contratos de adhesión.	Leyes físicas a nivel internacional que proporcionan los alcances existentes en torno a materias de consumidores.	Ley 1480 de 2011 de Colombia.	Análisis Jurídico	¿En qué aspectos se queda corta la normativa internacional actual?
Acciones legales limitadas	Son las pocas opciones que el consumidor tiene por la	Reclamos y denuncias que el consumidor incoa en caso de que	Instituciones Financieras, Casas de Comercio, Dirección General de	Cantidad de reclamos y denuncias	¿Cuántos reclamos y denuncias han interpuesto los

	vía legal cuando es afectado por los contratos de adhesión.	exista alguna vulneración .	Protección al Consumidor.		consumidor es sujetos a la muestra?
Usuarios financieros y clientes de casas comerciales	Son los consumidor es sujetos al presente proyecto de investigación.	Personas naturales con capacidad legal de contratar proveedores para obtener bienes, servicios y productos.	Distrito Central	Cantidad de usuarios financieros y clientes de casas comerciales	¿Qué tipo de consumidor es son los más afectados?
Adquirir bienes, servicios y productos.	La acción o intención por parte del consumidor de obtener a través de un proveedor pagándole un justiprecio pactado.	Se perfecciona a través de un contrato físico, suponiendo que contiene los elementos esenciales de la contratación.	Contratos y cláusulas de adhesión.	Percepción de la población al adquirir bienes, servicios y productos.	¿Existe una percepción de trato justo a la hora de adquirir bienes, servicios y productos por parte de los consumidores?

Elementos esenciales de la contratación	Se definen como objeto, consentimiento y causa, siendo estos necesarios para que un contrato tenga validez.	Elementos que la ley física expresa como no negociables para que el contrato tenga eficacia.	Código Civil de Honduras	Conocimiento de la población sobre los elementos esenciales de la contratación .	¿Existe conocimiento de los elementos de la contratación por parte de la población estudiada?
Vacío legal que perjudica directamente a los consumidores	Lo defino como otra consecuencia debido a la insuficiencia que tiene la normativa actual para salvaguardar las necesidades de los consumidores.	Disyuntiva práctica, en la cual los consumidores deben ceder a su voluntad y derechos para contratar bienes, productos y servicios.	Leyes Aplicables Vigentes	Sentimiento de los consumidores en torno a ser potencialmente perjudicados por los proveedores .	¿Sienten los consumidores que la ley es suficiente o si existen áreas de mejora?

Fuente: Elaboración Propia

3.4 Técnicas para Recolección de Datos

Tal y como se mencionó en la matriz de congruencia metodológica, los datos se recolectarán de la siguiente manera explicada e la ilustración:

Ilustración 5: Técnicas para Recolección de Datos

RECOLECCION DE DATOS
Investigacion Documental
Encuesta a profesionales del derecho en condicion de consumidores
Entrevista a expertos

Fuente: Desarrollo Propio

1)Investigación documental: Sera el análisis de la doctrina jurídica planteada en el marco teórico con la finalidad de proporcionar apoyo adicional al proyecto por mi persona en el capítulo 1.

2)Encuesta a profesionales del derecho en condición de consumidores: Mi objetivo principal con este medio, será medir el conocimiento que los abogados tienen en torno al tema, al igual que su experiencia con el conflicto existente, considerando que también son consumidores.

3)Entrevista a expertos: A pesar de las posibles limitaciones que pueden existir, también descritas en el capítulo 1, mi idea será conseguir información clave sobre la existencia o inexistencia de datos que se relacionen al problema planteado.

3.5 Procesamiento y Análisis de Datos

Tomando en cuenta que los datos que son medibles serán mayoritariamente en las encuestas, utilizare la plataforma “Google Forms” y sus facilidades para realizar las siguientes actividades:

1)**Revisión de Datos:** Se hará de manera visual una vez mis voluntarios procedan a llenar las encuestas.

2)**Tabulación de Datos:** Se obtendrá la información a través de la plataforma y posteriormente ubicare la información en gráficos para que las ilustraciones sean sencillas de comprender.

3.6 Aspectos Éticos

Tomando en cuenta de que en la actualidad estamos viviendo tiempos de mucha incertidumbre, basare la aplicación y recolección de mis datos basado en los siguientes criterios:

1)Orientar a los voluntarios sobre el formulario con su debido consentimiento.

2)Se informará sobre la condición voluntaria de participación.

3)Hare mención sobre la privacidad, confidencialidad y anonimato con que se maneja la información obtenida.

4) Se entenderá que, al completarse el formulario, el voluntario de forma táctica está de acuerdo con las explicaciones anteriormente mencionadas.

Capítulo IV: Resultados

En el siguiente capítulo, se procederá a compartir los resultados de la aplicación de los instrumentos metodológicos, siendo estos las entrevistas a expertos, encuesta a profesionales del derecho en condición de consumidores y un análisis jurídico orientado a la demostración del conflicto legal y social que representan las hipótesis planteadas. Cabe mencionar que se mencionarán los aspectos más importantes relacionados a los objetivos e hipótesis, y en los capítulos posteriores se harán las conclusiones y recomendaciones basadas en el contenido compartido en esta sección. Mi finalidad será demostrar los datos de una forma clara, legible, y fácil de comprender.

4.1 Análisis de Investigación Documental

4.1.1 Legislación a nivel nacional.

El análisis documental tiene como finalidad explicar a más detalle lo que es la legislación existente en temática de derechos del consumidor en materia de los contratos de adhesión. Se citarán artículos de las leyes en concreto orientado primordialmente en como benefician a los consumidores en la actualidad y de igual manera en como son insuficientes. Comenzare analizando las leyes de manera general a específica, y posteriormente se harán las recomendaciones pertinentes en capítulos futuros.

La Constitución de la Republica de Honduras indica en su Art. 59 que *“La persona humana es el fin supremo de la sociedad y del Estado...”*. De igual forma hace referencia en el Art.331 que *“El estado reconoce, garantiza y fomenta las libertades de consumo...contratación...”*. Partiendo de estas premisas, se reconoce la necesidad de que

la persona humana es un fin supremo el cual debe respetarse a través de los Derechos Humanos. Por otra parte, se hace una aclaración en la importancia de garantizar y regular las libertades del consumo como tal. La Constitución hace menciones de manera general sobre lo que representa la contratación y la importancia de reconocerla como Estado que es Honduras. Puedo concluir que la Constitución es muy general e inconclusa con el tema de los contratos de adhesión particularmente.

El Código Civil de Honduras es directo estableciendo los elementos esenciales de la contratación y nos indica en el Art. 1552 que *“No hay contrato sino cuando concurren los requisitos siguientes: consentimiento de los contratantes, objeto cierto que sea materia del contrato, y causa de la obligación que se establezca”*. Adicionalmente, haciendo referencia a los vicios que pueden existir en el consentimiento, nos indica en el Art.1559, que *“la violencia o intimidación anularan la obligación, aunque se hayan empleado por un tercero que no intervenga en el contrato”*. Desafortunadamente como veremos más adelante en este capítulo, los proveedores de bienes, servicios y productos utilizan tácticas innumerables para inducir al cliente de manera unilateral a adherirse a la modalidad de contratos tanto principales como de adhesión.

Sumando a lo anteriormente expuesto en el párrafo anterior, en la misma normativa, el Art. 1560 cita textualmente: *“Hay dolo cuando, con palabras o maquinaciones insidiosas de parte de uno de los contratantes es inducido el otro a celebrar un contrato que, sin ellas, no hubiera hecho”*. Como el dolo es un vicio al consentimiento, claramente la ley expone los problemas jurídicos que se derivan de los contratos y cláusulas de adhesión. El mismo ejemplo incluido posteriormente en este capítulo por uno de los entrevistados

servirá de referencia para seguir exponiendo el incumplimiento de la ley por parte de los proveedores de bienes, productos y servicios.

Entrando en puntos más específicos, la Ley de Protección al Consumidor define en su Art. 7 al contrato de adhesión como *“aquel cuyas condiciones o estipulaciones son establecidas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor(a) pueda discutir o modificar las cláusulas o condiciones esenciales en el momento de contratar”*. La definición por si misma ya representa un conflicto, contradicción y laguna en hermenéutica legal, puesto que abiertamente expresa que el consumidor no tiene voz y voto en lo que firma, representando una clara e inherente violación al consentimiento genuino de las partes.

La Ley de Protección al Consumidor también le da la potestad/facilidad al Estado de Honduras para tomar cartas en el asunto en el Art. 16: *“El Estado podrá tomar las previsiones que crea convenientes para asistir...programas, proyectos o planes de acción para la promoción y defensa de los derechos e intereses de los consumidores”*. En sentido estricto, es un exhorto al Estado para tener un rol más activo a causa de que su fin supremo es la persona humana como tal, al igual que los derechos que emanan de manera automática.

Una de las grandes ventajas y puntos fuertes de esta normativa es que hace una referencia muy clara a lo que son las cláusulas abusivas en el Art. 69. De forma resumida indica que, los contratos perderán validez en caso de que *“importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor”*. De manera adicional incluyen restricciones adicionales que le den cualquier situación ventajosa al proveedor encima del consumidor

tanto en interpretación de la norma, carga probatoria y limitaciones a la responsabilidad. Por otra parte, no se hace ninguna aclaración o diferenciación en torno a las obligaciones principales y accesorias/adhesión, limitando al consumidor a tener que anular toda la relación de consumo. Si suponemos que el contrato de adhesión es lo único que se ha celebrado, es muy fácil anularlo en caso de que se incurra en alguna violación al artículo mencionado anteriormente. El verdadero problema radica en que los contratos de adhesión, tienden a ir atados a uno principal, y la ley como tal no hace esa distinción dando la impresión de que el proceso es blanco o negro. Al final opino que el cliente basado en las premisas legales existentes, queda a la deriva siendo quien tiene una afectación directa en todos los ángulos posibles.

Por otra parte, tenemos el Reglamento de La Ley de Protección al Consumidor, que en su Art. 41 cita textualmente: *“Cuando las cláusulas...sean tipificadas como abusivas...imputando al presunto infractor para que formule su descargo y ofrecer las pruebas que hagan a su derecho”*. Posteriormente, en el mismo artículo indica que si la autoridad de aplicación mantiene su criterio se pueden anular los contratos y cláusulas como tal. Volvemos al punto inicial, en que no existe una separación entre múltiples obligaciones y limita a asumir que es “todo o nada”.

Se puede concluir que los primeros pasos que el Estado de Honduras ha tomado para regular eficazmente los contratos de adhesión son sumamente importantes, pero el análisis documental demuestra que los resultados de la ley son aun inconclusos e insuficientes para lograr que el consumidor pueda adquirir servicios sin necesidad de estar sujeto a contratos de adhesión accesorios que en ningún momento ha solicitado. En la práctica, si el consumidor denuncia, se queda sin su bien, producto o servicio cuando no

debería ser así. Las recomendaciones a las adiciones que se deben hacer en la legislación nacional serán redactadas en capítulos posteriores.

4.1.2 Legislación a nivel internacional.

En el caso del Estado de Colombia, el Art. 5 de la Ley 1480 de 2011, define el contrato de adhesión como *“aquel en que las cláusulas son dispuestas por el productor o proveedor, de manera que el consumidor no puede modificarlas, ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas”*. En sentido estricto, no difiere significativamente de lo que propone nuestra ley nacional, puesto que la definición es directa y clara.

Nuevamente plantean un problema que el consumidor no puede hacer más que decidir si aceptar o rechazar el contrato, y al buscar obtener bienes, servicios y productos, dudo mucho que en Colombia los consumidores se opongan al igual que aquí.

Álvarez Herrera, en el mismo artículo anteriormente propuesto hace referencia al Art. 1 de la misma ley 1480 de 2011, en donde establece los objetivos generales de la ley que son los siguientes:

- Proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos.
- La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
- El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta Ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.
- La educación del consumidor.

- La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que les afecten.
- La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia. (Álvarez, Herrera, 172)

Analizando el artículo anterior, podemos notar una diferencia significativa con nuestra legislación, y es que en Colombia reconocen al menor de edad como consumidor. Nuestra legislación no hace mención alguna sobre los menores de edad y esta percepción puede ser tomada en cuenta para el capítulo de recomendaciones.

La Ley 1480 de 2011, tiene un capítulo especial de protección contractual y en el Art. 35 habla sobre los productos no requeridos citando textualmente: *“Cuando el consumidor no haya aceptado expresamente el ofrecimiento de un producto, queda prohibido establecer o renovar dicho ofrecimiento, si este le genera un costo al consumidor”*. Aquí se encuentra una gran diferencia en derecho comparado entre Colombia y Honduras. El Estado de Colombia ya reconoce al consumidor la facilidad de negarse a productos no requeridos, mientras en Honduras aún no está escrito de forma expresa.

Por otra parte, Chile también ha mostrado avances significativos en cuando a crear conciencia en su población en torno a defender sus derechos como consumidores, sin exceptuar los contratos de adhesión. Etcheberry Consultores, Tecnología y Gestión Estratégica, en sus noticias seleccionadas denominada *“Las Características del Consumidor Chileno”* dan una serie de datos que fortalecen la idea de que en Chile es

más fácil tener datos sobre el comportamiento de los consumidores cuando sus derechos han sido violentados. Según sus estudios, citado textualmente, “*La principal característica es que el 95% se queja cuando sus derechos son vulnerados, mientras que el 53% lo hace directamente en la empresa*” (Etcheberry Consultores, 2013).

La ley 19496, especializada en la protección a los derechos del consumidor en Chile, define en su Art. 1 el contrato de adhesión como “*aquel cuyas cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo pueda alterar su contenido*”. Nuevamente no existen muchas diferencias en la definición de esta modalidad de contratación atípica y unilateral. Las acepciones han sido iguales en los 3 países que estamos comparando para efectos de la presente investigación.

Lo que considero más bonito de esta ley chilena es que tienen una sección específica denominada “*Normas de equidad en las estipulaciones y en el cumplimiento de los contratos de adhesión*”. El Art. 16 de la ley 19496 numeral b, cita expresamente “*No producirán efecto alguno los contratos de adhesión y cláusulas o estipulaciones que establezcan incrementos de precio por servicios, accesorios, financiamiento o recargos, salvo que dichos incrementos correspondan a prestaciones adicionales que sean susceptibles de ser aceptadas o rechazadas en cada caso y estén consignadas por separado en forma específica*”. El resultado de esta comparación es contundente en relación a las hipótesis planteadas alrededor de las similitudes y diferencias entre nuestra legislación con la de otros países en Latinoamérica.

Después de realizar el análisis documental en este segmento a través del derecho comparado, los resultados son contundentes. Si bien es cierto las similitudes son muchas entre nuestra Ley de Protección al Consumidor con la legislación colombiana y chilena,

las legislaciones en estos países están un paso adelante al proporcionarle la libertad al consumidor de separar las obligaciones principales de las accesorias. Obligan al proveedor a darle la opción al consumidor de aceptar o rechazar los contratos y cláusulas de adhesión y de esta forma evitar que el patrimonio del consumidor se vea afectado. De igual manera evita que el consumidor al denunciar se quede sin ningún servicio, en razón de que no van atadas las obligaciones a como típicamente se da en Honduras. Podemos confirmar con seguridad que ni Colombia ni Chile tienen la laguna y vacíos legales en torno a los contratos de adhesión, y que las afectaciones, vulneraciones y abusos se pueden reducir emulando a estos países. Las recomendaciones se harán en capítulos posteriores.

4.2 Resultados de Encuesta

Es de suma importancia comprender que este instrumento metodológico fue aplicado a profesionales del derecho en condición de consumidores, mismos que residen en el Distrito Central a finalidad de obtener información más precisa y específica. En cuando al procesamiento de la información colectada, podemos decir que *“estará en función de la metodología definida previamente, donde debe prevalecer un enfoque objetivo e imparcial a fin de evitar problemas de sesgo”* (D.R Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey, 2005).

Con un enfoque cualitativo, se aplicó la encuesta a 134 personas, profesionales del derecho en condición de consumidores, a través de la plataforma “Google Forms” la cual nos proporcionó la información para realizar un análisis de los datos a través de gráficos y tablas.

4.2.1 Análisis individual de las respuestas de la encuesta aplicada.

Ilustración 6: Profesionales del Derecho



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 2: Resultados de encuesta profesionales del derecho

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE %
SI	126	95
NO	6	5
TOTAL	132	100

Fuente: Elaboración propia

Los resultados indican que, de las 132 personas encuestadas, 126 son profesionales del derecho y solamente 6 no, indicándonos que el porcentaje total de profesionales del derecho en comparación al total de la muestra representa el 95% de la misma, indicando que las respuestas obtenidas tendrán un alto nivel de eficacia para las finalidades del estudio.

Ilustración 7: Conocimiento sobre legislación nacional de derecho de los consumidores



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

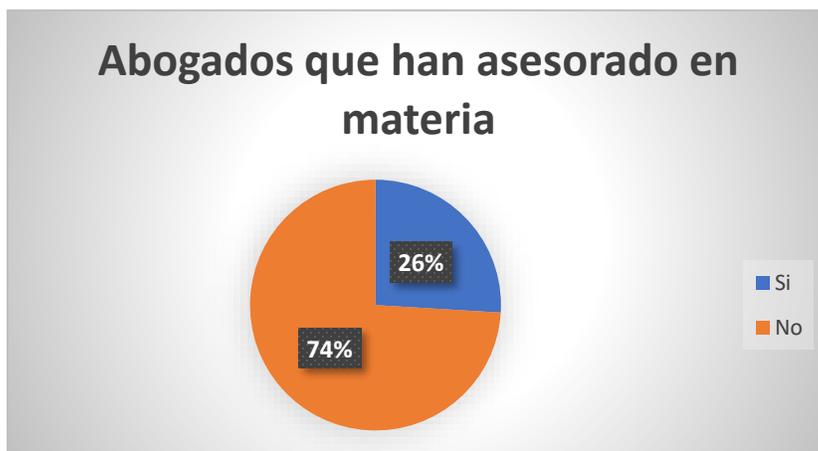
Tabla 3: Resultados de encuesta conocimiento sobre legislaciones de protección al consumidor a nivel nacional.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	69	52
NO	63	48
TOTAL	132	100

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla, podemos observar que, de 132 encuestados, 69 profesionales del derecho conocen leyes de protección al consumidor a nivel nacional, representado el 52% de la muestra, y que, por otra parte, 63 no conocen de las mismas, representando un 48% de la muestra como tal, sugiriendo que cerca de la mitad de los abogados no conocen la ley.

Ilustración 8: Profesionales del derecho siendo solicitados para asesorías jurídicas en temática de derechos del consumidor.



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 4: Resultados de encuesta abogados que han sido solicitados para asesorar en casos de protección al consumidor.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	34	26
NO	97	74

TOTAL	131	100
--------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

El resultado de esta pregunta en particular nos indica que solo 34 profesionales del derecho han sido solicitados para asesorías jurídicas en materia de derecho de los consumidores representando el 26% de la muestra. 97 no han sido solicitados y representan el restante 74% de la misma.

Ilustración 9: Profesionales del derecho que han sido representantes procesales en temática de derechos del consumidor



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

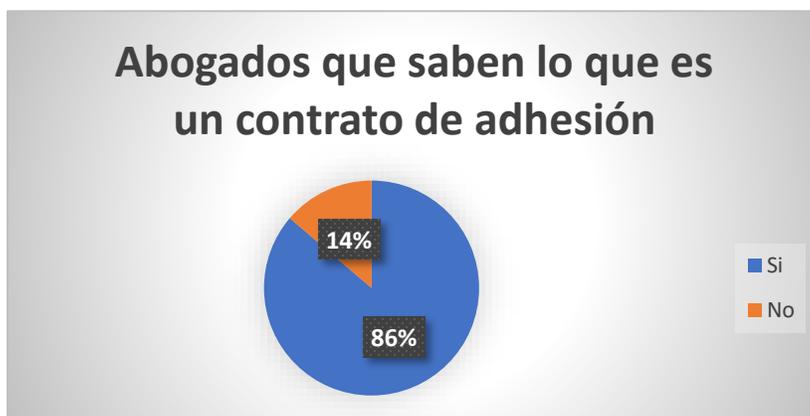
Tabla 5: Resultados de encuesta abogados que han sido representantes procesales en temática de derechos del consumidor.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	24	18
NO	107	82
TOTAL	131	100

Fuente: Elaboración propia

El resultado en este segmento nos indica que 24 profesionales del derecho han sido representantes procesales de clientes en materia de derecho de los consumidores siendo únicamente el 18% de la totalidad de la muestra. 107 no lo han hecho, y representan la mayor parte de la muestra con un 82%.

Ilustración 10: Profesionales del derecho que saben lo que es un contrato de adhesión



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 6: Resultados de encuesta abogados que tienen conocimiento de los contratos de adhesión.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	113	86
NO	18	14

TOTAL	131	100
--------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

La tabla y gráfico anterior nos muestran que 113 abogados saben lo que es un contrato de adhesión, representando el 86% de la muestra, y solamente 18 no manejan el tema, representando una minoría del 14% de la misma.

Ilustración 11: Profesionales del derecho que conocen legislación internacional en materia de derechos del consumidor y contratos de adhesión.



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 7: Resultados de encuesta abogados que conocen legislación internacional en materia de derechos del consumidor y contratos de adhesión.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	42	32
NO	89	68
TOTAL	131	100

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de este segmento nos indican que un total de 42 profesionales del derecho manejan legislación internacional en materia de derechos del consumidor y contratos de adhesión, representando un 32% de la muestra. La mayor parte (68 personas) no conocen ninguna ley a nivel internacional sobre la temática, y representa el restante 68% de la muestra.

Ilustración 12: Profesionales del derecho que conocen los procesos y acciones legales relacionados a los contratos de adhesión.



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 8: Resultados de encuesta profesionales del derecho que conocen los procesos y acciones legales relacionados a los contratos de adhesión.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	82	63
NO	49	37

TOTAL	131	100
--------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

En caso de que una persona necesite tomar acción legal, esta muestra nos indica de que 82 profesionales del derecho manejan los procesos y acciones que se deben tomar, representando un 63% de la muestra. 49 no saben qué hacer, representando el restante 37% de la misma.

Ilustración 13: Percepción de los profesionales del derecho sobre los contratos y cláusulas de adhesión siendo contrarios a los elementos esenciales de la contratación, específicamente el consentimiento



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 9: Resultados percepción de los profesionales del derecho sobre los contratos y cláusulas de adhesión siendo contrarios a los elementos esenciales de la contratación, específicamente el consentimiento.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	104	79
NO	28	21
TOTAL	132	100

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de esta pregunta en particular, nos indican que 104 profesionales del derecho perciben que los contratos y cláusulas de adhesión van en contra de los elementos esenciales de la contratación, en específico el consentimiento. Esto representa una gran mayoría de la muestra al 79%. Por otra parte, 28 indican que no lo son, representando un 21% de la misma.

Ilustración 14: Voluntad de los consumidores viéndose vulnerada al adquirir bienes, productos y servicios a través de los contratos de adhesión



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 10: Resultados voluntad de los consumidores viéndose vulnerada al adquirir bienes, productos y servicios a través de los contratos de adhesión

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	113	86
NO	6	4

NO SABE	13	10
TOTAL	132	100

Fuente: Elaboración propia

Del total de la muestra, 113 profesionales del derecho indican que la voluntad de los consumidores es vulnerada en esta modalidad de contratación, representando una mayoría del 86% de la muestra. 6 opinan que no, siendo un 4% y 13 indican que no saben, representando un 10% de la misma.

Ilustración 15: Profesionales del derecho a quienes se les ha vulnerado/afectado sus derechos como consumidores a la hora de adquirir bienes, productos o servicios.



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

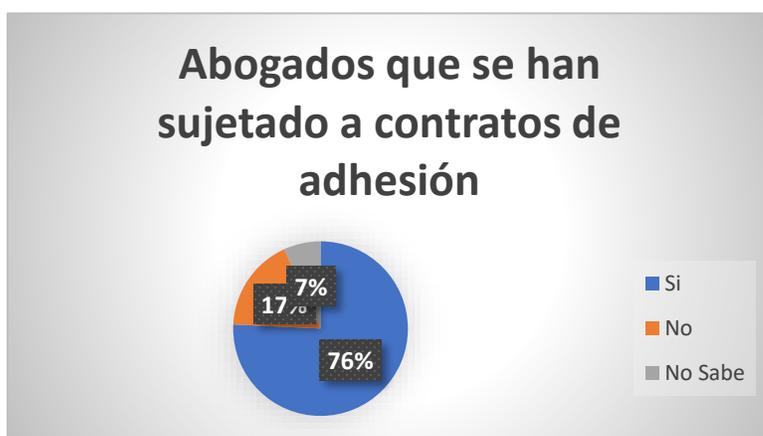
Tabla 11: Resultados profesionales del derecho a quienes se les ha vulnerado/afectado sus derechos como consumidores a la hora de adquirir bienes, productos o servicios.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	113	87
NO	10	8
NO SABE	7	5
TOTAL	130	100

Fuente: Elaboración propia

De manera sorprendente, 113 abogados expresaron que sus derechos como consumidores han sido violentados o vulnerados, representando el 87% de la muestra. 10 indicaron que no, siendo un 8% y 7 indicaron no saber, representando un 5% de la misma.

Ilustración 16: Profesionales del derecho que se han sujetado a contratos de adhesión a falta de opciones alternas



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 12: Resultados profesionales del derecho que se han sujetado a contratos de adhesión a falta de opciones alternas.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
------------------------------	-------------------	--------------------

SI	100	76
NO	23	17
NO SABE	9	7
TOTAL	132	100

Fuente: Elaboración propia

La tabla y gráfico anterior nos muestran que 100 profesionales del derecho se han sometido a contratos de adhesión a falta de opciones alternas a la hora de contratar bienes, productos o servicios, representando un 76% de la muestra. 23 no lo han hecho, siendo un 17%, y 9 no lo saben, representando un mínimo 7% de la misma.

Ilustración 17: Percepción de los profesionales del derecho sobre el nivel de transparencia de los proveedores de contratos de adhesión.



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 13: Resultados percepción de los profesionales del derecho sobre los contratos y cláusulas de adhesión siendo contrarios a los elementos esenciales de la contratación, específicamente el consentimiento.

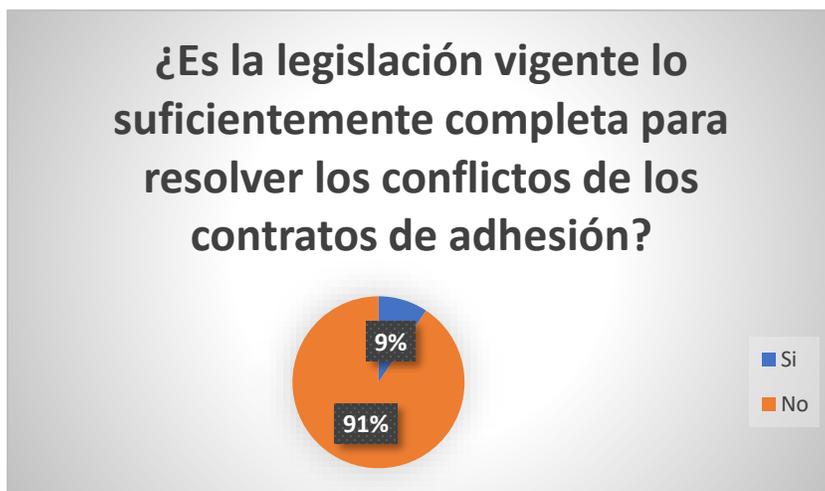
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	116	89

NO	14	11
TOTAL	130	100

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la percepción de los abogados sobre la transparencia que tienen los proveedores a la hora de emitir contratos de adhesión son contundentes. 116 opinan que no existe transparencia a la hora de contratar bienes, productos y servicios en casas comerciales, instituciones financieras, empresas de telecomunicaciones, etc. Este segmento de la muestra representa un 89%. Por otra parte, 14 opinan lo contrario, siendo una minoría del 11% de la muestra.

Ilustración 18: Profesionales del derecho sobre la suficiencia de la legislación actual en torno a los contratos y cláusulas de adhesión.



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 14: Resultados profesionales del derecho sobre la suficiencia de la legislación actual en torno a los contratos y cláusulas de adhesión.

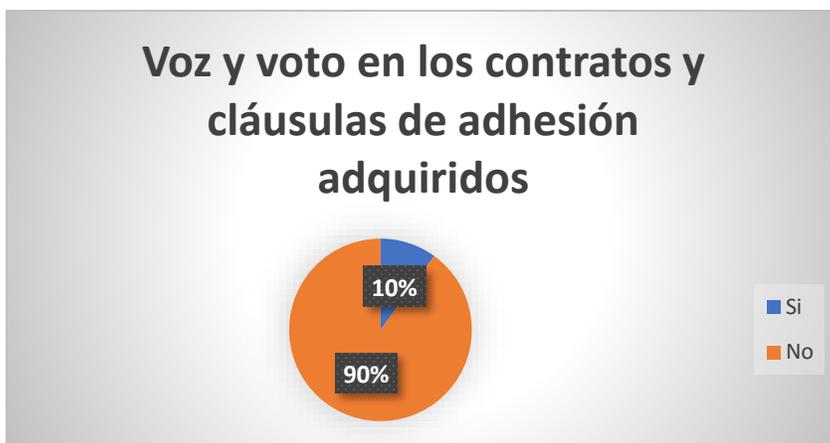
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	12	9
NO	117	91

TOTAL	129	100
--------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

117 abogados consideran que la legislación vigente no es lo suficientemente completa, rica o extensa para poder resolver de forma práctica los conflictos derivados de los contratos y cláusulas de adhesión siendo un 91% de la muestra encuestada. 12 opinan que si es lo suficientemente buena, representando un 9% de la misma.

Ilustración 19: Profesionales del derecho teniendo voz y voto en la creación de los contratos y cláusulas de adhesión que han firmado al adquirir bienes, productos y servicios.



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Tabla 15: Resultados profesionales del derecho teniendo voz y voto en la creación de los contratos y cláusulas de adhesión que han firmado al adquirir bienes, productos y servicios.

OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE%
SI	13	10
NO	117	90
TOTAL	130	100

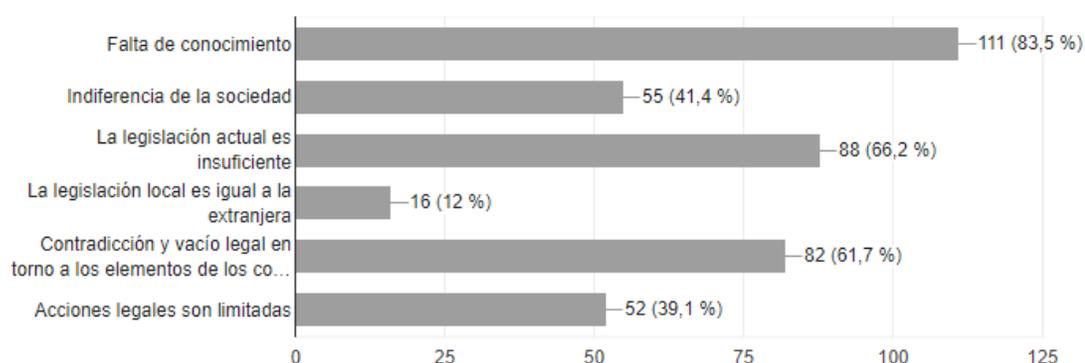
Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados, 117 profesionales del derecho indicaron que no han tenido voz, voto ni participación a la hora de la creación de los contratos y cláusulas de adhesión que han firmado, representando un 90% de la muestra. Por otra parte, 13 indican que, si han tenido la oportunidad, representando únicamente el 10% de la misma.

Ilustración 20: Profesionales del derecho sobre las razones principales por las cuales los derechos de los consumidores se ven vulnerados/afectados a través de los contratos de adhesión.

¿Cuáles considera que son las mayores razones por que los derechos de los consumidores se ven vulnerados a través de los contratos de adhesión? (Máximo 3)

133 respuestas



Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados

Del total de encuestados, 111 opinan que la mayor causa de los abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores a través de los contratos de adhesión es la falta de conocimiento en general, representando un 83.5% de la muestra encuestada. En segundo lugar, 88 opinan que la legislación actual es insuficiente, representando un 66.2% de la muestra encuestada. En tercer lugar, 82 opinan que existe contradicciones y vacíos legales en torno a los elementos esenciales de la contratación, siendo un 61.7% de la muestra encuestada. En cuarto lugar, 55 opinan que la indiferencia de la sociedad influye de manera significativa, representando un 41.4% de la muestra encuestada. En quinto lugar, 52 opinan que las acciones legales son limitadas, representando un 39.1% de

la muestra encuestada. Por último, solamente 16 opinan que la legislación local no difiere de la extranjera, representando un 12% de la muestra encuestada.

Es importante mencionar que, en este segmento, se le dio la oportunidad a los encuestados de incluir un máximo de 3 respuestas a la misma pregunta, con la finalidad de obtener un amplio espectro de lo que opinan los colegas con respecto a la temática, y siendo probablemente la pregunta más importante que será desarrollada posteriormente en la propuesta de mejora.

4.3 Resultados de Entrevistas

En este segmento del presente capítulo, recolectare la información más relevante obtenida de las entrevistas planteadas con expertos en el área de los contratos de adhesión, en materia del derecho de los consumidores. Como se trata de una tesis, *“la información debe estar muy expuesta para que el jurado, estudiantes o colegas puedan comprender a cabalidad el alcance de todo el trabajo”* (Normas APA, 2021).

Cabe mencionar que se realizaron una serie de entrevistas semiestructuradas a abogados expertos en la materia al igual que expertos que trabajan en el órgano de aplicación de la norma. Dividiré los resultados primero de forma general mostrando las similitudes en criterios y posteriormente se harán apreciaciones particulares de lo encontrado en cada entrevistado.

Tabla 16: Resultado resumido de las entrevistas aplicadas

Entrevistado 1, 2, 3	
Técnica: Entrevista Semiestructurada	
Preguntas	Respuestas
¿Qué son los contratos de adhesión?	En las entrevistas aplicadas todos consideraron que son los que se adquieren en razón de imposición de una de las partes a otra con la finalidad de complementar una obligación principal.
¿Se queda el consumidor sin soluciones prácticas al tener que acceder a una obligación accesoria (de adhesión) por adquirir la principal?	Los entrevistados concuerdan que el Estado se queda corto para encontrar soluciones prácticas. El consumidor siempre queda con cierto nivel de insatisfacción al estar expuestos a esta tipicidad atípica de contratación.
¿Puede ser el desconocimiento de la población y de los profesionales del derecho un gran factor en los abusos, afectaciones y vulneraciones derivados de los contratos de adhesión?	Se considera por todos los entrevistados que el desconocimiento en general es el potenciador de las violaciones a derechos, causando imposición en la parte débil de la contratación.
¿Qué tipo de lagunas legales o vulneraciones concretas a los derechos de los consumidores pueden derivarse de los contratos de adhesión?	Los entrevistados consideran que existen lagunas en torno a los elementos de la contratación, al igual que vulneraciones concretas como comisiones prohibidas,

<i>Entrevistado 1, 2, 3</i>	
<i>Técnica: Entrevista Semiestructurada</i>	
Preguntas	Respuestas
	contraprestaciones no deseadas y violación a los principios contractuales del derecho de la información, libre negociación y buena fe.
¿Ha sido representante procesal en materia de derecho de los consumidores y contratos de adhesión?	Los entrevistados han asesorado a varias personas. Uno ha llevado casos por la vía administrativa en la Dirección de Protección al Consumidor y el otro trabaja en la misma institución, brindando apoyo directo en los expedientes y audiencias.
¿Considera que la legislación de protección al consumidor es suficiente para resolver la problemática de los contratos de adhesión?	Los entrevistados concluyen que la legislación actual es muy básica e insuficiente para resolver el problema, sugiriendo que se deben reestructurar o adaptar las condiciones de los contratos alrededor de lo que desea el individuo, sin adicionar más de forma clara y entendible.
¿Considera que la legislación internacional en materia de protección al consumidor difiere significativamente de la nuestra?	Los encuestados concuerdan en que otros países como Chile han tomado más cartas en el asunto. Existen más similitudes que diferencias, pero sugieren que debe existir una concepción del derecho del consumidor como un derecho humano, teniendo el Estado que tomar un rol más activo al igual que los administradores de justicia.

<i>Entrevistado 1, 2, 3</i>	
<i>Técnica: Entrevista Semiestructurada</i>	
Preguntas	Respuestas
¿Son suficientes las acciones que por ley los consumidores pueden incoar para resolver la problemática de los contratos de adhesión?	Concluyeron que no, y todos coincidieron en que debe existir un nuevo régimen de protección a los consumidores que atienda con mayor eficiencia y de manera más práctica las necesidades de los consumidores. De igual manera mencionan la importancia de la importancia de las actuaciones en la práctica, no solo en el papel.
¿En algún punto ha tenido que someterse a un contrato de adhesión en alguna casa comercial o institución financiera ya que de no hacerlo no podrá obtener su servicio principal? De ser así, ¿puede explicarme un poco sobre sus experiencias?	Concluyeron que sí, apareció una figura adicional que es las empresas de telecomunicaciones, que ya han adquirido fama en la sociedad de celebrar la modalidad de contratos de adhesión de forma habitual. De igual manera se comentó que a pesar que la mayoría de estos contratos deben ser opcionales, no siempre es el caso y existe coacción.
¿Considera que los contratos de adhesión respetan los elementos esenciales de la contratación, en este caso objeto, consentimiento y causa?	Los entrevistados hicieron énfasis en que la legalidad no siempre es sinónimo de lo justo y lo correcto, y el hecho de que los contratos de adhesión estén parcialmente regulados siguen vulnerando los elementos esenciales de la contratación, causando afectaciones al patrimonio de los consumidores.

<i>Entrevistado 1, 2, 3</i>	
<i>Técnica: Entrevista Semiestructurada</i>	
Preguntas	Respuestas
¿Qué principios contractuales vulneran los contratos de adhesión?	Autonomía de la voluntad, causa concreta, solidaridad, consenso, autonomía privada del adherente, buena fe, igualdad.
¿Qué artículos recomendaría que deben modificarse o incluirse en las leyes actuales para regular de una mejor manera los contratos de adhesión?	Los entrevistados concordaron que se debe hacer una revisión integral de toda la ley y usarla de base, puesto que aún no es lo suficientemente eficaz. De igual manera hicieron énfasis en modificaciones que se deben hacer en los procesos y reglamentos para que el consumidor tenga un poco más de libertad y evitar que adquiriera múltiples obligaciones en lugar de una, en caso de que así se desee.

Fuente: Elaboración propia

Analizando las respuestas obtenidas por parte de los entrevistados, tanto de los abogados expertos en materia como el órgano de aplicación, podemos notar que todos están de acuerdo que existen muchas áreas de mejora en torno a la legislación actual. Pude observar que en ningún momento se demerita la ley actual, haciendo referencia a La Ley de Protección al Consumidor y su reglamento. Por otra parte, los entrevistados indican que es un punto de inicio muy importante pero no lo suficientemente práctico para que el consumidor no se vea afectado por la modalidad de los contratos de adhesión.

El entrevistado 02, secretario en la Dirección General de Protección al Consumidor indica que a pesar de que la institución no cuenta con datos exactos con relación a las denuncias interpuestas por conflictos de contratos de adhesión, siempre se ven en una menor cantidad sin dejar de ser un problema. Proporciono un comentario muy importante que se detalla a continuación:

Con respecto a manejar expedientes y denuncias relacionadas a los contratos de adhesión: “sobre todo a raíz de la pandemia del COVID-19, estuvimos cerrados varios meses y note que a partir de febrero muchas personas comenzaron a denunciar por cosas como penalizaciones y cargos ocultos por mora, por cobros excesivos de garantías, también porque les extendían las cuotas de pago sin haberles consultado para cobrarles más intereses. La pandemia vino a magnificar el problema porque también la gente denunció mucho sobre empresas como Tigo y Claro que querían obligarlos a pagar nuevos contratos y nuevos seguros cuando ellos ya no querían, les estaban cobrando el contrato completo como si estuviesen beneficiándose de los planes. La mayor parte de los casos terminaron con la anulación de los contratos, pero los clientes se iban muy molestos y los proveedores pagaban montos muy bajos para indemnizar estos problemas. También recibimos una cantidad fuerte de denuncias improcedentes por falta de pruebas o de consumidores que no querían hacerse responsables de sus obligaciones, pero esas fueron archivadas”.

Por otra parte, el entrevistado 02, adicionalmente de una forma muy proactiva hizo una apreciación muy importante para potencialmente simplificar el proceso en cómo se manejan las denuncias de contratos principales atados a los de adhesión:

Posibles modificaciones al proceso administrativo: “Que en la audiencia de conciliación el reglamento permita separar ambos contratos y rescindir solamente del que afecta al consumidor, sin necesidad de anular toda la operación, porque hay que tomar en cuenta que el contrato de adhesión no es ilegal. Desafortunadamente en la actualidad es algo blanco o negro y debería haber más flexibilidad”.

Por otra parte, el entrevistado 03, de la mano con lo que opina el entrevistado 02 exhorta al poder Legislativo de la siguiente forma: “A los legisladores la revisión de la norma adjetiva procedimental. Entender que el problema radica, en alguna medida, en que no se cuenta con las instancias expeditas para accionar en contra de estos abusos”. Esto indica como resultado principal que tanto el órgano de aplicación como el experto en materia están de acuerdo que hay que tomar medidas adicionales en el asunto.

El entrevistado 01, también especialista en materia de contratos de adhesión, proporciona un ejemplo muy claro relacionado a los vacíos legales e insuficiente regulación de los mismos:

Ejemplo de vacío legal: “El consumidor queda en medio de un par de escenarios. El primero que es dejar que le violenten sus derechos y el segundo que es denunciar. Al hacer lo segundo se ve obligado a rescindir de lo que originalmente deseaba por anular el contrato de adhesión. Significa que el consumidor queda a la deriva.”.

Por otra parte, el entrevistado 01 también fue lo suficientemente amable en compartir un testimonio de cómo sus derechos como consumidor han sido violentados por proveedores que suscriben contratos de adhesión:

***Ejemplo de afectación derivada de contratos de adhesión:** “Indiscutiblemente a todos nos ha pasado. Específicamente en los contratos de telefonías móviles en virtud que, al momento de solicitar la renovación del plan por el lapso de vencimiento del mismo, siempre se comunica que el plan anteriormente obtenido ya no existe y que para renovar debe de tomar uno de mayor valor económico dejando al usuario, al igual que seguros no solicitados, expuesto para continuar con el servicio bajo las nuevas políticas aprobadas por la empresa.”.*

Este ejemplo nos indica que ni los profesionales están exentos de las vulneraciones derivadas de los contratos de adhesión. Procedo a hacerme la siguiente pregunta: ¿Si los profesionales del derecho sufren las consecuencias de esta modalidad atípica de contratación, en qué lugar quedan los consumidores que ni siquiera tienen el conocimiento, legislación eficiente y educación necesaria para poder defenderse? Los resultados son contundentes. Si bien es cierto el Código Civil de Honduras establece en el artículo 6 que “no podrá alegarse ignorancia a la ley por ninguna persona”, considero que las apreciaciones de los expertos son claras en que la ley es insuficiente al igual que la problemática universal del desconocimiento de las leyes como tal, lo cual dificulta aún más el manejo de la legislación internacional como tal. Curiosamente también aparece la

figura de las empresas de telecomunicaciones, sumadas a las casas comerciales e instituciones financieras.

Expandiendo más en los resultados sobre la falta de conocimiento e indiferencia tanto de la sociedad como de los profesionales del derecho en temática de contratos de adhesión, el entrevistado 02 compartió una percepción muy interesante al mencionar: *“Creo que un poco de ambas, hay que tomar en cuenta que la mayor parte de la población no tiene acceso a buena educación y considero que esta es la mayor problemática de nuestra sociedad”*. Para corroborar lo que nos está planteando el entrevistado, me tome el tiempo de buscar estadísticas adicionales sobre el acceso a la educación superior. La Dirección de Educación Superior de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras indica que *“en el 2018, la matrícula total de personas en Instituciones de Educación Superior (IES) fue de 266,908 en total”* (UNAH, 2018). El dato anterior incluye instituciones tanto públicas como privadas.

Para complementar lo anteriormente planteado el Instituto Nacional de Estadísticas de Honduras, nos dice en *“Indicadores Cifras de País 2019”* que la población total de Honduras es de 9,151,940 (INE, 2019). Si hacemos una división básica del total de personas que tienen acceso a educación superior (266,908) y la dividimos entre la población total, el escalofriante porcentaje de 2.91% de la población podría tener algún tipo de conocimiento sobre el tema de contratos de adhesión. Cabe mencionar que de este 2.91% no todos estudian derecho, así que el camino que se debe recorrer es aun extenso.

Podemos afirmar que los aportes realizados por los entrevistados son contundentes relacionados a la hipótesis planteada, puesto que la cantidad de personas que pueden tener acceso al conocimiento de la problemática planteada alrededor de los contratos de

adhesión en la actualidad es una minoría. Para lograr mayor eficiencia a nivel institucional como a nivel de sociedad, se deberán realizar modificaciones y sugerencias que serán descritas en los siguientes capítulos.

4.4 Apuntes de Investigador

A la hora de contactar personas en la autoridad de aplicación, desafortunadamente se complicó el tema de conseguir entrevistas presenciales debido a las medidas de bioseguridad por la pandemia COVID-19. Afortunadamente se logró agendar una cita vía telefónica y posteriormente se logró realizar la entrevista vía electrónica. Con respecto a los datos sobre denuncias de contratos de adhesión, la autoridad de aplicación confirmó que no existen datos exactos en cantidades relacionadas a la temática, al no ser tan común ni conocido por la población ni ellos mismos en general.

En las posibles limitaciones a la investigación se anticipó que las encuestas in situ podrían verse afectadas debido a la pandemia, pero se tomaron las medidas necesarias para lograr entrevistas de calidad a través de medios electrónicos. Puedo concluir mis apuntes confirmando que la autoridad de aplicación no tiene suficiente información estadística para brindar datos adicionales a la presente investigación. Por otra parte, las respuestas obtenidas por el entrevistado han sido de mucho uso para los objetivos e hipótesis planteadas en la investigación.

Capítulo V: Propuesta de Mejora

El siguiente capítulo tiene como finalidad principal presentar la propuesta de mejora de la presente investigación, como resultado de la validación de las hipótesis y objetivos planteados, tomando como base los resultados de la aplicación de los instrumentos metodológicos presentados en el capítulo anterior. De igual manera se tomará en cuenta el análisis documental a nivel nacional y de derecho comparado que se hizo con la finalidad de plantear soluciones concretas al problema de los contratos de adhesión y sus afectaciones a los derechos del consumidor.

5.1 Formulación de la propuesta de mejora.

La propuesta de mejora consiste en la reforma de seis (6) artículos de la actual Ley de Protección al Consumidor vigente y la adición de tres (3) artículos a la misma ley, a fin de poder complementar la insuficiente regulación a los contratos de adhesión que resulta en afectaciones, abusos y vulneraciones a los derechos de los consumidores. Cabe mencionar que todas las mejoras que no se derivan directamente de la ley y sus reformas, pero tienen un grado de igual relevancia a lo expuesto en este capítulo, serán desarrolladas en el capítulo de recomendaciones posteriormente.

5.2 Reformas y adiciones a la Ley de Protección al Consumidor

Tabla 17: Reformas y adiciones a la Ley de Protección al Consumidor

Reformas a la Ley de Protección al Consumidor	
Contenido Actual	Propuesta de reforma del texto
<p>ARTÍCULO 7, núm. 7- CONTRATO DE ADHESION: Es aquel cuyas condiciones o estipulaciones son establecidas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor(a) pueda discutir o modificar las clausulas o condiciones esenciales en el momento de contratar.</p>	<p>ARTÍCULO 7, núm. 7- CONTRATO DE ADHESION: Es aquel cuyas condiciones o estipulaciones son establecidas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor(a) pueda discutir o modificar las clausulas o condiciones esenciales en el momento de contratar. <i>El mismo puede ser un contrato principal, o accesorio debiendo ser identificado de forma clara por parte del proveedor.</i></p>
<p>Incorporación a la Ley/Reforma</p>	<p>ARTÍCULO 9, núm. 15. DERECHOS BASICOS. Son derechos esenciales de los consumidores:</p> <p>15) El derecho de rescindir o anular un contrato de adhesión accesorio sin necesidad de rescindir o anular el contrato principal, a fin que el consumidor asegure</p>

Reformas a la Ley de Protección al Consumidor	
Contenido Actual	Propuesta de reforma del texto
	adquirir solamente el bien o servicio que desea.
Incorporación a la Ley/Reforma	<p>ARTÍCULO 19, núm. 12 - OBLIGACIONES</p> <p>12) A la hora de crear contratos de adhesión, el proveedor deberá identificar si el contrato es principal o accesorio, y en caso de que exista más de una obligación o prestación adicional, deberá mencionarlo de forma expresa a fin que el consumidor pueda aceptar o rechazar las mismas, debiendo estar consignadas por separado en forma específica.</p>
Incorporación a la Ley/ Reforma	<p>ARTÍCULO 20, núm. 16 - PROHIBICIONES GENERALES</p> <p>16) Intentar legitimar por acción u omisión, los contratos de adhesión y cláusulas o</p>

Reformas a la Ley de Protección al Consumidor	
Contenido Actual	Propuesta de reforma del texto
	estipulaciones que establezcan incrementos de precio por servicios, accesorios, financiamiento o recargos, salvo que dichos incrementos correspondan a prestaciones adicionales que sean susceptibles de ser aceptadas o rechazadas por el consumidor en cada caso y estén consignadas por separado en forma específica.
Incorporación a la Ley	ARTÍCULO XI.- GARANTIAS ADICIONALES - En caso de que el proveedor extienda una garantía adicional como valor agregado a la relación de consumo, la misma deberá ser opcional y redactada como contrato de adhesión por separado del contrato principal, siendo el consumidor quien decida si adquirirla o rechazarla. Lo anteriormente expuesto no exime al proveedor de extender al

Reformas a la Ley de Protección al Consumidor	
Contenido Actual	Propuesta de reforma del texto
	<p>consumidor sin costo adicional la garantía mencionada en los artículos anteriores.</p>
Incorporación a la Ley/Reforma	<p>ARTÍCULO 44. Núm. 11- PROHIBICIONES A LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS FINANCIEROS Y DE CREDITO PARA EL CONSUMO –</p> <p>11) Incluir o imponer pólizas de seguros a como cláusulas de adhesión sin el consentimiento del consumidor. En caso de que un seguro sea incluido, deberá ser en contrato separado teniendo el consumidor la potestad de aceptar o rechazar las condiciones y disposiciones escritas.</p>
Incorporación a la Ley	<p>ARTÍCULO XII.- SEGUROS -</p> <p>En caso de que el proveedor ofrezca un seguro como valor agregado a la relación de consumo, el mismo deberá ser redactado</p>

Reformas a la Ley de Protección al Consumidor	
Contenido Actual	Propuesta de reforma del texto
	como contrato de adhesión de manera separada al contrato principal, teniendo el consumidor la potestad de aceptar o rechazar las condiciones y disposiciones escritas.
Incorporación a la Ley/Reforma en torno a modificación de proceso	<p>ARTÍCULO 48 núm. 2- MEDIOS PARA RESCINDIR -</p> <p>2) En caso de que existan múltiples obligaciones derivadas de los contratos de adhesión, el consumidor podrá rescindir de las prestaciones no deseadas ante la Autoridad de Aplicación, sin necesidad de anular o rescindir el contrato principal.</p>
Incorporación a la Ley/Reforma en torno a modificación de proceso	<p>ARTÍCULO XII.- REVISION, RECOMENDACIONES Y APROBACION DE CONTRATOS DE ADHESION-</p>

Reformas a la Ley de Protección al Consumidor	
Contenido Actual	Propuesta de reforma del texto
	Al estar inscrito un nuevo proveedor en el Registro Mercantil y tenga los debidos permisos para operar, deberán ser sometidos ante la Autoridad de Aplicación todos los contratos principales y accesorios y/o de adhesión, a fin de que puedan ser revisados y pre aprobados por el mismo antes de que se dé por iniciada la relación de consumo. En caso de no acatar las recomendaciones, el proveedor quedara expuesto a las acciones que el consumidor puede tomar según lo indica la presente ley.

Fuente: Elaboración propia

5.3 Conclusiones de la propuesta de mejora

Es evidente que la Ley de Protección al Consumidor aún tiene que reformarse y expandirse a fin de que los derechos de los consumidores no sean violentados con la

modalidad atípica de los contratos de adhesión. Las reformas y adiciones que se propusieron van de la mano con la hipótesis y objetivos planteados. En el caso de que esta propuesta de mejora entrase en efecto, la problemática sería resuelta. Esto también va de la mano con la correcta aplicación a la norma, a pesar que no hace falta mencionar que existen artículos muy buenos en la legislación existente que son violentados de manera impune por parte de los proveedores de bienes, productos y servicios. Se presupone una propuesta de mejora como la solución al proyecto de investigación en caso de que sea aplicado por los legisladores y la autoridad de aplicación, en este caso la Dirección General de Protección al Consumidor.

Capítulo VI: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones

En el presente capítulo se realizarán la discusión, conclusiones y recomendaciones de lo que ha sido el presente proyecto de investigación. En la discusión se hará un breve, pero conciso análisis de los resultados en orientación con las variables e hipótesis que se plantearon. De igual manera, se procederá a realizar un breve resumen de la significación del trabajo. Las conclusiones serán breves y de igual manera serán orientadas a las hipótesis y objetivos derivando los hallazgos de la investigación. Por último, en las recomendaciones se considerarán ideas a la toma de acciones y decisiones prácticas necesarias para solucionar el fenómeno planteado. Se expondrán los vacíos del conocimiento con la finalidad de plantear futuras interrogantes del problema.

6.1 Discusión

La presente parte de este capítulo estará dividida en las siguientes secciones. En primera instancia tendremos el análisis e interpretación de resultados. Posteriormente se hará un análisis de cómo estos resultados se conectan a las variables planteadas en el capítulo tercero del presente proyecto. Por último, se realizará un resumen sobre el impacto y significado que el presente trabajo ha dejado en el campo de investigación jurídico.

6.1.1 Análisis general e interpretación de resultados.

Tal y como observamos en el capítulo cuarto de la presente investigación, los resultados fueron contundentes, fáciles de interpretar, y directamente relacionados a lo que se propuso desde el comienzo. Como tendencia general, logramos observar que ni siquiera dentro del rubro de los profesionales del derecho, el tema de la regulación de los

contratos de adhesión se maneja a la perfección. De igual manera tanto los expertos entrevistados como los encuestados concluyeron que los contratos de adhesión en la actualidad generan abusos, afectaciones, y vulneraciones a los consumidores. Tal y como se sospechó al inicio de la investigación, la falta de conocimiento sobre el tema dentro del gremio es solo un indicador más que los consumidores que no tienen nuestro mismo nivel de entendimiento de la ley están a la deriva.

De manera sorpresiva, al realizar el análisis documental también fue notorio que existen países que ya han tomado cartas en el asunto y se descubrieron ciertos avances que Honduras puede emular para solucionar los vacíos legales existentes. La separación de obligaciones principales y accesorias fue el resultado y novedad más importante que se encontró en el análisis documental. Logramos observar que el consumidor tiene la libertad de aceptar o rechazar las cláusulas y contratos de adhesión con contraprestaciones no deseadas. A nivel nacional se encontró que aún no existe esta separación y el consumidor queda entre la espada y la pared teniendo la opción de cancelar por completo los servicios y bienes obtenidos al denunciar, y al no hacerlo, dejar que sus derechos sean vulnerados.

Uno de los puntos torales era la contradicción legal que se encontró en torno a los principios y elementos esenciales de la contratación en torno a los contratos de adhesión. La mayor parte de los encuestados y entrevistados confirmaron que la modalidad atípica de los contratos de adhesión puede llegar a ser abusiva y perjudicial para los consumidores. Se encontró que el consentimiento, voluntad de las partes, igualdad entre otros, son vulnerados al tener obligaciones principales y accesorias atadas al mismo

pedazo de papel sin el consumidor tener voz o voto en la celebración de la relación de consumo.

6.1.2 Análisis de variables post facto.

Tabla 18: Análisis de variables posterior a investigación y resultados

Análisis de variables posterior a la investigación	
Variable	Análisis y relaciones
“Falta de conocimiento legal de los contratos de adhesión”.	La presente variable fue el punto toral de la investigación. Estaba directa e indirectamente relacionada con las demás porque los resultados comprobaron que, si ni los profesionales del derecho manejan el tema en su totalidad, los consumidores que no son abogados están en una condición más precaria. Los consumidores no pueden defender derechos que desconocen y tanto la baja escolaridad como la indiferencia colectiva contribuyen a la magnificación de los abusos a los derechos de los consumidores.

Análisis de variables posterior a la investigación	
Variable	Análisis y relaciones
“abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores”.	Variable directamente relacionada a la anterior. Los abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores son el resultado de la insuficiente regulación a la Ley de Protección al Consumidor. La presente variable está directamente relacionada a todas las variables por discutir, en virtud que es resultado de la disyuntiva jurídica. Tanto la investigación documental, como entrevistas y encuestas respaldan que la variable planteada es una realidad.
“actual normativa de protección al consumidor es insuficiente”.	Sin duda alguna, la investigación documental respalda el hecho que la normativa nacional es insuficiente para suplir las necesidades prácticas y concretas de los consumidores en torno a los contratos de adhesión. En el capítulo de la propuesta de mejora se hizo la serie de reformas y adiciones que necesita la Ley de

Análisis de variables posterior a la investigación	
Variable	Análisis y relaciones
	Protección al Consumidor para minimizar el impacto causado por el problema planteado.
“imposibilidad del consumidor de ejercer su voluntad en los contratos de adhesión”.	Los expertos entrevistados al igual que la investigación documental de la ley internacional, concluyen que la presente variable también es una realidad. Al violentarse el principio de voluntad de las partes, se generan abusos a los derechos de los consumidores, existiendo nuevamente una relación directa con las variables anteriormente planteadas. Cabe mencionar que a pesar que una modalidad de contratación sea atípica, en ningún momento el consumidor puede quedar sin la opción de ejercer voz y voto en la relación de consumo.
“actual normativa internacional de protección al consumidor”.	La presente variable sirve como punto de comparación con la variable que analiza la legislación a nivel nacional. Se encontró en

Análisis de variables posterior a la investigación	
Variable	Análisis y relaciones
	<p>el análisis documental que en países como Chile y Colombia las cláusulas y contratos de adhesión deben ir redactados por separado de la obligación principal. Al consumidor se le debe de dar la oportunidad de aceptar o rechazar las mismas. Inicialmente se pensó que las legislaciones no iban a diferir mucho con las nuestras, y en efecto existen más similitudes que diferencias. A pesar de esto, la actual normativa internacional es más completa que la nacional y difiere en el hecho que si les brinda soluciones prácticas a los consumidores en torno a los contratos de adhesión.</p>
“acciones legales limitadas”	<p>La presente variable es una causa directa de las vulneraciones a los derechos de los consumidores. Las entrevistas a los expertos comprobaron que las acciones existentes dejan al consumidor con la</p>

Análisis de variables posterior a la investigación	
Variable	Análisis y relaciones
	<p>opción de cancelar la relación de consumo en su totalidad, o dejar que sus derechos sean vulnerados. No debería ser así, puesto que el consumidor debe tener la libertad de aceptar o rechazar contraprestaciones ofrecidas por los proveedores sin necesidad de irse a los extremos. La variable es respaldada con los resultados de la investigación.</p>
<p>“usuarios financieros y clientes de casas comerciales”</p>	<p>La presente variable tuvo la peculiaridad que, al momento de aplicar los instrumentos metodológicos, no solo se comprobó que era cierta, sino que hasta los mismos profesionales del derecho han sido afectados con contratos de adhesión al adquirir bienes y servicios en estas instituciones. Al momento de entrevistar a los expertos salió a luz una nueva institución que son los proveedores de servicios de cable, telefonía e internet.</p>

Análisis de variables posterior a la investigación	
Variable	Análisis y relaciones
“adquirir bienes, servicios y productos”.	Se relaciona como la acción que toma el consumidor al adquirir un bien, producto o servicio. La investigación documental supone que esta acción se debe manejar de buena fe y con transparencia por ambas partes. También demuestra que no existe separación en la Ley de Protección al Consumidor entre obligaciones principales y accesorias, teniendo un impacto directo en la variable de afectaciones, vulneraciones y abusos a los derechos del consumidor.
“elementos esenciales de la contratación”.	La interpretación jurídica de los expertos entrevistados respalda que esta variable es parte directa del problema, a causa de que la modalidad atípica de los contratos de adhesión contradice los elementos esenciales de la contratación, en específico el consentimiento de partes.

Análisis de variables posterior a la investigación	
Variable	Análisis y relaciones
“vacío legal que perjudica directamente a los consumidores”.	<p>Relacionado directamente con la variable anterior, los vacíos legales que generan los contratos de adhesión en torno a la regulación actual, tienen un impacto directo en el patrimonio de los consumidores, cuando no debería ser así.</p> <p>Las recomendaciones a los procesos que han hecho los expertos en el tema demuestran que la presente variable es clave para la parte de recomendaciones en la investigación.</p>

Fuente: Elaboración propia

6.1.3 Resumen e impacto de la investigación.

La presente investigación tiene un impacto a nivel macro y micro. El aspecto macro en torno a derecho comparado, debido a que desafortunadamente la insuficiente regulación de los contratos de adhesión de Honduras no puede contribuir a otros países. En el aspecto micro, o local, las legislaciones de afuera si sirven de ejemplo para resolver la problemática planteada. Es muy fácil cuestionar la posición de un consumidor cuando se

le violentan sus derechos, porque claramente no existe una cultura ni conocimiento sobre el tema, aun peor en algo tan específico como los contratos de adhesión.

La investigación en sus resultados demuestra que todas las variables tienen relación directa y comprobada con el problema de manera eficaz. Los instrumentos metodológicos se aplicaron de manera eficiente y dieron las respuestas que se buscaban para la problemática planteada. Los objetivos en el primer capítulo también fueron atendidos en razón de que se encontraron las soluciones a la problemática a través de su aplicación.

Por otra parte, quiero enfatizar el impacto de la investigación en tres ángulos adicionales. El primer ángulo es en torno al consumidor. En caso de aplicar la propuesta de mejora planteada, los consumidores dejarían de tener problemas con los contratos de adhesión desde la perspectiva de la norma y procesos jurídicos. Las soluciones legales son concretas y contundentes y fueron planteadas con anterioridad. Desde la perspectiva social, hace falta expandir en las recomendaciones, pero estas serán planteadas en breve. El segundo ángulo radica en el impacto que la investigación tiene en el profesional del derecho. Esta discusión exhorta al profesional del derecho a expandir su universo conceptual, tomando en cuenta que este tema muchas veces no es del conocimiento necesario para poder resolver los problemas de nuestros clientes. Al estar informados y educados sobre el tema, la labor de hacer valer la ley se vuelve más concreta y eficaz, siendo la aplicación de justicia pronta el norte como tal. El tercer ángulo del impacto de la investigación radica en torno al legislador. Se exhorta al legislador a tomar en cuenta la propuesta de mejora para lograr que la ley provea soluciones prácticas a los consumidores cuando tienen una relación de consumo a través de los contratos de adhesión. Este ángulo

es el más crítico, en vista de que el impacto de estas reformas haría posible que los 2 anteriores sean más fáciles de aplicar.

6.2 Conclusiones

A continuación, escribiré una serie de conclusiones concretas orientadas a los objetivos, hipótesis y hallazgos de la presente investigación:

Los objetivos planteados en el primer capítulo fueron cumplidos de manera exitosa. Después de hacer un análisis exhaustivo de las leyes nacionales e internacionales, contratos, y la aplicación de instrumentos metodológicos, se encontraron soluciones al problema planteado y no quedó ningún aspecto inconcluso. Los derechos de los consumidores son violentados, afectados y vulnerados a causa de la insuficiente regulación en los contratos de adhesión. Tanto la hipótesis general como las específicas fueron concluidas. No hubo necesidad de modificar el contenido de los instrumentos metodológicos considerando que los mismos proporcionaron la información y hallazgos necesarios para lograr que el proyecto de investigación se haya concluido de acuerdo a lo esperado.

Uno de los hallazgos más importantes fue que ni los profesionales del derecho manejan el tema de los contratos de adhesión en su totalidad. De igual manera sus derechos han sido vulnerados al estar en condición de consumidores. Esto nos indica que el problema planteado se magnifica al no existir conocimiento en el gremio para poder impulsar una justicia ágil y eficaz a los clientes. Del desconocimiento colectivo de la problemática radica la afectación a los derechos y el patrimonio de los consumidores en torno a los contratos de adhesión, al no poder defenderse un derecho del cual se desconoce. La

legislación a nivel nacional es insuficiente para encontrar soluciones prácticas a los consumidores, y es por eso que en la propuesta de mejora se propusieron los cambios y adiciones que se deben hacer, a fin que se elimine el problema.

Los consumidores en la actualidad no pueden ejercer su voluntad al someterse a los contratos de adhesión, en virtud que solo tienen la opción de decir “sí o no” a la totalidad de obligaciones recíprocas sin existir división de las principales y accesorias. La normativa internacional tiene muchas similitudes a la nacional, pero es más completa para encontrar soluciones prácticas a los consumidores con los contratos de adhesión. Las acciones y procesos legales existentes brindan cierto apoyo, pero aun necesitan ampliarse para evitar abusos, afectaciones y vulneraciones a los derechos del consumidor. Los usuarios financieros, de casas comerciales y de proveedores de cable, telefonía e internet son los que de manera más común se quejan de la modalidad unilateral de los contratos de adhesión y actualmente se encuentran sin respuestas concretas a sus problemáticas.

No existe una separación en la Ley de Protección al Consumidor de obligaciones principales y accesorias, teniendo el cliente que acceder a que violen sus derechos o a destruir por completo la relación de consumo para defenderlos. Los elementos esenciales de la contratación son violentados a través de la modalidad atípica de contratos de adhesión, causando debates e inconsistencias directas sobre la interpretación de la norma que debe ser en todo momento a favor del consumidor.

La contradicción actual y vacío legal en torno a la normativa nacional de los contratos de adhesión tiene un impacto legal, social y económico en los consumidores, a falta de soluciones prácticas, rápidas y eficientes. El impacto de la Pandemia COVID-19 fue

notorio, debido a que la Autoridad de Aplicación estuvo cerrada gran parte del 2020 atrasando la justicia a los consumidores. De igual manera limito físicamente la aplicación de ciertos instrumentos metodológicos.

6.3 Recomendaciones

A continuación, se harán una serie de recomendaciones basadas en lo que considero total tomar en cuenta para que el problema planteado pueda ser resuelto a través de un enfoque holístico y de múltiples ángulos:

Al legislador, urge tomar en cuenta lo planteado en la propuesta de mejora para reformar y agregar artículos a la Ley de Protección al Consumidor. Urge en vista de que el consumidor está en su derecho de poder contratar únicamente los servicios que desee sin necesidad de adquirir contraprestaciones adicionales.

Al profesional del derecho, hacer un esfuerzo en educarse sobre el tema planteado, a través de talleres, seminarios y lecturas, con la finalidad de que podamos brindarle justicia eficiente a nuestros clientes, quienes nos buscan desesperadamente cuando no logran encontrar respuestas a los abusos derivados de los contratos de adhesión.

A los consumidores, darle la importancia a todas las actividades que directamente afectan su patrimonio. Sin necesidad de ser expertos en el tema, siempre pueden leer temas generales sobre los derechos del consumidor porque la información es accesible a través de medios físicos y electrónicos.

Al Estado de Honduras, ejercer la potestad y responsabilidad que le delega la Ley de Protección al Consumidor para lanzar campañas y programas que fomenten la protección

de los derechos del consumidor, considerando que los esfuerzos existentes son muy limitados para lograr el impacto deseado en la población.

A las instituciones educativas:

- Nivel de Primaria y Secundaria: Incluir clases básicas informativas sobre la educación de los jóvenes en torno a los derechos del consumidor, y a crear una cultura de respeto a los mismos.
- Nivel Universitario: Incluir en el pensum de manera obligatoria una clase especializada en Protección al Consumidor, puesto que en la actualidad solo se manejan como seminarios optativos y eso no alcanza a educar a todos los estudiantes que aspiran a ser profesionales del derecho.

A los lectores, utilizar los hallazgos de la presente investigación como motivación para ampliar el problema u otros de similar magnitud, en razón de que el derecho evoluciona constantemente y debe seguir actualizándose con la finalidad de recuperar la justicia, aplicabilidad de las leyes e institucionalidad, que poco a poco se han ido olvidando en nuestro país.

Glosario

- 1) Autoridad de Aplicación: Dirección General de Protección al Consumidor
- 2) Acción Legal: Para fines de investigación, los reclamos o denuncias que pueden interponer los consumidores ante el proveedor y la autoridad de aplicación.
- 3) Instrumento Metodológico: Serie de encuestas y entrevistas aplicadas para fines de la presente investigación.
- 4) Población: Para fines de investigación, se define como los profesionales del derecho en condición de consumidores del Distrito Central.
- 5) Muestra: Porcentaje de la población que se definió a través de una formula con la finalidad de aplicar los instrumentos metodológicos.
- 6) Hermenéutica: Sinónimo de interpretación de la ley.

Bibliografía

- Carranza, S. (2016, Julio 8). *¿Cómo denunciar abusos contra el consumidor?* Diario El Herald. <https://www.elheraldo.hn/pais/987378-466/cómo-denunciar-abusos-contra-el-consumidor>
- Cuñat Giménez, R. J. (2007). Aplicación de la Teoría Fundamentada (Grounded Theory) al Estudio del Proceso de Creación de Empresas. *Dialnet*, 2, 1–13. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2499458>
- Biblioteca del Congreso Nacional. (1997, marzo 7). *Servicio proporcionado por la Biblioteca del Congreso Nacional (BCN), que contiene la información jurídico-legislativa*. Biblioteca Del Congreso Nacional | Ley Chile. <https://www.bcn.cl/leychile>
- CAPITULO II. EL CONTRATO POR ADHESION*. (n.d.). Cybertesos. Retrieved February 27, 2021, de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2004/fjc357c/xhtml/TH.3.xml>
- INE. (2020). *INDICADORES CIFRAS DE PAÍS 2019*. Instituto Nacional de Estadísticas de Honduras (INE). <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2020/10/cifras-de-pais-2019.pdf>
- Álvarez Estrada, J., & Tapias Herrera, B. (2016). Contrato por adhesión y relación de consumo en el Estatuto del Consumidor Colombiano. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, Núm. 1(XXII), 1–178. <https://www.redalyc.org/pdf/3600/360033185003.pdf>
- Todd D, R. (2006). Contratos de adhesión: una reconstrucción teórica. *Revista de Derecho Privado*, 1–113. <https://www.redalyc.org/pdf/3600/360033185003.pdf>
- Díaz Castellanos, J. M. (2019). Contratos por adhesión. *Diario La Tribuna*. Publicado. <https://www.latribuna.hn/2019/02/17/contratos-por-adhesion/>
- Echeverri Salazar, V. M. (2010). Del contrato de libre discusión al contrato de adhesión. *Dialnet*, 9(17), 127–146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3294164>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2020). *Distrito Central, Francisco Morazán*. <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2019/08/Distrito-central.pdf>
- Estadísticas - Dirección de Educación Superior*. (2020, agosto 3). Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH). <https://des.unah.edu.hn/servicio-al-usuario/estadisticas/>

Etcheberry Consultores» Blog» Las características del consumidor chileno. (2013, julio 31). Etcheberry Consultores/Noticias Seleccionadas.
<http://www.jec.cl/articulos/?p=29439>

Herrera Castellanos, M. (n.d.). *FORMULA PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA POBLACIONES FINITAS*. Investigación Pedia HR. Retrieved April 24, 2021, from <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>

Galindo Soza, M. (2018). La pirámide de Kelsen o jerarquía normativa en la nueva CPE y el nuevo derecho autonómico. *Revista Jurídica Derecho*, 7(9), 126–148.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2413-28102018000200008&lng=es&nrm=iso&tlng=pt

ley 1480 de 12 de octubre de 2011. (2011). Presidencia.Gov.
<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/ley%201480%20de%2012%20de%20octubre%20de%202011.pdf>

Los resultados de la tesis: reporte y presentación. (2021). Normas APA.
<https://normasapa.net/presentar-resultados-tesis/>

Metodología para llevar a cabo una encuesta. (2005). Cca.Org.Mx.
http://www.cca.org.mx/funcionarios/cursos/ap066/material/m2met_enc.pdf

Retos Directivos. (2020). Segmentación de mercado: variables y beneficios. *EAE*. Published. <https://retos-directivos.eae.es/variables-y-beneficios-de-la-segmentacion-de-mercado/>

Términos y Condiciones | Jetstereo - Cuando quieras lo mejor. (2021). Jestereo.
<https://www.jetstereo.com/terminos-y-condiciones>

Pedraza Rendón, O. H. (2007). *UMSNH - Facultad de Economía “Vasco de Quiroga.”* Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo/Facultad de Economía Vasco de Quiroga.
http://www.economia.umich.mx/eco_old/publicaciones/EconYSoc/ES10_19.html

Lopez Camargo, J. (2003). DERECHOS DEL CONSUMIDOR: CONSAGRACIÓN CONSTITUCIONAL EN LATINOAMÉRICA. *Dialnet*. Published.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3628508.pdf>

Anexos

Entrevista Numero Uno



CARRERA DE DERECHO

Entrevista Semi estructurada

Abogada Denisse Rosales

Como parte de mi Proyecto de Graduación en la Carrera de Derecho con orientación Empresarial del Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC) estoy investigando sobre las vulneraciones, afectaciones y abusos derivados de la falta de conocimiento e insuficiente regulación a los contratos de adhesión. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradezco su colaboración

Nombre de los Alumnos: Dante Sebastián Chávez

Nombre del Entrevistado: Denisse Yamileth Rosales Rivera

Institución: Centro Universitario Tecnológico Ceutec

Cargo: Docente y Especialista en Derecho Marítimo y Gestión de Puertos

Lugar y fecha: Confirmado verbalmente por entrevistado

Preguntas de entrevista

1) ¿Qué son los contratos de adhesión?

- Es aquel tipo de contrato que contempla las consideraciones o intereses de manera unidireccional y por ende, quien lo firma solamente se adhiere a la voluntad o no de quien lo ha redactado teniendo la capacidad de aceptarlo de manera totalitaria o no.

2) En caso de que un cliente llegue contrariado porque considera que le está tocando pagar determinado bien o servicio accesorio de manera "obligada" por haber adquirido uno principal, ¿considera que el cliente se puede quedar sin soluciones prácticas para resolver el conflicto? (Ej: Quería una línea de crédito para comprar un televisor pero se dio cuenta que le vendieron una garantía adicional, la cual no quería pagar. La ley "regula" el contrato de adhesión, pero el cliente al denunciar no va a poder resolver su problema en la práctica, quedando obligado a pagar todo o rescindir del contrato y renunciar al producto.)

- Es evidente que en este tipo de contratos existe un desequilibrio entre las partes que lo celebran. Lo anterior, en consideración a la falta de capacidad de negociar, el marco que regula los mismos. Por ende, es de mi criterio que en este tipo de casos la limitación de las características de lo pactado se ve violentada limitando la posibilidad de obtener respuestas certeras o positivas para solucionar los conflictos que por ellos se generan teniendo que cumplir la relación jurídica principal que ha contraído.

3) ¿Puede ser el desconocimiento de la población, al igual que de los profesionales del derecho una de las causas mayores de los abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores a través de los contratos de adhesión?

- Si, definitivamente.

4) ¿Qué tipos de lagunas legales o vulneraciones concretas a los derechos de los consumidores pueden derivarse de los contratos de adhesión?

- Comisiones prohibidas
- Contraprestaciones no deseadas
- Violación al derecho de información

5) ¿En algún momento de su carrera ha llevado algún caso relacionado a los consumidores y esta modalidad de contratos? ¿De ser así, podría compartir un poco sobre esas experiencias?

No, hasta la fecha.

6) ¿Considera que las actuales leyes de protección al consumidor resuelven la problemática de la vulneración a la voluntad contractual de la parte débil? De ser así, ¿qué modificaciones se podrían realizar para que el problema sea mitigado?

Considero que no existe una gama de principios que regulen igualmente la relación comercial en la cual se desarrollan este tipo de contratos.

- Procurar claridad en las políticas de consultas en este tipo de contratos para efecto de reclamaciones de parte de los clientes.
- Opciones para la terminación del contrato en caso de insatisfacción del cliente o incumplimiento de parte de la empres
- Políticas de entrega de información de interés del cliente como ser estados de cuenta, consultas de saldos, entre otras...
- Evitar el uso de lenguaje confuso en la redacción del contrato, de tecnicismos que induzcan al cliente a errores en cuanto a las condiciones de lo pactado.
- Adaptar las condiciones del contrato al producto o servicio ofrecido de manera clara y real.

7) Al existir fenómenos de vulneraciones a los derechos de los consumidores a través de contratos de adhesión, muy similares a nivel internacional, ¿considera que la legislación internacional difiere significativamente de la nuestra, particularmente en América Latina?

- Si, existe una falta de integralidad en la normativa de nuestro país sobre todo en la prohibición practica de permitir la incorporación de cláusulas abusivas en este tipo de contratos. A pesar que está en el papel, las cláusulas abusivas se siguen dando y si el consumidor no denuncia, se aplican de manera impune. Hay países a nivel de Suramérica como Chile que han tomado más cartas en el asunto.

8) ¿Son suficientes las acciones que por ley los consumidores pueden incoar para resolver la problemática de los contratos de adhesión? (Por ejemplo, denuncia ante DGPC o Fiscalía del Consumidor)

- No, se requiere un nuevo régimen de protección a los consumidores que atienda de manera eficiente y con mayor practicidad las necesidades de los consumidores. Deben de hacerse valer o integrar principios de favorabilidad para el cliente, libertad de elección evitando acuerdos de exclusividad que orillan a los usuarios a tomar el producto o servicio ante la falta de opciones comerciales y mejora en los suministros de servicio con el fin de evitar desigualdad o discriminación.

9) A pesar de ser profesional del derecho, usted también es una consumidora. ¿En algún punto ha tenido que someterse a un contrato de adhesión en alguna casa comercial o institución financiera ya que de no hacerlo no podrá obtener su servicio principal? De ser así, ¿puede explicarme un poco sobre sus experiencias?

- Si, indiscutiblemente a todos nos ha pasado. Específicamente en los contratos de telefonías móviles ya que al momento de solicitar la renovación del plan por el lapso de vencimiento del mismo siempre se comunica que el plan anteriormente

obtenido ya no existe y que para renovar debe de tomar uno de mayor valor económico dejando al usuario, al igual que seguros no solicitados, expuesto para continuar con el servicio bajo las nuevas políticas aprobadas por la empresa.

10) ¿Considera que existen vicios a la voluntad y al consentimiento al ser los contratos de adhesión meramente unilaterales?

- Sin duda alguna.

11) ¿Cree usted que los consumidores tienen derecho a adquirir un bien, producto y servicio en particular sin necesidad de ser “coaccionados” a una obligación accesoria, en este caso los contratos de adhesión?

– Si, y ese debe ser el objetivo principal de las modificaciones en la ley.

12) ¿Considera que los contratos de adhesión respetan los elementos esenciales de la contratación, en este caso objeto, consentimiento y causa?

- No, ni en lo más mínimo.

13) ¿Considera que existe un vacío legal en las regulaciones de los contratos de adhesión?

- Afirmativo. El consumidor queda en medio de un par de escenarios. El primero que es dejar que le violenten sus derechos y el segundo que es denunciar. Al hacer lo segundo se ve obligado a rescindir de lo que originalmente deseaba por anular el contrato de adhesión. Significa que el consumidor queda a la deriva.

14) ¿Qué principios contractuales vulneran los contratos de adhesión?

- Autonomía privada del adherente
- Libertad de contratación
- Buena fe del adherente

15) ¿En qué lugar quedan los principios de libertad contractual y trato justo y equitativo en esta modalidad de contratos?

- Desprotegidos ante la falta de un verdadero régimen de protección por la existencia de cláusulas ambiguas predispuestas que conllevan a un desequilibrio jurídico.

16) ¿Qué artículos recomendaría que deben modificarse o incluirse en las leyes actuales para regular de una mejor manera los contratos de adhesión?

- Recomendaría una revisión general de la ley y de los mecanismos actualmente implementados para solucionar conflictos en las instituciones vinculadas o de interés de los derechos de los consumidores

17) Como especialista en esta área, ¿qué recomendaciones concretas haría para que el problema se resuelva desde la perspectiva del legislador, la de nosotros como profesionales del derecho y la de los consumidores como parte afectada directamente?

- Incluir cláusulas de irresponsabilidad en los contratos adaptadas a las realidades posibles en atención al producto o servicio que se está brindando
- Contratos menos extensivos a fin de motivar al usuario, a leer con detenimiento los mismos
- Mecanismos de resarcimiento en tiempos oportunos para los adherentes en caso de devenir responsabilidad de parte de la empresa por abusividad en la forma de contratación
- Brindar información oportuna y continua al adherente

Entrevista Numero Dos



CARRERA DE DERECHO

Entrevista Semi estructurada Iván Hernández Secretario/Operador en Dirección General Protección al Consumidor

Como parte de mi Proyecto de Graduación en la Carrera de Derecho con orientación Empresarial del Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC) estoy investigando sobre las vulneraciones, afectaciones y abusos derivados de la falta de conocimiento e insuficiente regulación a los contratos de adhesión. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradezco su colaboración

Nombre de Alumno: Dante Sebastián Chávez Bellino

Nombre del Entrevistado: Iván Hernández Sierra
Institución: Dirección General de Protección Al Consumidor
Cargo: Secretario
Lugar y fecha: 7 – Mayo – 2021 – Vía Correo Electrónico

Preguntas de entrevista

- 1) **¿Existe conocimiento institucional sobre lo que son contratos y cláusulas de adhesión?**
 - Si lo hay, solo que es un conocimiento limitado y casi nulo. Solamente personas con muchos años en la institución hemos ido adquiriendo conocimiento empírico al pasar el tiempo. Estos casos no son nada comunes para serle sincero.

- 2) **¿Considera que la población del Distrito Central tiene suficiente conocimiento a los procesos administrativos y judiciales para defender sus derechos como consumidores?**
- Yo pienso que desafortunadamente no. A pesar de que la Secretaria de Desarrollo Económico invierte mucho dinero en publicidad para crear conciencia en la población, estamos conscientes que una mínima parte de las personas saben cómo proceder. Es más, le aseguro que, si le preguntamos a amigos, conocidos, parientes sobre la Dirección, casi nadie sabe de su existencia.
- 3) **¿Se manejan datos a nivel institucional que puedan darnos números concretos sobre las denuncias en los abusos de los contratos de adhesión celebrados entre los consumidores y proveedores?**
- Ya que el tema de los contratos de adhesión es algo prácticamente desconocido, no cuento con la información que me está solicitando. Se debería realizar un análisis profundo de los expedientes de denuncias. Lo que sí le puedo asegurar es que casi no se miran. En términos generales los contratos si se buscan anular, pero de igual manera la institución no cuenta con números exactos.
- 4) **¿En caso de no haber datos exactos, que tan común consideran recibir denuncias debido a contratos y cláusulas abusivas por parte de los denunciantes? ¿Muchas, moderadas o pocas?**
- En cuanto a contratos normales si se reciben denuncias de manera regular. Usualmente son por cobros excesivos, por cláusulas que las personas alegan no haber tenido conocimiento, o porque los quieren obligar a renovar servicios que ya no desean contratar. Se da mucho con empresas de telecomunicaciones, comercios y donde los consumidores obtienen créditos.
- 5) **¿Considera que las leyes actuales son suficientes para proteger a los consumidores de estos abusos?**
- Es una pregunta bastante complicada de responder, pero pienso que no. Cuando son contratos únicos es más fácil que las partes lleguen a un acuerdo ya que la Ley de Protección al Consumidor en el Art. 22 obliga al proveedor a proporcionar la información al cliente de forma clara y legible. Y el Art. 7 define lo que es un contrato de adhesión. El problema está en que cuando se anula un contrato principal y uno de adhesión, se van ambos, y no existe una figura en la ley donde se puedan separar el uno del otro, ya que usualmente el proveedor ofrece ambas cosas a pesar que el consumidor alega solo querer una.
- 6) **¿Qué sugerencias haría para mejorar la conciencia en la población en torno al tema de los abusos a sus derechos en los contratos de adhesión?**
- Sin duda debe existir un plan más agresivo no solo por parte de la Secretaria de Desarrollo Económico, sino que, de los medios de comunicación y demás entes del gobierno para realizar más charlas, comerciales, anuncios, seminarios en línea gratuitos etc., con la finalidad de que la gente maneje más

esta información. Tomo de ejemplo al CNA con el proyecto que hicieron de, ¿Dónde Está El Dinero? Sin duda que la ciudadanía entera se dio cuenta con la pandemia, y algo similar haría una gran diferencia.

7) ¿Qué tantas denuncias se reciben en contra de casas comerciales e instituciones financieras? Pocas. ¿Moderadas o muchas? Esto sin perjuicio de la labor que tiene la CNBS en el caso de las instituciones financieras.

- Tome en cuenta que al nosotros ser Protección al Consumidor tenemos una línea telefónica o una forma en línea donde las personas ponen sus denuncias. Las casas comerciales y las empresas de cable e internet son las más comunes. Cuando existen problemas con bancos y tarjetas de crédito hacemos remisión a la Comisión de Banca y Seguros. Nuevamente no tenemos números exactos pero el volumen si es significativo, la gente se presenta muy alterada y con el carácter muy sensible.

8) ¿A título personal, le ha tocado firmar algún contrato de adhesión a fin de adquirir determinado bien, producto o servicio?

- Desafortunadamente si, ahora que usted me está explicando un poco más sobre el tema a saber cuántas veces me ha pasado.

9) ¿Puede el denunciante rescindir o anular esta modalidad de contratos en la DGPC una vez lograsen comprobar que estos pueden ser leoninos o contrarios a su voluntad?

- Si, la ley es clara en que si las clausulas son abusivas los contratos pierden eficacia. El problema más grande es que al final el consumidor se queda sin su producto porque queda molesto por los contratos secundarios al que lo sometieron. Usualmente se llega a un arreglo monetario en la audiencia de conciliación, es muy raro que pase de esta instancia a menos que el denunciado no comparezca.

10) ¿Cree usted que la población se ve afectada por este problema por falta de conocimiento de los contratos de adhesión, o simplemente es indiferencia colectiva?

- Creo que un poco de ambas, hay que tomar en cuenta que la mayor parte de la población no tiene acceso a buena educación y considero que esta es la mayor problemática de nuestra sociedad.

11) ¿Qué recomendaciones ofrecen como institución para que la población se vea cada vez menos afectada por este fenómeno? ¿Legales, sociales, proyección? Favor especificar.

- Desde la perspectiva legal lo que le mencione hace un rato. Se debe expandir la Ley de Protección al Consumidor y su reglamento. De la perspectiva social un proyecto de concientización masivo sería bueno, pero requiere de un presupuesto masivo que aún no tenemos. Si se fija aun ni nos han pasado al Centro Cívico Gubernamental.

12) ¿Qué modificaciones se deben hacer a la legislación vigente para resolver la problemática de los contratos y cláusulas de adhesión?

- Se tiene que agregar en el reglamento una cantidad de artículos que le permitan al consumidor poder anular el contrato de adhesión únicamente, sin necesidad de que pierda el producto o servicio que de veras desea. Lo demás que es vigente ya sirve de base para hacer esta leve adición.

13) ¿Qué modificaciones al proceso recomendaría usted para facilitarle el proceso a los denunciantes afectados por los contratos de adhesión?

- Que en la audiencia de conciliación el reglamento permita separar ambos contratos y rescindir solamente del que afecta al consumidor, sin necesidad de anular toda la operación, ya que hay que tomar en cuenta que el contrato de adhesión no es ilegal. Desafortunadamente en la actualidad es algo blanco o negro y debería haber más flexibilidad.

14) ¿Ha tenido experiencias concretas manejando expedientes y denuncias relacionadas a la temática? Favor especificar.

- En efecto si, sobre todo a raíz de la pandemia del COVID-19, estuvimos cerrado varios meses y note que a partir de Febrero muchas personas comenzaron a denunciar por cosas como penalizaciones y cargos ocultos por mora, por cobros excesivos de garantías, también porque les extendían las cuotas de pago sin haberles consultado para cobrarles más intereses. La pandemia vino a magnificar el problema porque también la gente denunció mucho sobre empresas como Tigo y Claro que querían obligarlos a pagar nuevos contratos y nuevos seguros cuando ellos ya no querían, les estaban cobrando el contrato completo como si estuviesen beneficiándose de los planes. La mayor parte de los casos terminaron con la anulación de los contratos, pero los clientes se iban muy molestos y los proveedores pagaban montos muy bajos para indemnizar estos problemas. También recibimos una cantidad fuerte de denuncias improcedentes por falta de pruebas o de consumidores que no querían hacerse responsables de sus obligaciones, pero esas fueron archivadas.

Entrevista Numero Tres



CARRERA DE DERECHO

Entrevista Semi estructurada Abogado Venancio Callejas

Como parte de mi Proyecto de Graduación en la Carrera de Derecho con orientación Empresarial del Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC) estoy investigando sobre las vulneraciones, afectaciones y abusos derivados de la falta de conocimiento e insuficiente regulación a los contratos de adhesión. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradezco su colaboración

Nombre de los Alumnos: Dante Sebastián Chávez

Nombre del Entrevistado: Venancio Callejas

Institución: Centro Universitario Tecnológico Ceutec

Cargo: Docente y Especialista en Derecho De los Consumidores y Mercantil

Lugar y fecha: Confirmado verbalmente por entrevistado

Preguntas de entrevista

18) ¿Qué son los contratos de adhesión?

Los contratos de adhesión son todas aquellas obligaciones que se adquieren en razón de la imposición de una de las partes a la otra, con la finalidad de complementar una obligación principal. En muchas ocasiones, de gran afectación a al sujeto pasivo en este caso.

19) En caso de que un cliente llegue contrariado porque considera que le está tocando pagar determinado bien o servicio accesorio de manera “obligada” por haber adquirido uno principal, ¿considera que el cliente se puede quedar sin soluciones prácticas para resolver el conflicto? (Ej: Quería una línea de crédito para comprar un televisor pero se dio cuenta que le vendieron una garantía adicional, la cual no quería pagar. La ley “regula” el contrato de adhesión, pero el cliente al denunciar no va a poder resolver su problema en la práctica, quedando obligado a pagar todo o rescindir del contrato y renunciar al producto.)

Si bien es cierto la practicidad es lo que se busca en el derecho comercial o mercantil, hoy por hoy y con experiencia del tema, puedo decir que este tipo de “obligaciones impuestas” puede perder fuerza en medida que se Denuncie o que se realicen procesos en contra de todas aquellas obligaciones impuestas. Lo anterior lo considero así ya que, la persona debe estar consciente y tener presente que el contratar un servicio o comprar un bien es derivado de una necesidad o para suplir una. Entonces, si partimos de eso, debemos estar claros que se convierte en un servicio o bien primordial para vivir y entonces nos encontramos ante un derecho inherente al ser humano por ser necesario para cumplir con un fin. Y en nuestro Estado, si estamos claros que nos quedamos sin soluciones practicas que nos ayuden a resolver la insatisfacción.

20) ¿Puede ser el desconocimiento de la población, al igual que de los profesionales del derecho una de las causas mayores de los abusos, vulneraciones y afectaciones a los derechos de los consumidores a través de los contratos de adhesión?

Claramente si lo es. Es el potenciador de las violaciones a derechos, de las omisiones de obligaciones y de la imposición.

21) ¿Qué tipos de lagunas legales o vulneraciones concretas a los derechos de los consumidores pueden derivarse de los contratos de adhesión?

A mi consideración los contratos de adhesión conllevan una vulneración al principio básico de libre negociación, fundamentalmente. Además de soslayar fervientemente los principios de libre contratación, de buena fe, de equidad en las relaciones jurídicas.

22) ¿En algún momento de su carrera ha llevado algún caso relacionado a los consumidores y esta modalidad de contratos? ¿De ser así, podría compartir un poco sobre esas experiencias?

En el caso de procesos judiciales no, solamente a instancia administrativa a través de la denuncia en la Dirección de Protección al Consumidor y con acompañamiento de la fiscalía y la unidad encargada. Y en los casos abordado obtuvimos una respuesta favorable del prestador de servicios para reducir considerablemente los costos que pretendía que se pagaran por el abonado.

23) ¿Considera que las actuales leyes de protección al consumidor resuelven la problemática de la vulneración a la voluntad contractual de la parte débil? De ser así, ¿qué modificaciones se podrían realizar para que el problema sea mitigado?

La legislación con la que cuenta Honduras, en materia de derecho de los consumidores es básica. Solamente se limita a ser una transcripción de las directrices de protección al consumidor emitidas por la ONU. Sin embargo, como toda legislación, es importante la tropicalización de las normas jurídicas comprendiendo el contexto, la culturalidad y la institucionalidad. Se necesita una visión amplia, renovada y que comprenda que el derecho del consumidor es un derecho fundamental para el individuo. Ya se ha visto como ha cambiado muchas cosas, el internet era un servicio para personas de clase alta, sin embargo hoy por hoy se entiende el impacto del mismo en la vida del ser humano y ya es tratado como un derecho humano de cuarta generación.

24) Al existir fenómenos de vulneraciones a los derechos de los consumidores a través de contratos de adhesión, muy similares a nivel internacional, ¿considera que la legislación internacional difiere significativamente de la nuestra, particularmente en América Latina?

Totalmente. Sin embargo y no restándole importancia a la modificación de las leyes, es importante entender también que el Estado juega un papel importante para la protección de los derechos del consumidor. Lo anterior entendiendo que se necesitan normas procesales especiales, jurisdicción especial para tratar estos temas. Pues la concepción del derecho del consumidor, como derecho humano, no es del conocimiento ni del aprecio de muchos profesionales de las ciencias jurídicas, menos de los administradores de justicia.

25) ¿Son suficientes las acciones que por ley los consumidores pueden incoar para resolver la problemática de los contratos de adhesión? (Por ejemplo, denuncia ante DGPC o Fiscalía del Consumidor)

A mi consideración no, pero más allá de las acciones, son las actuaciones. Actuaciones tanto del individuo como del garante del respeto a los derechos del ser humano como lo es el Estado, a través de las instituciones.

26) A pesar de ser profesional del derecho, usted también es un consumidor. ¿En algún punto ha tenido que someterse a un contrato de adhesión en alguna casa comercial o

institución financiera ya que de no hacerlo no podrá obtener su servicio principal? De ser así, ¿puede explicarme un poco sobre sus experiencias?

En mi caso particular no. Ya que los servicios que he adquirido presentan la opción sobre esos servicios “adicionales y no obligados” que ofrecen. Pero si he tenido la experiencia de ser afectado en compra de un bien a un costo elevado en virtud de no contratar un servicio de garantía extendida del aparato, sin embargo, fue opcional.

27) Basados en la pregunta anterior, ¿considera que existen vicios a la voluntad y al consentimiento al ser los contratos de adhesión meramente unilaterales?

Pienso que sí. Si bien es cierto que los contratos de adhesión son contratos validos y legalmente aplicado, tampoco es menos cierto que dentro de estos contratos de adhesión se incluyen clausulas que van en afectación directa y flagrante, en la mayoría de los casos, al patrimonio de las personas. Con base en lo anterior es que considero una afectación directa a la voluntad de una de las partes, principalmente porque ligan el contrato u obligación principal con la necesidad del accesorio, situación que en la mayoría de los casos no van ligados o estrechamente relacionados para funcionar o no, uno sin el otro.

28) ¿Cree usted que los consumidores tienen derecho a adquirir un bien, producto y servicio en particular sin necesidad de ser “coaccionados” a una obligación accesorio, en este caso los contratos de adhesión?

Claro que sí. La libre contratación, consentimiento y voluntad deben primar las relaciones comerciales y mercantiles.

29) ¿Considera usted de que los contratos de adhesión respetan los elementos esenciales de la contratación, en este caso objeto, consentimiento y causa?

En alguna medida se ven vulnerados como lo he explicado anteriormente. Más que todo en el consentimiento y la causa u objeto de contratación del servicio o compra del bien.

30) ¿Considera que existe un vacío legal en las regulaciones de los contratos de adhesión?

Si, pero esto no es solo en Honduras. El contrato de adhesión es un contrato atípico debido a cumplir con el principio de la libertad de las partes para contratar. El problema es en Honduras. Donde la institucionalidad y los proveedores simplemente no se rigen a principios como: buena fe, justicia si no que interpretan todo desde el pacta sunt servanda volviendo ley entre las partes lo aceptado “voluntariamente” por la persona.

31) ¿Qué principios contractuales vulneran los contratos de adhesión?

Autonomía de la voluntad, causa concreta, solidaridad, consensualidad o consenso,

32) ¿En qué lugar quedan los principios de libertad contractual y trato justo y equitativo en esta modalidad de contratos?

De lado. A mi consideración así quedan estos principios, totalmente externos a la relación ya que, en este caso, solamente serán traídos a la relación si el proveedor así lo quiere y siempre que identifique que no afecta sus propios intereses.

33) ¿Qué artículos recomendaría que deben modificarse o incluirse en las leyes actuales para regular de una mejor manera los contratos de adhesión?

Como lo mencione anteriormente, la revisión debe ser integral. Desde la perspectiva de estudios de incidencias por denuncias, multas a los proveedores, comportamiento de los consumidores, comportamientos y practicas de los proveedores, jurisdicción especial etc. No podría decir o recomendar la modificación única y aislada de artículos particulares cuando es la generalidad la que debe ser revisada.

34) Como especialista en esta área, ¿qué recomendaciones concretas haría para que el problema se resuelva desde la perspectiva del legislador, la de nosotros como profesionales del derecho y la de los consumidores como parte afectada directamente?

A los legisladores la revisión de la norma adjetiva procedimental. Entender que el problema radica, en alguna medida, en que no se cuenta con las instancias expeditas para accionar en contra de estos abusos.

Al ejecutivo cumplir con el mandato constitucional del art. 59, donde se debe de velar por el bienestar del ser humano como fin supremo del Estado, entendiendo que debe haber mayor control y seguimiento sobre estos casos.

A los profesionales del derecho, así como al individuo consumidor, Conozca sus derechos y defiendalos, entienda que los derechos del consumidor son derechos que tiene la jerarquía de ser derechos humanos en tanto la causa de la compra o contratación de servicio obedezca a una necesidad primaria para su vida, para su desarrollo, para cumplir con sus obligaciones (naturales o civiles).

