



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras distribuir, combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial y, a pesar que son nuevas obras deben siempre rendir crédito y ser no comerciales, no están obligadas a licenciar sus obras derivadas bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

**UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA” DE ICA
ESCUELA DE POSGRADO**



TESIS

**“MECANISMOS DE INCLUSIÓN SOCIAL EN EL USO Y
APLICACIÓN DEL LIBRO DE RECLAMACIONES, EN
EL DEPARTAMENTO DE ICA, DURANTE EL AÑO 2017”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTOR EN DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA**

AUTORA:

MG. MARIA MERCEDES DEL ROSARIO, BELLIDO TABER DE CORNEJO

ASESOR:

DR. CÉSAR OSWALDO CONTRERAS ÁRIAS

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales.

JUSTIFICACIÓN

Este tema de investigación se basa en que:

1. Perú debido a la Globalización, los muchos y grandes cambios de las tecnologías y la modernidad existe novísimas formas de realizar transacciones comerciales, por ejemplo, las casuísticas de nuestra muy grandes y super conocidas marcas ofertan sus productos al mercado no sólo en lo presencial, sino en forma virtual, por ende, tenemos que los compradores y los consumidores de todo el mundo, ahora son todos por igual los potenciales y principales compradores.
2. Al ser ofertado un “determinado producto” sea cual fuera su calidad, este es vendido en masa y de ser el caso que este producto tuviese algún problema o falla de origen, no sólo se malogra para un comprador, sino que es el desperfecto es también en masa, razón por la cual merece una defensa colectiva de los consumidores sea en su calidad de Grupo determinado o grupo indeterminado de personas en correcta aplicación al Patrocinio de Interés Difuso.
3. La dación de la LEY 29571 del “Código de Protección y Defensa del Consumidor” hace un antes y un después en el Derecho del Consumidor ya que se ha convertido en la herramienta primordial que tenemos todos los consumidores para efectuar la defensa idónea y célere de nuestros derechos en este campo, pero evidentemente nos falta trabajar en la “Cultura de Reclamo”.

4. Con la dación de los D.S. N°011-2011-PCM y el D.S. N°042-2011-PCM en que se autoriza la Ley y por el Reglamento del ya citado “Código de Protección y Defensa del Consumidor” se abren más aristas para la plena seguridad y cuidado al sector más vulnerable como es el caso de los consumidores, los usuarios, todos los administrados, muchos de los pacientes y hasta los clientes y sus modificatorias tanto respecto al Sector Privado y el sector público a efectos de recibir una atención idónea y una respuesta oportuna, justa y en forma célere.
5. Gran parte de nuestra población peruana está en clara desventaja de todo este sistema ya que las personas de bajo nivel cultural, los que adolecen de un impedimento o incapacidad física y mental e incluso los menores de edad muchas veces no saben cómo defender sus derechos inherentes en la realización de un determinado contrato como manifestación de su voluntad.
6. El Derecho del Consumidor trae consigo una nueva figura en el comercio que es la ASIMETRIA INFORMATIVA por la que el fabricante, el proveedor, el intermediario y/o el vendedor conoce de primera mano la calidad y las características específicas de los productos y de los servicios que brindaran a diferencia del consumidor/usuario que desconoce este hecho y confía plenamente en la buena calidad que la contra parte le vende.
7. En cuando a las entidades bancarias y las tiendas que muy alegremente nos hacen el favor de “entregarnos Tarjetas de crédito” con la finalidad de poder disponer del tal requerido poder adquisitivo y comprar todo lo que necesitamos y hasta lo que no necesitamos, pero muchas veces creemos que podemos

necesitarlo a futuro, además sin contar con los grandes descuentos que los centros comerciales tan alegremente nos bombardean de sus grandes ofertas

8. Una de las figuras se está dando por los carteles multicolores, llamativos, muy coloridos que te convence que, si eres una persona de talla promedio para Ica de tierra bendecida de buenas cosechas de pallares, frejoles y otro punto es que jamás vamos a ser delgaditas cartel publicitario “paga 2 y lleva 3”
9. Otro punto de preocupación son las entidades de salud del Estado sean de Minsa y/o EsSalud, así como todos los centros de salud o clínicas de propiedad privada, ya que son muchas las clínicas privadas que actualmente trabajan en nuestra ciudad de Ica y nos “enamoran con su bulliciosa y multi colorida publicidad” toda esta publicidad es una muy repetitiva para llamar nuestra atención y que en muchísimos casos lamentablemente no se cumplen. Además del hecho que los Seguros médicos no cubren tal o cual póliza y al trabajar con contratos de adhesión, lamentablemente los consumidores, usuarios firman a ciegas.
10. El sector de las empresas prestadoras de servicios es otro problema ya que tenemos las entidades del estado tales como el agua, desagüe, electricidad y demás servicios públicos que muchas veces teniendo la obligación de controlar el idóneo servicio y el justiprecio no lo hacen y abandonan a los consumidores y usuarios a su suerte. Por estos hechos es que contamos con las entidades del estado que son los entes reguladores tales como el INDECOPI, SUSALUD, OSINERMIN, OSITRAN, OEFA, RENIEC, OSIPTEL, SUNASS.
11. El sector educación es evidentemente otra gran preocupación, se ha convertido en un monstruo gigantesco de problemas, ya que actualmente

vemos que se autoriza el funcionamiento de Colegios Privados, los cuales muchas veces no cuentan ni siquiera con la infraestructura, personal capacitado y mucho menos con la logística necesaria para su funcionamiento, pero aun así trabajan en el sector educativo y lo cual hace que se presenten diversos problemas de enseñanza.

12. Razón por la cual el tema principal de justificación de esta tesis es el fundamento de que ahora tanto el consumidor, el usuario, el administrado, el paciente y el cliente ocupa un lugar especial dentro en la protección de los derechos del consumidor ya que la persona que compra o adquiere un producto o que solicita un determinado servicio es porque tiene el deseo o hay una evidente necesidad razón por la cual en aplicación del artículo 18 de la ley 29571 deberá de existir la idoneidad del artículo adquirido, el enser, fruto y del servicio cualquiera que este sea, ya que el que paga tiene la razón de recibir un buen artículo, enseres, productos o un excelente servicio que cubra las expectativas del comprador o del usuario.

13. De no presentarse esta idoneidad de producto o de servicio les protege nos ampara el derecho de solicitar los libros de reclamaciones según sea el caso del sector público o del sector privado y poder realizar el reclamo o la queja respectiva y en mérito a lo cual esperando el tiempo de ley recibir una respuesta célere a su reclamo/queja.

14. El Decreto Supremo 006-2014 PCM hay un *LIBRO DE RESPALDO* que hay oportunidades en que los administradores/encargados en estos libros pretenden ocultarlo y no entregarlo.

15. La finalidad de esta tesis es crear una *CULTURA DEL RECLAMO* y darle una solución a este problema mediático, pasan los meses y los años y no se les brinda a nuestros coterráneos una cultura del reclamo idónea y contrarrestar lo que es la asimetría publicitaria, debiendo empezar con nuestros estudiantes de nivel secundario.

DEDICATORIA

A mi Bendito Señor de Luren y a su Santísima madre debido a que ante todo lo vivido, de todo lo que nos ha sucedido, nunca nos soltaron de su santa protección.

A mi amado padre Luis Felipe (+) mi bello ejemplo de vida y ahora mi compañía celestial, a mi madre Flor de Maria por enseñarme que con mucha perseverancia y fe se supera cualquier adversidad y a mis adorados hijos Mario Roy y Christine Lynn quienes son la razón, fuerza y motivo de mi existencia y mi día a día, para ellos que son mi cable a tierra.

A la Universidad nacional San Luis Gonzaga porque me formo en mi Maestría y Doctorado y me acogió como docente en sus aulas universitarias.

AGRADECIMIENTO

A la vida por todas las fuertes y continuas pruebas que me ha dado y enseñarme a golpes a levantarme y continuar por mis hijos adorados.

A mi inolvidable padre amado Luis Felipe (+) quien siempre me acompañó en todas mis ponencias y ante la preocupación por la elección de mi tema de Tesis, me dijo “trabaja en los Libros de Reclamaciones, lucha para la inclusión de todos los ciudadanos y enseña a reclamar de acuerdo a ley”.

A una persona especial con corazón de oro por su calidad humana, ejemplo de fortaleza ante los avatares cotidianos, él siempre me dice “que no quiere escuchar milongas”, sólo quiere resultados y es mi buen ejemplo de “QUERER ES PODER” que podemos lograr todas nuestras metas, aun existiendo negatividad en nuestra vida cotidiana.

ÍNDICE

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	ii
JUSTIFICACIÓN.....	iii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE	x
RESUMEN.....	xiii
CONTRACARATULA.....	xxi
INTRODUCCIÓN	xxii
CAPÍTULO I – MARCO TEÓRICO.....	26
1.1. Antecedentes.....	26
1.1.1. Antecedentes Internacionales	26
1.1.2. Antecedentes Nacionales	40
1.1.3. Antecedentes Locales	48
1.2. Bases Teóricas	51
1.3. Marco Conceptual.....	56
1.3.1. Consumidor o Usuario.....	56
1.3.2. Proveedores	57
1.3.3. Distribuidores o Comerciantes.....	58
1.3.4. Productores o Fabricantes.....	58
1.3.5. Importadores	58
1.3.6. Prestadores	59
1.3.7. Producto.....	59
1.3.8. Servicio	60
1.3.9. Relación de Consumo	61
1.3.10. Asociación de Consumidores	62
1.3.11. Asimetría Informativa	62
1.4. Marco Legal	63
1.4.1. Constitución Política del Estado de 1993:.....	67
1.4.2. La LEY 29571.....	67
1.4.3. DECRETO SUPREMO 011-2011- PCM.....	68
1.4.4. DECRETO SUPREMO 042-2011- PCM.....	68
1.4.5. DECRETO SUPREMO 006-2014- PCM.....	69
1.4.6. DECRETO LEGISLATIVO N.º 1033	70

1.4.7. DECRETO LEY N.º 25868	70
1.4.8. DECRETO LEGISLATIVO N.º 1075	70
1.4.9. LEY N.º 28587.....	71
1.4.10. DECRETO LEGISLATIVO N.º 716.....	71
1.5. MARCO FILOSÓFICO.....	71
CAPÍTULO II – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	76
2.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	76
2.2. Formulación del Problema	78
2.2.1. Problema General	78
2.2.2. Problemas Específicos	78
2.2.3. Delimitación del Problema	78
2.3. Justificación e Importancia de la Investigación.....	79
2.3.1. Justificación.....	79
2.3.2. Importancia.....	79
2.4. Objetivos de la investigación.....	80
2.4.1. Objetivo General	80
2.4.2. Objetivos Específicos	80
2.5. Hipótesis de Investigación	80
2.5.1. Hipótesis general.....	80
2.5.2. Hipótesis Específicas	80
2.6. Variables de la Investigación	81
2.6.1. Identificación de las variables.....	81
2.6.2. Operacionalización de Variables	82
2.6.3. Operacionalización de Variables	82
CAPÍTULO III – METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	84
3.1. Tipo, Nivel y Diseño de Investigación.....	84
3.1.1. Tipo de Investigación.....	84
3.1.2. Nivel de Investigación.....	84
3.1.3. Diseño de Investigación	85
3.2. Población y Muestra	85
CAPÍTULO IV – TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	88
3.3. Técnicas de Recolección de Datos	88
3.4. Instrumentos de Recolección de Datos.....	88
3.5. Técnicas de Procesamiento, Análisis e Interpretación de Resultados.....	89
CAPÍTULO V – CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	90

4.1. Contrastación de Hipótesis	90
4.1.1. Contrastación de la Hipótesis General	90
4.2. Contrastación De La Hipótesis Específica	90
4.2.1. Contrastación de la Hipótesis Específica N ° 01	90
4.2.2. Contrastación de la Hipótesis Específica N ° 02	91
4.2.3. Contrastación de la Hipótesis Específica N ° 03	91
CAPÍTULO VI – PRESENTACIÓN, INTERPREPACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	92
5.1.1. Encuesta realizada a los trabajadores del INDECOPI	93
5.1.2. Encuesta realizada a los consumidores.....	103
5.1.3. Encuesta realizada a los consumidores vulnerables	113
5.2. Presentación e Interpretación de Resultados	121
5.2.1. Encuesta realizada a los trabajadores del INDECOPI	121
5.2.2. Encuesta realizada a los consumidores.....	125
5.2.3. Encuesta realizada a los consumidores vulnerables	130
CONCLUSIONES	135
RECOMENDACIONES.....	136
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	137
Obras textuales	137
Medios en línea.....	139
Anexo N° 01	141
Cuadros	141
Anexo N° 02.....	143

RESUMEN

La presente Tesis titulada *“MECANISMOS DE INCLUSIÓN SOCIAL EN EL USO Y APLICACIÓN DEL LIBRO DE RECLAMACIONES EN EL DEPARTAMENTO DE ICA DURANTE EL AÑO 2017”* tiene como finalidad principal hacer una radical diferencia en la persona humana en la correcta aplicación de la *“CULTURA DEL RECLAMO”* ya que actualmente dentro del país que radicamos, nuestro Perú debido a la globalización, el internet y la alta gama desarrollada por la tecnología el ser humano, estipulada en su primer artículo de nuestra Constitución Política del Perú ha dejado de tener esa condición de hombre, ya sea varón y/o mujer indistintamente tal y como se le asigna a la misma naturaleza inherente del hombre como sujeto receptor de Derechos, además que ahora tenemos más la condición de Consumidores, Usuarios, Administrados, Pacientes y Clientes.

En nuestra vida cotidiana desarrollamos acciones de Consumo siempre si es que no podemos decirlo, todos los días, ya sea desde el simple hecho de salir a comprar el pan a la persona que pasa por casa ofreciendo este producto por nuestro vecindario, también es el caso de prender la radio, la televisión o al leer el periódico nos bombardean de publicidad y nos endulzan el oído con las *“Grandes ofertas únicas e irrepetibles que no nos podemos perder”* pensamos que nos están haciendo el regalo de nuestra vidas.

En los locales comerciales e incluso utilizan la muy conocida figura de la *“Oferta y la Demanda”* en donde muy conocidas tiendas nos ofertan *“comprar 3 productos y cancelas 2”* asimismo es importante distinguir que ejercemos la figura de Usuarios ya que en nuestros hogares utilizamos en forma cotidiana agua, electricidad,

teléfono, cable, gas, pagamos al SAT el impuesto de parques y jardines, así como el pago a las diferentes empresas prestadoras de servicios.

Tenemos la calidad de Usuarios y/o Administrados cuando acudimos a una dependencia del Estado a realizar trámites ya sea en el Poder Judicial, en la policía, Municipalidades para la inscripción de un hijo, para celebración del matrimonio, a la RENIEC o del sector público cuando vamos a un banco para un préstamo o aperturar una cuenta bancaria o vamos a una agencia de viajes para comprar tickets aéreos, ante un Notario para formalizar un acto público. Es aquí la imperiosa necesidad de manejar en forma correcta los Libros de Reclamaciones.

Somos pacientes ya que al sufrir de una dolencia o enfermedad necesitamos acudir al Hospital o Posta médica o ante el hecho de requerir los servicios de una Clínica privada, es entonces en donde se pone en riesgo la existencia, su salud de los seres humanos al no recibir una atención inmediata, y un trámite plagado de burocracia e insensibilidad por la vida.

Por último tenemos la calidad de clientes de determinada operadora móvil, de transporte, pagamos los servicios de consumo de un Restaurante, cancelamos la matrícula y la mensualidad por nuestros hijos en colegios, institutos, universidades, asimismo utilizamos los servicios de un odontólogo, de un estilista, una costurera y con frecuencia requerimos del trabajo de un gasfitero, zapatero, plomero y así muchísimas otras actividades que son parte de nuestro día a día de utilizar productos y servicios.

Por ende, surgen los LIBROS DE RECLAMACIONES como un mecanismo alternativo para solucionar el conflicto entre el proveedor del servicio y el comprador los cuales lamentablemente no son llevados en forma idónea, aprovechando que los

consumidores no conocen el uso idóneo de estos Libros, impidiendo que la parte débil del comercio pueda formular su Reclamo o su Queja en aras de recibir un producto o un servicio idóneo bajo la premisa de que “El que paga, tiene la razón”.

Buscando siempre que se actúe en forma idónea evitando la asimetría informativa ya que se trata de concientizar a un Consumidor idóneo y no abusivo, aplicando la cultura del reclamo. ¡¡¡Recordando que el que PAGA TIENE LA RAZÓN!!!

Palabras claves: Consumidor, Usuarios, Administrados, Pacientes y Clientes, Mecanismos de Inclusión, Libros de Reclamaciones, Reclamos y Quejas.

SUMMARY

The present Thesis titled “THE MECHANISMS OF SOCIAL INCLUSION IN THE USE AND APPLICATION OF THE BOOK OF CLAIMS IN THE PROVINCE AND DEPARTMENT OF ICA, PERU DURING THE YEAR 2017” has the principal purpose of making the common people be aware of the current and proper application “CULTURE OF THE CLAIM” , actually, with globalization, use of the internet and the high spectrum of content of technology, the human person as stipulated in the Article 1 of our Political Constitution of Peru has taken away the condition of Male. Be Male or Female as it is established by Mother Nature or legal right. Presently we have various categories such as: Consumers, Users, Administrators be public or private, Patients and Clients.

In our everyday, we develop actions of consumerism be it as simple as shopping a loaf of bread, or the person that offers their products at home. Also, as simple as turning on the radio or the television or reading the newspaper; we are instantly bombarded with sweet advertisements, great unique offers, or sales unrepeatabe we cannot miss, which could make us lost in the store.

The figure of the “offer and the demand” well known stores offer “buy 3 and pay for 2”. By the same token we figure as users in our own home. Every day we use water, electricity, telephone, cable TV, gas, these essential services we pay to every separate provider. We pay el (SAT) (ADMINISTRATIVE SERVICE TRIBUTARY) they in turn pay for park maintenance, roads, trash collection and other services we are not directly involved with.

We have the category of normal users and/or Administrative when we go to a Government Agency Dependency, such as Judicial office, the Police, when we need

to do some paperwork in the Municipality of your jurisdiction to enroll the birth of a son/daughter or enroll a Matrimony. When we need to go to the RENIEC (National Registry of Identification and Civil Status) to apply for a DNI (National Document of Identity), also when we go to a bank to open an account or a Travel Agency to make reservations for our future trip, or when we go to a Notary Public to register the signature of an important document such as Power of Attorney, Wills and Testaments, Power of Attorney Letter, etc. The instances mentioned above are imperious to have knowledge of the use of the Book of Claims.

We are patients when we suffer disease or any illness, we need to go to a Hospital, Medical clinic (Private or Public), we expose our lives and our health to the provider. When the Provider does not provide his/her services on time and professionally or when we get involved in a long bureaucratic service where we are not given prompt service and our health suffers.

Then we have the quality of client that needs the services of transport: Airlines, Taxis. We also pay for the services at a restaurant when we eat out, when we pay the Tuition of our children, likewise when we contract a service of a Dentist, Seamstress, Plumber, Shoemaker, and so on, there are many other activities and services that are part of our daily life.

And Therefore, the BOOK OF CLAIMS is created as an alternate mechanism to resolve the conflicts between the Service Provider and the consumer. Regrettably, THE BOOK OF CLAIMS is not aptly applied because the consumers are not conscientious of their rights or are ignorant of the existence of this Book. The lack of knowledge of the BOOK OF CLAIMS creates conflicts; THE PROVIDER takes advantage of the weakness of the CONSUMERS of their lack of knowledge or use of

the BOOK OF CLAIMS. The weak portion of the commerce prevents them from formulating their claim due to the mentality of the people “He who pays has the reason of being right”. Always searching to make the public aware of his rights, avoiding information asymmetric. The goal is to make the consumer aware of his rights and not the abusive culture of claims.

Key Words: Consumer, Users, Administered, Patients, Clients, Mechanism of Inclusion, Book of Claims, Claims and Complaints.

SOMMARIO EN ITALIANO

Lo scopo principale di questa tesi intitolata "MECCANISMI DI INCLUSIONE SOCIALE NELL'UTILIZZO E APPLICAZIONE DEL LIBRO DEI RECLAMI NELLA PROVINCIA E DIPARTIMENTO DELL'ICA DURANTE L'ANNO 2017" è quello di creare in ognuno di noi, per fare la differenza nella persona umana che È con la corretta applicazione della CULTURA DEL RECLAMO, poiché attualmente nel nostro paese con la globalizzazione, Internet e la fascia alta sviluppata dalla tecnologia, la persona umana consacrata nell'articolo 1 della nostra Costituzione politica dello Stato ha smesso di avere che condizione dell'uomo, che si tratti di maschio e / o femmina, come stabilito dalla natura stessa della materia della legge, ma ora abbiamo più la qualità di consumatori, utenti, responsabili, pazienti e clienti.

Dal momento in cui ci svegliamo sviluppiamo la funzione del consumismo, o dal semplice fatto di uscire dalla casa al negozio del vicino o se il cavaliere che ci vende il pane e noi compriamo il nostro pane sta passando, immediatamente quando si accende la radio o televisione e anche quando leggono il giornale ci bombardano di pubblicità e ci rallegrano le orecchie con le grandi offerte dei locali commerciali con la già nota figura di "domanda e offerta" dove ci offrono di "acquistare 3 prodotti e annulli 2 ", abbiamo anche la cifra o la qualità degli Utenti poiché nel nostro domicilio utilizziamo elettricità, acqua, telefono, cavo, gas ogni giorno, paghiamo il SAT le tasse di parco e giardino, nonché il pagamento alle aziende che forniscono servizi.

Abbiamo anche la qualità di Utenti, Gestiti, Pazienti poiché la persona che soffre di una malattia o malattia diventa dipendente dall'Ospedale di Stato o dalla Posta Medica o richiede i servizi di una Clinica privata, abbiamo la qualità dei clienti di un certo operatore mobile, trasporti, paghiamo i servizi di consumo di un ristorante, annulliamo la registrazione e il pagamento mensile per i bambini neutrali nelle scuole,

negli istituti, nelle università, usiamo anche i servizi di un dentista, uno stilista, una sarta, podologi e abbiamo bisogno di lavoro di un gasfitero,

calzolaio, idraulico e tante altre attività che fanno parte del nostro uso quotidiano di prodotti e servizi.

Pertanto, nascono i LIBRI DEI RECLAMI che non vengono eseguiti in modo ideale, approfittando del fatto che i consumatori non conoscono il corretto uso di questi Libri in modo che la parte debole dell'azienda possa formulare i propri Reclami o Reclami al fine di ricevere un prodotto o un servizio adeguato con la premessa che "Chi paga ha ragione" Sempre alla ricerca di un consumatore idoneo e non abusivo.

Parole chiave: consumatore, utenti, amministratori, pazienti e clienti, meccanismi di inclusione, libri di reclami e denuncia.

DOCTORADO EN DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

“MECANISMOS DE INCLUSIÓN SOCIAL EN EL USO Y APLICACIÓN DEL LIBRO DE
RECLAMACIONES EN LA PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE ICA DURANTE EL AÑO 2017”

AUTORA: MARIA MERCEDES DEL ROSARIO BELLIDO TABER

ASESOR: DR. CÉSAR OSWALDO CONTRERAS ÁRIAS

INTRODUCCIÓN

En el año 2011 se presenta la Genesis en nuestro amado territorio el Código de Protección y Defensa del consumidor con la dación de la Ley 29571, como el medio principal para garantizar los derechos básicos de la población en lo que al consumo refiere, tanto en el campo privado como en el público con la finalidad de que las personas sujetas a adquirir productos, enseres, bienes o cualquier tipo de servicios, cuenten con la seguridad de que estas adquisiciones y el uso de determinados servicios sean idóneas y cumplan su finalidad de adquisición, es por ello que el Estado cuida y previene protegiendo a los ciudadanos en su desarrollo ante el comercio regulando las prácticas idóneas de los proveedores y vendedores de bienes y servicios a efectos de que no existan abusos que trasgredan los derechos inherentes de todos los ciudadanos - consumidores.

El estado con la finalidad de prever, y fiscalizar estos derechos inherentes y regular las prácticas de los proveedores, ha creado una entidad rectora llamada Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, denominada y más conocida por sus siglas: INDECOPI, la cual es la entidad competente en la protección de los muchos consumidores que fueron vulnerados, INDECOPI que promueve y crea herramientas necesarias para el cumplimiento de las normas de protección al consumidor, una de estas es el uso de los Libros de Reclamaciones de carácter obligatorio, que nacen en los Artículos 150, 151 y 152 de la Ley N°29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor, así como el D.S. N°011-2011-PCM que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, usuarios, administrados, pacientes y clientes y sus modificatorias para lo pertinente al Sector Privado.

A diferencia del D.S. N°042-2011-PCM que son los Libros de Reclamaciones para las entidades del Estado, esto sirve para reclamar in situ la trasgresión de los muchos derechos inherentes de los consumidores, ésta quede registrada mediante una reclamación o queja respecto al producto o el servicio ofrecido, este Libro de Reclamaciones tal como lo estipula la Ley puede ser de forma física, como un libro grande de anotaciones o puede ser virtual y estar en algún lugar visible de los interiores y o las instalaciones donde el proveedor ofrece sus bienes o servicios, con la finalidad de que tenga un acceso rápido y fácil por la parte más débil de la contratación del comercio.

En esta Tesis se evalúa la mejor forma manera en que el Libro de Reclamaciones se encuentra bajo los paradigmas de Inclusión social, comprendiendo personas menores de edad, personas con alguna discapacidad física y/o mental, personas analfabetas, las personas de la tercera edad o sencillamente aquellas personas que no tienen conocimiento sobre la existencia de estos libros de Reclamaciones que comprenden tanto LOS RECLAMOS Y LAS QUEJAS.

Veremos en qué medida los organismos competentes tales como INDECOPI, SUSALUD y todos los organismos resolutorios que cumplen con dar trámite a sus libros de reclamaciones, así como todos los que abastecen obligados a acatar las normas, provean mecanismos o herramientas para que brinden una adecuada atención a los Consumidores de cualquier status social, económico, racial y se cierren las brechas a lo referido en esta población vulnerable ante las dificultades que puedan tener para poder hacer el debido uso de la Hoja de Reclamaciones y terminar con la asimetría informativa y el abuso de quienes venden bienes o brindan el servicio.

Poco o nada se ha tratado este tema, pues existe en la práctica tangible de las operaciones comerciales que realizan los consumidores los cuales pertenecen a esta población vulnerable, muchas veces no pueden tener acceso al Libro de Reclamaciones, por distintos factores, siendo el hecho de que algunos “vendedores” no facilitan los Libros sean físicos, menos aún los Virtuales en la investigación que planteamos intentaremos desarrollar la manera en la que los órganos Competentes y la normativa se ajusta al cierre de estas brechas.

LOS LIBROS DE RECLAMACIONES tienen una finalidad necesaria para garantizar una adecuada defensa al consumidor teniendo el fin de salvaguardar la inclusión social del grupo de consumidores menos favorecidos, así también como se vienen efectuando campañas para promover e informar a la población sobre el adecuado empleo del Libro de Reclamaciones para aquellos que ignoran tal herramienta, buscando fomentar la “Cultura del Reclamo”.

La presente investigación, se desarrollará en VI Capítulos: Refiriéndose el I Capítulo a los Antecedentes Teóricos de las Investigación, en el Capítulo II Planteamiento del Problema, en el Capítulo III Metodología de la Investigación, en el Capítulo IV Técnica e Instrumentos de Investigación, el Capítulo V Contrastación de Hipótesis y en el capítulo VI Presentación, interpretación y Discusión de resultados, así como demás herramientas metodológicas y presupuestarias indispensables para el progreso de la investigación.

Al finalizar la presente investigación, veremos la forma de terminar con la figura de la “Asimetría Informativa” y elevar los factores que predominan en las bases de una real inclusión social brindada por organismos competentes ya que existe un mapa del consumo que se debe de cumplir, los ciudadanos y los proveedores, a

efectos de identificar los parámetros existentes y la solución planteada por los actores intervinientes en el mercado, entendido desde la posición que el derecho debe salvaguardar bajo un halo de igualdad y ésta no es posible sino se incluyen a todos sin diferenciación alguna, por ello a nuestras poblaciones vulnerables quienes necesitan de cuidado específico el cual les permita alcanzar derechos que sus impedimentos naturales obstruyen.

Esta tesis tiene como finalidad atender las necesidades de las personas que se encuentran en asimetría debido a que ellos presentan una especie de discapacidad morfológica o psicológica o son personas de edad inferior, personas analfabetas o personas de la tercera edad, razón por la cual en algunas oportunidades reciben un maltrato o son ignorados, es aquí donde a nosotros los abogados nos corresponde trabajar por la cultura del reclamo de manera que este sector perjudicada de nuestra población tenga la manera idónea de reclamar y frente a toda situación lograr la conformación de asociaciones de consumidores con el fin de hacer un trabajo vigilante y continuo.

LA AUTORA

CAPÍTULO I – MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

1.1.1. Antecedentes Internacionales

1.1.1.1. España

Desde el año 2007 España cuenta con leyes que establecen derechos del consumidor los cuales brindan a los ciudadanos protección y otorgan deberes a cumplir, teniendo como objetivo que el consumidor o usuario pueda tener una relación positiva con las empresas que ofrecen bienes o servicios, por ejemplo, tenemos la famosa empresa de "Telefónica SA" quién es líder en ventas no solo en su país de origen, si no por todo el mundo ofreciendo sus servicios en telefonía móvil, fija e internet a sus usuarios.

Esta ley se encuentra inscrita en la constitución española en su articulado 51, siendo aprobada por la ley del Real Decreto 1/2007; cuenta con una modificatoria en el año 2014. Cabe recalcar que el derecho al consumidor otorga derechos obligatorios e inherentes a las personas, por ende, no se pueden renunciar a ellos. Muchas empresas han intentado mediante sus cláusulas revocar estos derechos a sus clientes haciéndoles firmar cláusulas abusivas las cuales al fin y al cabo son improcedentes ante la ley ya que solamente favorecen los intereses personales de la empresa prestadora de servicios.

La forma de ejecución de esta ley proporciona tres principales formas de reclamar, la primera es directamente con la empresa la cual es de mayor aplicación en España ya que cada

consumidor o usuario realiza su reclamo en el término y con los requisitos de Ley, la segunda es mediante una Asociación de Consumidores, en donde es el propio consumidor quien escoge libremente quienes lo representan, haciendo una comparación con nuestro país tenemos al ASPEC y tercero a través de la administración pública que en nuestro caso es mediante INDECOPI, con el fin de poder llegar a un acuerdo pacífico entre las partes.

Reclamar mediante la vía judicial puede representar un problema por el tiempo de demora y la carga procesal ya existente, pero es una opción segura la cual es manejada por un abogado. Esta Ley obliga a los vendedores a otorgar bienes o servicios de buena calidad, en el caso contrario cae una responsabilidad sobre este vendedor procediendo a un reclamo con razones justificadas.

Es favorable para los clientes la implementación de la ley, ya que el consumidor debe de estar conforme con el artículo, producto o servicio que adquiere, a uno no le pueden vender gato por liebre y menos aún hacerse el de la vista gorda.

La Ley General para la Defensa del Consumidor permite que los reclamos de compras desarrolladas de manera presencial y virtual procedan con el mismo vendedor, pero aquí hay una observación importante ya que según el artículo 124 nos precisa que ciertos reclamos deben realizarse con el mismo vendedor y en otras circunstancias como por ejemplo problemas de locación o inconformidad de la naturaleza del producto adquirido son con el mismo productor.

Según el artículo 119 de la Ley señala que ante la disconformidad ante el producto y/o servicio, la subsanación a realizar debe ser de forma gratuita para el usuario, de igual manera desarrollarse en un tiempo adecuado la reparación, sustitución, rebaja, fin de contrato, entre otros que se hayan desarrollado entre ambas partes.

El plazo general que se sostiene es de dos años que va desde el momento de la entrega o adquisición del producto o servicio, un ejemplo es con las transacciones realizadas con la empresa Apple y se adquiere un celular del último modelo, el cual vino con una falla de fabrica se debe o pueden ir a la empresa o local comercial y presentar mi reclamo el cual será aceptado, procesado y solucionado para mi satisfacción personal; ya que muchas veces hemos escuchado en distintos comerciales que la satisfacción del usuario es lo que más importa es por ello que la ley General de Derechos del Consumidor y Usuarios refuerza este eslogan.

Dentro de las lecturas revisadas de la legislación española encontramos que estos derechos están divididos así:

1. Derecho a tener una correcta información. - Razón por la cual podemos apreciar que el consumidor, usuario, paciente, cliente o administrado tienen el derecho de recibir una información fidedigna para hacer un uso correcto de sus transacciones comerciales, adquisición de productos, compra de servicios de salud, entre otros.

2. Derechos fundamentales: Desde un punto de vista económico y social. - En este aspecto el consumidor y usuario tiene el derecho de proceder a una compra honesta procurando que no exista ningún tipo de engaño ni malversación respetando las promociones y ofertas que ofrecen las empresas prestadoras de bienes o servicios.
3. Reparación por daños. – Este autoriza al, ciudadano que consume, usuario, paciente, cliente o administrado que sea hacedor de una determinada compra que le haya ocasionado algún tipo de perjuicio sea físico o psicológico, manifestar un reclamo por el daño sufrido.
4. El derecho de representatividad y participación.- Esto define que el consumidor, usuario, paciente, cliente o administrado posee el derecho de ser representado mediante algún organismo o asociación de defensa del consumidor al momento de llevar a cabo el proceso del reclamo, es interesante el rol que las organizaciones desempeñan ya que tienen las herramientas necesarias y los conocimientos sobre los temas ligados al derecho del consumidor, por lo que tienen un potencial grado de influencia sobre sus clientes.
5. Derecho a tener una salud y seguridad social. - Permite que los consumidores, usuarios, administrados, pacientes y clientes disfruten en plenitud de sus derechos y necesidades básicas, por ejemplo, al momento de adquirir un seguro de salud general y pagarlo mensualmente, con el objetivo que, si a futuro sucediera algún tipo de percance con uno de los consumidores

y lo necesite, se pueda atender. Para que este se pueda ejecutar de manera normal es necesario que los clientes y pacientes tengan la información precisa sobre cómo funcionan los servicios.

6. Protección técnica y administrativa. - Protege al consumidor, usuario, administrado, paciente o cliente brindándole información y la defensa ante actos donde abusan de cualquiera de sus derechos.
7. Derecho a tener una educación referente al derecho del consumidor y conocer sus derechos y mecanismos para ejercerlos, se busca para promover este derecho son mediante las conferencias, charlas y folletos con información relevante con la finalidad de expandir y fortalecer la cultura del reclamo.

Como se aprecia para solucionar un reclamo se debe de hacer de una forma amistosa, armoniosa y contactando al vendedor o proveedor planteando una estrategia efectiva para la conformidad del consumidor sea otro el caso se puede ejecutar mediante la Oficina de Información al Consumidor, el Servicio de atención al consumidor o en todo caso mediante la correcta aplicación de los LIBROS DE RECLAMACIONES, en España son conocidos como “hojas de reclamaciones o libros de quejas” estos son documentos los cuales sirven para registrar quejas o inconformidades sobre un bien o servicio adquirido. Para pedir una hoja de reclamaciones se solicita en la empresa, establecimiento, clínica; esta se escribe y el cliente se queda con

una copia, en la circunstancia que la empresa se niega a entregarla se recurre a la ayuda policial o presentar dicho reclamo en cualquier formato, este escrito debe contener los datos personales del usuario, el acontecimiento que dio motivo al reclamo o la queja y que es lo que desea obtener.

Es distinto los roles a efectuar en los sectores públicos y privados ya que los poderes públicos están obligados a seguir la ley debido a que es el propio estado el ente regulador y fiscalizador buscando a la equidad en el producto o servicio del consumidor, usuario, paciente, cliente o administrado.

1.1.1.2. Chile

En el año 2011 se instauró la Ley N.º 19.496 del Consumidor en Chile, la cual promueve una buena transacción comercial entre el consumidor y empresa promoviendo la protección de. Revisando las lecturas se encontraron los siguientes de los ciudadanos y sus deberes a cumplir por todos los ciudadanos de forma inherente:

Ser conocedor sobre información referente a temas de derecho del consumidor, lo cual engloba conocer la descripción de los artículos o servicios a adquirir, como consumidor actualizado debe conocer los distintos factores de los productos, los precios, si hay algún descuento, garantías, devoluciones antes de realizar la compra del artículo.

A que el consumidor, usuario, paciente, cliente o administrado deba ser tratado con respeto mediante las entidades prestadoras de artículos y asistencia, a las tiendas y todos los

locales comerciales por ejemplo a las grandes empresas que son conocidas internacionalmente como son Metro, Maestro, Tottus, Sodimac, Saga Falabella, Casa e Ideas y otras, quienes no pueden realizar publicidades engañosas.

A poder acudir a asociaciones que defienden los derechos del consumidor e instruirse en temas ligados a derecho del consumidor, luego en el 2011 se amplió la gama de derechos a tratar incluyendo las materias financieras. Razón por la cual las entidades bancarias en el hecho de realizar contratos con sus clientes deberán de poner como clausula primordial la correcta aplicación de los derechos positivizados del ser humano a efectos de protegerlos de toda acción abusiva en su contra.

Una parte interesante sobre el aspecto del consumidor y sus derechos inherentes, que según el artículo 2 no están sujetos a dicha ley aquellas personas que realizan un contrato de compra venta de casas, departamentos o cualquier bien inmueble no están sujetos el cuidado de esta ley si no se basan en el cuerdo de voluntades de ambas partes, mejor dicho estas empresas inmobiliarias trabajan con el “Pacta Sund Servanda” en que prima la palabra de caballero el cual queda reflejado en el contrato realizado de buena voluntad por una parte la inmobiliaria se compromete a cumplir en forma idónea con su promesa empeñada y de otro lado el comprador o el cliente deberá de cumplir a cabalidad su promesa de acuerdo a lo acordado entre ambas partes.

Debemos tener presente que en Chile para realizar un reclamo se deben de cumplir con tres requisitos indispensables siendo el primero que ante el hecho de una correcta simetría informativa y un no cumplimiento de una realización de una determinada actividad servicio o la no entrega de un artículo deberá de realizar un reclamo dirigido directamente a la entidad o a la persona, al productor, proveedor, vendedor o al intermediario que ha hecho la entrega del producto o del servicio. Asimismo, deberá de explicar en una forma clara y concisa a qué se debe ese reclamo con el único fin de evitar que existan actitudes negativas y que se quieran beneficiar los ciudadanos en la calidad de los usuarios y de los consumidores de estas empresas o proveedoras de artículos y bienes y de servicios.

Es importante que este reclamo se ha realizado por el propio perjudicado con esta compra venta o con esta actividad de prestar un determinado servicio a efecto de que al utilizar el formulario pueda describir en forma fehaciente e indubitable la forma o el acto con el que ha sido timado o engañado o perjudicado ya que se busca la correlatividad del artículo o bien y la correspondiente actividad del servicio que uno compra para satisfacer sus necesidades a tener el reclamo a través del formulario por escrito y dada la fecha de presentación y el tiempo que establece la empresa para dar una respuesta ante esto ya le corresponde al consumidor usuario paciente cliente y administrado accionar ante las entidades legales pertinentes y encontrar una solución a su problema de

consumo lo cual viene a ser mucho más práctico y eficiente ya que al tener un reclamo por escrito el propio perjudicado con estos actos comerciales negativos Tiene la facilidad de poder reiterar el pedido y que se dé cumplimiento con la entrega del producto o del servicio en la forma idónea que le corresponde conforme a la ley.

Haciendo una comparación con la legislación comparada de Chile podemos advertir que el derecho del consumo está muy bien encaminado o dirigido debido a que en este país existen muchas empresas que tienen la categoría internacional, las mismas que incluso trabajan en nuestro país y ellos son conocedores de la temática del consumo razón por la cual antes de ofrecer un determinado producto o hacer la entrega de un determinado servicio tienen la plena seguridad de buscar la aceptación del consumidor del usuario del administrador del paciente y del cliente porque esa es su prioridad cumplir con los parámetros principales de idoneidad del producto y del servicio ya que el derecho del consumidor protege la integridad la sanidad, el uso y el disfrute de estos productos y servicios dando a la vez el mecanismo alternativo de solución de conflictos el cual se basa en que la persona que ingresa a esta tienda pueda retirarse con el producto que ha elegido libremente y que ha cancelado de acuerdo a ley y no tener que estar realizando reclamos los cuales finalmente la empresa tiene el conocimiento que deberá de darle una solución e inmediata a esto reclamos y así evitar que se acción judicial ante a esos reclamos.

1.1.1.3. Argentina

Referente a la legislación de las transacciones comerciales en el hermano país de Argentina tienen la ley 26.993 la cual fue la primera ley en brindar, la forma de resolver los conflictos que existen entre las relaciones de consumo en Argentina, conocido este sistema como "COPREC" el cual era el medio para poder conciliar entre las personas que realizan determinada transacción comercial y en forma previa antes de ingresar una acción judicial y solucionar la interrelaciones de la actividad del consumidor.

Se tiene la Ley 24.240 que contiene la normatividad de prevención y de protección, la amplitud el procedimiento el trámite a seguir, las sanciones, así como las disposiciones con que finalizan o concluyen respecto a lo que es la defensa y la prevención y protección de los derechos del ciudadano que realiza el consumidor la cual data del año 1993 por lo que tiene como principal finalidad es la preocupación, la defensa, la equidad y la contraprestación idónea para el consumidor y el usuario el cual protege tanto a la persona física como la persona jurídica y con las características que es tanto a los actos jurídicos de forma onerosa y gratuita así como bienes y servicios que van a beneficiar en forma conjunta, ósea en forma unipersonal o el conjunto familiar a la vez familiar o al grupo social destinatario de esta compraventa de productos y la prestación de servicios.

Cuando tratan sobre la mutua relación de la actividad de consumo entre el proveedor y vendedor frente al consumidor o usuario las disposiciones de esta ley tienen normas que especifican

la relación del consumo en mérito a la ley de la competencia con la dación de la ley 25156 y la ley 22802 las cuales versan en los hechos propios de actos civiles y la lealtad comercial para lo cual se basan en los principios de equidad y protección para lo más favorable al consumidor razón por la cual si bien es cierto no tienen una ley actualizada se puede establecer que se busca proteger el aspecto de la simetría publicitaria e informativa del usuario y del consumidor.

Un punto interesante en la ley del consumidor Argentino es que el hecho de ofertar y la venta del producto debe estar debidamente especificada es decir del limitada en cuanto al precio, las modalidades, las características, las condiciones y las delimitaciones de la oferta y la venta del producto o el servicio que se requiere y el hecho que se prevé una revocación expresa o tácita de esta oferta, la cual se debe de publicitar con la debida y plena antelación a través de los empleados de la empresa quienes tienen la obligación de hacerlas conocer a los consumidores y usuarios y asimismo en el caso que no se cumpliera de acuerdo a la legalidad que se establece también tienen la ley 26361 serán sancionados, por ende se prefiere prevenir antes de efectuar una venta que ser sancionados o castigados.

Una característica muy importante en cuanto al aspecto de la información y la protección a la prestación de los bienes y servicios en el sector de salud ya que se debe de contar con un manual debidamente establecido para la dación de la prestación del servicio

o la venta del producto el cual tiene como finalidad proteger la plena sanidad del ciudadano y evitar cosas o servicios que sean riesgosos ya que estos productos y estos servicios también pueden ser entregados directamente en los domicilios en donde al presentarse una desventaja de conocimiento por parte del comprador sólo queda en manos del vendedor el fiel y legal cumplimiento de las diferentes prestaciones ofrecidas.

Un punto importante en la ley Argentina es en cuanto a la prolongación del plazo de la garantía del Producto y del servicio, el cual debe estar real y legal a la condición de poder computarse el efecto del plazo al igual que la garantía legal que presenta cada uno de los productos ofertados a efectos de ser necesario una reparación sea inmediata y satisfactoria ya que lo que se busca es evitar malestares en los consumidores y evitarse el riesgo de que los compradores o usuarios no queden satisfecho con el producto o el servicio y evitar los vicios en la prestación de éstos estas modalidades sea cual fuera las condiciones a desarrollar.

Debemos de hacer mención que Argentina requiere con urgencia una actualización de la ley del derecho del consumidor, debido a que han destacado en la fabricación y venta de muchos productos nacionales, los cuales actualmente son un boom en el comercio.

Un punto muy importante que tiene el comercio en Argentina es que ellos te brindan todas las facilidades del caso para que

conozcas bien la procedencia, la calidad, los beneficios del producto que deseas adquirir y te hacen la comparación de estos.

1.1.1.4. Estados Unidos

En Estados Unidos la mayoría de los Estados se rigen por la ley que dispone la Comisión Federal de comercio, pero existen variaciones según cada estado ya que como sabemos en Estados Unidos existe una descentralización de las leyes

Existe una excepción a esta ley la cual es que si ambas partes se consideran empresas lo que sería en el contexto peruano un derecho de arbitraje no se valida la ley. Cada recalcar en su historia que esta fue aprobada en el año 1914 ya que se utilizó como un método preventivo a la malversación modificación de las ventas de bienes y servicios.

Aunque hasta la actualidad ha sufrido por varias modificatorias debido a la razón antes mencionada estas comisiones en sí no tienen la autorización para poder resolver una queja como lo haría en Perú a través del Indecopi, en este caso tiene un papel de observador ante las transgresiones que se desarrollen. El papel que desarrolla es como un mediador el cual intenté llegar a una solución efectiva en cual tanto el consumidor como la empresa puedan salir beneficiados pero el caso que suceda lo contrario la Federal Trade Commission Act envía la queja hacia el Tribunal de Justicia para que ellos puedan al fin y al cabo tomar una decisión para solucionar el problema además se pueda llevar a cabo el proceso del reclamo.

Este tema puede resultar un tanto complejo ya que la ley que se disponen cada estado va a ser variantes entonces hay que tener siempre en consideración ese factor importante para poder llevar a cabo de forma exitosa el reclamo, también es importante recalcar que las leyes americanas poseen un peso tremendo sobre los ciudadanos ya que las penas y las multas son de largos plazos y grandes cantidades de dinero, por ello cuando suceden estos casos en el cual el cliente no se encuentra conforme con el servicio o bien brindado lo que decía la empresa es realizar descuentos regalar dicho artículo o servicio comprado regalar cupones evitando así llegar a una instancia mayor la cual sería de perjuicio para la empresa por las multas a recibir y para el cliente por los gastos de abogados, movilización y el tiempo que se demora el caso en resolver.

Para arrendar un auto en el caso que sea un consumidor más no tenga la calidad de empresario o que lo utilice con el fin de ejecutar un trabajo, en esta situación debe firmar un contrato de arrendamiento en el cual, los impuestos, costos de mantenimiento y otros valores se van a deducir en favor de quien alquila, a tener en cuenta por ello también es importante recalcar la lectura de los contratos porque en esta situación puede suceder un conflicto o hecho fortuito el cual ya no sería culpa de la empresa sino del mismo consumidor que no tuvo la precaución de leer detalladamente el contrato.

Otro punto importante el cual la Comisión Federal de comercio tiene en consideración son los fraudes que existen al momento de hacer compras en línea o virtual, al utilizar las tarjetas de crédito o débito ya que se han visto cifras altas del robo online entre jóvenes y adultos las principales estrategias para realizar este delito es mediante las cobranzas indebidas robos de identidad más conocido como impostores por ello es importante tener precaución al momento de realizar compras en línea ya que en Estados Unidos se utiliza mucho los servicios online como son Aliexpress, Amazon, Post Mates, Panda Express entre otras muchas plataformas vendedoras y prestadora de bienes y servicios.

Alguna de las soluciones que se brinda para evitar el robo de las tarjetas de crédito como de débito al momento de retirar dinero o comprar online al igual que mantener en buen recaudo los documentos personales de importancia como es la tarjeta de Seguro Social, la licencia de conducir en un lugar privado.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

1.1.2.1. Correcta circulación de Productos y Servicios en Perú.

Antiguamente en nuestro Perú el Derecho del Consumidor, se trataba en forma muy genérica, por ende, ante un problema en el mercado, siempre tenía la razón el productor, el vendedor, el proveedor o el dueño del negocio, el comprador y el usuario nunca tenían a razón en sus reclamos, pero con la llegada y apertura de los grandes mercados/negocios y centros comerciales que nos

brindan productos y servicios tanto nacionales como extranjeros el comercio en Perú presenta un gran cambio.

Con la creciente integración económica, la protección constitucional que tenemos en cuanto a la “Economía Social de Mercado” establecido en Nuestra Constitución política del Perú artículo 52 se puede apreciar el cambio radical que se dio en el comercio y los cambios surgidos con las nuevas tecnologías, ya que actualmente tenemos una “economía social de mercado” la cual ha traído muchísimos buenos y nuevos cambios a nuestro país como el sr humano supremo de nuestra sociedad y del Estado Peruano.¹

Los Tratados de Libre comercio, las facilidades del flete, el turismo que se desarrolla en gran escala, el incremento de las telecomunicaciones, la gran era digital, el internet, el uso del comercio y el dinero electrónico, es inviable negar que el consumismo ya sobrepasó las fronteras nacionales.

Pues lo que se oferta, se publicita, se utiliza y se aprecia de otros países son de repercusión inmediata en nuestro país y son muchas las personas con poder económico que pugnan por adquirir estos nuevos productos, copiando un estilo de vida o de moda foránea ya que mayormente copiamos estereotipos extranjeros, sin medir muchas veces que la calidad de la prenda o del artículo no corresponden al estilo de vida, el clima, el estatus de vida de nuestro país.

¹ Gutiérrez, Walter. (2005). “La Constitución Comentada”, GACETA JURÍDICA., p. 7

Conclusión

En nuestro país tenemos una economía social de mercado amparada en nuestra carta magna, el Consumidor Peruano antiguamente no tenía mayor respaldo legal al realizar compras a nivel internacional, ya que antes sólo se adquiría en forma directa mediante la importación de los productos que eran entregados personalmente.

Eran épocas en que estábamos al tanto de las amistades que viajaban al extranjero y con antelación anunciaban de que a su regreso traerían ropa, zapatos, joyas, souvenirs y otros para vender, actualmente son muchos los portales virtuales que ofrecen la comercialización de sus productos y artículos, incluso encontramos productos a muy buenos precios y otros a forma de enganchar al cliente les ofrecen sus productos de regalo, son gratis para determinada cantidad de personas que acceden en forma primigenia al link de estas entidades, corporaciones y empresas y les cobran una mínima cantidad por el envío (flete) de los bienes y los productos.

Esta tesis es para apreciar cómo es que nuestra población en la ciudad de Ica no está educada para el correcto uso y manejo de los Libros de Reclamaciones y muchas veces no saben ni siquiera que existen, menos aún la obligatoriedad por parte de los vendedores de tenerlos, así mismo apreciar sí las entidades del estado a cargo del sector preventivo y fiscalizador para solucionar

el conflicto económico aplicando las vías alternativas de solución del problema, sin necesidad de recurrir al Poder judicial.

Los libros de reclamaciones nacen ante el clamor de los ciudadanos peruanos en virtud a que la asimetría informativa y publicitaria existente entre el productor, el vendedor, el proveedor, el intermediario, los importadores y los prestadores de servicio que comerciaban el producto o que realizaban la prestación del servicio ante una relación de consumo en donde la parte débil estaba representada por el consumidor, el usuario, el administrador, el paciente y el cliente y era el clamor del ciudadano peruano de tener una ley idónea mediante la cual pudiera accionar en una forma célere.

_ Inicio las casuísticas con un caso emblemático para el Derecho del Consumidor es el conocido caso de “*donoghue vs stevenson*” es una de las casuísticas que llevo a la discusión por un mismo tema en diferentes fueros en el derecho y se obtuvo muchísimas apreciaciones distintas sobre el correcto campo de aplicación tan grande y a la vez tan distinto que sentó las bases para el nacimiento del Derecho del Consumidor, pues su peculiar historia causó impresión.

Este hecho sucedió el 26 de Agosto de 1928, donde la Señora May Donoghue se reunió con un amigo en el café Wellmeadow, dicho personaje ordeno para tomar un jugo de pera con hielo para él y un Scottish Float (cerveza de jengibre con helado) para May, el cual se lo sirvieron de forma separada y May

mientras que conversaba amablemente se iba sirviendo de la botella de cerveza al helado y cuando ya estaba por terminar, observo que caían de la botella los restos del cuerpo de un caracol en descomposición que le ocasiono a la señora May primero que nada un terror inminente de lo que estaba consumiendo y además puso en peligro su vida ya que fue diagnosticada de gastroenteritis y shock severo.

La señora Donoghue demanda al local, pero los dueños refieren “no ser los fabricantes de la bebida y el impedimento de poder dar solución a este reclamo”, debido a que no existía relación contractual entre el fabricante/vendedor del producto y la citada consumidora.

Luego de una larga lucha de argumentación jurídica que involucro al common law, proceso que llego hasta la cámara de los Lores en donde se consignó que la responsabilidad era directamente del proveedor del producto, caso que obtuvo solución finalmente ya que ambas partes llegaron a un buen acuerdo extrajudicial, sentando un precedente vinculante.

_ Otro caso emblemático es el de la Sra. Stella Liebeck de 79 años ya que en la ciudad de Albuquerque – New México con fecha 18 de agosto de 1994 tuvo la peregrina idea de que aprovechando que su auto estaba en una señal de parada vehicular (Stop) y decidió abrir el vaso de café que minutos antes había comprado en una de las cadenas de tiendas Mac Donald y este hecho le costó que se quemara sus genitales presentando

quemaduras de tercer grado, necesitando implantes de piel y sufrió muchísimo con el tratamiento.

Hecho que sentó un precedente vinculante en el derecho del consumidor ya que no se solucionó en forma directa entre el representante de Mac Donald y la Sra. Liebeck, sino que este caso llegó al fuero Judicial y el Juez de Albuquerque – New México el honorable Robert H. Scott resolvió el proceso concediéndole un pago significativo a la citada agraviada quien debió de haber tomado las precauciones más idóneas ante el hecho de estar en un automóvil en movimiento.

La parte agraviada con su abogado solicitaron el pago de 20.000 dólares por los gastos de hospitalización pero la empresa McDonald's quiso pagarles 800 dólares por lo cual muchos clientes que habían sido perjudicados por este mismo motivo reclamaron, el café lo vendían a una temperatura de 180 a 190° Fahrenheit lo que vienen a ser 90° centígrados en el Perú la multicitada empresa fue sancionada por tener el 80% de responsabilidad el monto de 600.000 dólares, excediendo 30 veces más de lo solicitado por la parte agraviada.

1.1.2.2. CARBONELL O´BRIEN Esteban.

En su libro “Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor” refiere que en nuestro Perú se da plena protección a los Derechos del Consumidor basándose en el Título III del ya citado Régimen Económico, los cuales se encuentran desde el artículo 52 hasta el articulado 65 de nuestra ley de leyes la cual establece que:

“corresponde al Estado defender los intereses de todos los consumidores y los usuarios en nuestro país. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en forma particular, por la salud y la seguridad de la población, por la igualdad de oportunidades, por el buen trato y el justiprecio de los productos en forma igualitaria para todos los peruanos y extranjeros que radicamos en nuestro suelo patrio.”

1.1.2.3. Caso Pura Vida Gloria vs Empresa Laive - Perú

Un caso emblemático es el de la empresa Peruana Gloria y su producto conocido y muy consumido “leche pura vida” el producto venía presentando diferentes malestares y quejas al momento de ser consumidos y es en el año 2010 en que la empresa Laive, denuncia a la empresa Gloria por Publicidad engañosa, ya que los productos no cumplían con sus especificaciones de Ley. En el año 2012 un consumidor denuncia a la empresa Gloria por causar desinformación en sus ingredientes y la empresa Gloria fue sentenciada al pago de una Multa de 77,000 soles.

En el 2012 la “Asociación de Ganaderos Lecheros del Perú” denuncia a la empresa GLORIA por inducir al error al decir que este producto está elaborado en forma natural pero esta denuncia fue ignorada, en 2017 ASPEC y el Dr. Walter Gutiérrez insistieron y accionaron en contra de la empresa Gloria pues violaba el Código del derecho y defensa del Consumidor y el Indecopi mediante

Resolución Nro. 2623/2018-SA ordenó la no comercialización de este producto hasta que se tomaran las medidas pertinentes.

Fue sin embargo hasta el 2 de junio de 2017 que la autoridad panameña de seguridad de alimentos inicio proceso y logró suspender la comercialización de este producto y se impidió su importación porque demostraron que la leche “Pura Vida” realmente no era leche natural, sino que era una bebida con saborizantes y colorantes que simulaba ser leche. Al igual se pronunció Bolivia y el 9 de junio de 2017 bajo estos mismos parámetros suspende la importación de dicho producto.

El hecho de que los países de Panamá y de Bolivia hubiesen accionado por la mala calidad y la mentira del producto de la empresa Gloria y su producto “pura vida” nuestro país estuvo en el ojo de la tormenta ya que las autoridades sanitarias no realizaban oportunamente la fiscalización y sanción adecuada para que esta empresa que producía este producto cumpliera con los regímenes de legalidad.

_ En Perú tenemos que con fecha 14 de enero del año 2019 el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad intelectual Sala Especializada en Protección al Consumidor Número 2, mediante la resolución Nro. 0094-2019/SPC-Indecopi denuncia al Banco de Crédito del Perú S.A. Materia: “Derecho al pago anticipado servicios financieros” resolviendo que el Banco de Crédito era responsable sobre sus créditos en adelanto de cuotas en lugar de hacerlo como pagos anticipados.

_ Un caso de gran publicidad fue el de la Sra. Morgana Vargas Llosa quien acudió en el mes de octubre del 2008 al centro de esparcimientos la Granja Villa de la ciudad de Lima acompañada de su hija, los amigos de su hija y su empleada doméstica, cuando se disponían a ordenar el almuerzo, todos se sentaron juntos en una misma mesa pero había un evidente problema, la observación del personal del restaurante, referían que las empleadas por su condición de trabajo, no podían compartir en la misma mesa que los demás comensales, al hacer sus respectivos pedidos de almuerzo, los mozos manifestaron que no podían atender en esta misma mesa a los otros comensales y a la empleada, ya que había un menú diferente para las nanas y empleadas domésticas, por tal las nanas no podían ordenar lo que estaba en la carta del menú del restaurante, habiendo sufrido fuerte evidente discriminación.

1.1.3. Antecedentes Locales

Existen múltiples casuísticas, ya que este problema que aqueja tanto a los Consumidores, Usuarios Administrados, Pacientes y Clientes es como el pan nuestro de cada día en nuestro Departamento de Ica, ya que es a diario los RECLAMOS y las QUEJAS que se presentan ante las diferentes entidades ya sean públicas y privadas.

Lamentablemente no se cuenta con cifras estadísticas exactas por lo que no me permite efectuar una evaluación con exactitud de los datos, pero las entidades del Estado como las oficinas del sector privado por ley deben contar con Libros de Reclamaciones, asimismo con el Libro de Respaldo en cumplimiento al Decreto Supremo 006-2014-PCM.

Es lamentable que entidades del Estado y las entidades privadas no cumplan con lo dispuesto en los artículos 150 y siguientes del ya citado código de protección y defensa del consumidor, se aprecia que los locales comerciales y otros no tienen ni siquiera a la vista el cartel en donde se dispone la obligatoriedad de los libros de reclamaciones en mérito a lo dispuesto por ley mucho menos cumplen con disponer del “Libro de Respaldo” por lo que los consumidores, los usuarios, los administrados, los pacientes y los clientes se frustran ante el hecho de no encontrar respuesta a sus diferentes actos de reclamos y de quejas.

Otro problema es que en nuestro departamento de Ica no contamos con “Asociaciones de consumidores” en todo caso son estas asociaciones quienes tienen el poder de accionar ante Indecopi y ante el Poder Judicial como los representantes legales y autorizados de los consumidores ya sea a título personal, en la defensa colectiva o en la defensa difusa de sus derechos del consumidor.

1.1.3.1.- Hospitales

En nuestra ciudad de ICA tenemos dos Hospitales que pertenecen al sector “EsSalud” el Hospital Félix Torrealva Gutiérrez y el Hospital IV Augusto Hernández Mendoza y los Hospitales pertenecientes al “MINSA” que son el hospital Regional y el Hospital Socorro, asimismo contamos con Postas que pertenecen al Estado y del otro lado contamos con consultorios particulares.

En los hospitales, en las postas médicas y en las clínicas privadas lo que debe de primar es el trato justo idóneo y efectivo para los pacientes que ingresen a estos establecimientos y deben recibir una atención idónea y oportuna.

Asimismo, contamos con otros agentes del comercio diversifican sus actividades comerciales y contamos con Restaurantes, Hoteles, Centros comerciales, Bancos, entidades financieras en donde todas y cada una de las antes citadas deben de contar con su Libro de Reclamaciones, el cual debe de ser de rápido y sencillo acceso al público y puede ser de forma física o virtual.

Uno de los hechos importantes a destacar es que algunos locales abiertos al público no cuidan la buena atención y el servicio que brindan a los consumidores. Con la publicación del código de defensa y protección del consumidor se establece que tenemos los principios básicos que cumplir tales como el principio de soberanía del consumidor, el principio pro consumidor, el principio de transparencia, el principio de corrección de asimetrías, el principio de contar con la buena fe, el principio máximo de protección, el principio pro asociativo y el principio de la primacía de la realidad, estos principios están encaminados a la plena protección del derecho del consumidor.

Nuestro código amparado en la ya citada Carta magna sobre las políticas públicas a efectos de poder proteger la sanidad y la seguridad de los consumidores a través del Estado garantizando, protegiendo y fiscalizando las diferentes actividades comerciales evitando la vulneración y la asimetría informativa.

En el artículo 20 del ya citado código de defensa y protección del consumidor podemos ver que también existe una garantía legal la cual es emanada por la ley, una garantía explícita cuando el propio producto trae la reseña con la precaución que se debe de tomar al momento de consumir determinado producto y por último la garantía implícita en el producto por el

solo hecho de adquirir determinado producto puede causar una consecuencia por ejemplo la persona que es alérgica al maní y de pronto adquiere una mantequilla de maní sin tomar en consideración los efectos secundarios que le pueden causar.

1.2. Bases Teóricas

En Perú por la dación de la Ley 29571 nuestro Código de Protección y Defensa del Consumidor de fecha 01 de setiembre del 2011 definitivamente nos ha traído un antes y un después en nuestra vida Jurídica, nace en forma célere una nueva rama del Derecho Peruano, denominada Derecho del Consumidor, buscando al Consumidor idóneo y responsable de sus actividades comerciales, siendo un nuevo y renovado Derecho el cual sí bien es cierto ya existía en otros países, en nuestra Constitución Política de 1993 ya se establecía dentro del margen de los derechos fundamentales de la Persona Humana consagrados en los artículos 1, 2 y 3 en donde se brindan todas las protecciones por su calidad de sujeto de Derecho desde que el ser humano desde su concepción dogmática defiende a la persona humana en su calidad de hombre sea varón y/o mujer y salvaguardar su dignidad humana.

El Artículo 65° de nuestra ley de leyes a la letra dice “El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población”, tal como dispone nuestra constitución.²

Debemos hacer hincapié a la dación del Decreto Supremo 001-2011-PCM en donde se establece el debido uso de las Hojas de reclamo y queja

² Gutiérrez, Walter. (2005). “La Constitución Comentada”, GACETA JURÍDICA., p. 328

perteneciente a los Libros con la correcta concordancia con los artículos 150, 151 y 152 del Código de Protección y Defensa del Consumidor ya que establece la correcta aplicación de los Libros de Reclamaciones para el sector privado, tal como cita el Dr. Esteban Carbonell O'Brien cuando establece que "Libros de Reclamaciones para asegurar que se dé un trato idóneo y se deje constancia de los reclamos y quejas, es necesario que los Libros físicos estén a disponibilidad de los consumidores y si fuera virtual se dé el hecho del Correcto uso de estos medios alternos para recepcionar el reclamo de los clientes"³

Todos los centros comerciales, tiendas, restaurantes y otros locales comerciales que tengan un espacio señalado para la "Atención al Cliente o el usuario" deberán de contar con un personal idóneo para este servicio de Atención al Cliente o al consumidor y recibir su reclamo o su queja, para lo cual esta tienda o centro comercial deberán de proporcionar al usuario o al consumidor de ser el caso libro de reclamaciones para que puedan escribir el reclamo o las quejas según sea el caso y poder dejar la constancia de lo que ellos quieren manifestar en esta relación de consumo en el caso de tratarse de los libros de reclamaciones en forma física en ese propio acto deberá de proporcionarse el libro de reclamaciones el cual está habilitado en hoja triplicada debidamente enumerada, autocopiativo, de fácil acceso y desglosable.

El consumidor o usuario una vez que escribe el reclamo o la queja deberá recibir la respuesta del proveedor o vendedor in situ y esperar una

³ Carbonell O'Brien, Esteban. (2015). Libro "Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor" JURISTAS EDITORES E.I.R.L. Mayo, p. 579.

satisfacción, el tiempo de espera queda establecido por el Decreto Supremo 011-2011-PCM dando su respuesta en 30 días calendarios los cuales se pueden prorrogar por 30 días más de ser el caso.

Este tiempo no es óbice para que el consumidor o usuario pueda proceder inmediatamente ante INDECOPI acercándose al módulo de servicio de atención al ciudadano conocido como “SAC” en donde se va a determinar si es un proceso administrativo que se tramita inmediatamente o si procede una denuncia la cual se va a tramitar ante el órgano resolutorio de procedimientos sumarísimos o ante la comisión de protección al consumidor teniendo en consideración su cuantía y modalidad, haciendo la diferencia del debido uso y tramite de los dos Libros de reclamaciones tanto para el sector público y para sector privado.

Es importante resaltar que cuando un consumidor o usuario requiere del libro de reclamaciones para escribir su reclamo o su queja y el dueño o encargado del establecimiento comercial no quiere entregar, la solución inmediata es llamar o comunicarse en forma directa con el INDECOPI, pero si este hecho sucediera fuera del término de la hora de labor de labores a quien le corresponde ejercer la constancia de dicho incumplimiento es a los integrantes de nuestra Policía Nacional del Perú lo cual no es muy idóneo ya que el trabajo de nuestros policías no es dejar constancias pero la ley lo establece así en forma supletoria.

El Decreto Supremo 011-2011-PCM dispone que es obligatorio en todos los centros en que se ejerce una prestación de servicios o la venta de productos el debido uso de los Libros de Reclamaciones estableciendo que el Libro de Reclamaciones puede ser físico o virtual, en ambos casos deberá de

estar a disposición del consumidor y usuario quienes tienen el derecho de consignar un Reclamo o una Queja, estos libros deben tener ciertas características que no se pueden soslayar por ejemplo sus hojas del Libro físico deberán de ser en 3 hojas autocopiativas, enumeradas, desglosables, con las características dispuestas en el Decreto ya mencionado.

El Decreto Supremo 042-2011-PCM en que dispone la obligatoriedad en todas las entidades del Estado, ministerios, oficinas y todos los demás centros en que se ejerce una prestación de servicios o la venta de productos la obligatoriedad de usar los Libros de Reclamaciones, inicialmente con esta dación marco la diferencia, siendo la forma más idónea para el fortalecimiento de la democracia ya que es la forma en que se expresa la capacidad de los ciudadanos para hacer la defensa de sus derechos inherentes en su condición de consumidores, usuarios, administrados, pacientes y clientes podrán participar y tener participación en la buena marcha del mercado.

Se establece que de tratarse del de Reclamaciones en forma virtual estará bajo la disposición de quien lo requiera en ese preciso momento y en caso esta persona no sabe escribir o manejar la computadora, el representante del Ministerio, del hospital, de la clínica o del comercio y que pueda estar representado a través del vendedor, un proveedor, un distribuidor, un comerciante, pueden ser productores, prestadores de un servicio sea producción intelectual tales como es el caso de los abogados, maestros, contadores, administradores, los psicólogos y todas las áreas de la ciencia médica, o este sea un trabajo manual como es el caso de un carpintero, un plomero, un estilista, una costurera, o prestar un servicio no tangible como es el caso de la ópera, teatro, los musicales, cantantes en estos casos deberán

de ejercer sus actividades comerciales dentro del marco de la legalidad y deberán de responder por un buen producto y/o servicio ya que existe una frase muy cierta, cuando pactamos la ejecución de un determinado producto y/o servicio deberán de hacerlo en forma idónea y sin engaños para evitar ser sancionados. Sabemos que “El consumidor, el usuario, el administrado, el usuario, paciente y cliente goza de plena legalidad para accionar ya que quien paga por un producto o un servicio merece recibir un trato idóneo y un buen producto o servicio, bajo la premisa del que paga tiene la razón.”⁴

Se dio el Decreto Supremo 004-2006-PCM en donde se establecía la obligatoriedad de contar con un “Libro de Respaldo” el cual cumple una función de prevención y de asegurarse que toda entidad del Estado y comercio tratara en forma idónea al comprador y usuario ya que es la pieza principal en el buen desarrollo del mercado y por ser una buena medida orientada a mejorar el funcionamiento del gobierno.

Teniendo mayor cuidado la obligatoriedad de tener un libro de reclamaciones en el Sector público, en especial en municipios, regiones, hospitales y todos los ministerios de nuestro Gobierno central.

Se hizo una diferencia ya que todo lo que se trata de Reclamos o Quejas ante el sector empresarial privado debiera ser atendida y solucionada a través del Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y de la Propiedad Intelectual (Indecopi) quien además cumple el rol fiscalizador e hizo la diferencia al designar como órgano regulador de estas actividades a la Contraloría inmediata superior de cada sector en que se presenta el problema,

⁴ Carbonell O'Brien, Esteban. (2015). “Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor”, JURISTAS EDITORES E.I.R.L. Mayo, p. 580

por ejemplo de tratarse un reclamo ante un Hospital se deberá de elevar en consulta directamente a la dirección de este nosocomio, de ser el reclamo ante el Poder judicial el reclamo se presenta ante la ODECMA de ser un reclamo ante nuestros efectivos de la Policía Nacional del Perú el reclamo va directamente ante Inspectoría quienes evaluarán los hechos.

En el Código de Protección y defensa del consumidor están establecidas las amonestaciones y sanciones pecuniarias para las personas que infrinjan con su mal accionar el normal desarrollo del mercado, así como las negligencias que puedan suceder o presentarse en cuanto al servicio y atención del sector público. “Estas sanciones pecuniarias están en el artículo 110 del Código de Protección y defensa del consumidor y van desde 1 Unidad Impositiva Tributaria (UIT) hasta 450 UIT”⁵

1.3. Marco Conceptual

Dentro de lo que corresponde al Marco conceptual es muy importante diferenciar las diferentes figuras con las que tenemos que trabajar en ese campo, ya que son novísimas y se basan en el desarrollo de la pirámide de Hans Kelsen.

1.3.1. Consumidor o Usuario

Son las personas que en su calidad de Personas Natural o de Persona Jurídica dentro del marco comercial acuden en forma libre a un establecimiento en forma física y estando frente a determinado producto lo adquieran, también esta transacción de adquisición del producto se puede realizar a través de la web lo que actualmente llamamos comprar en internet o las conocidas “compras on line” la cual

⁵ (2010) *Código de Protección y defensa del consumidor. Universidad Privada Telesup. Lima*

se realiza en forma virtual. La condición sine quanon es que estas compras sean para su uso y disfrute personal y familiar.

No se considera consumidor menos usuario a aquella persona que compra o adquiere los productos para utilizarlos en fines comerciales, es el caso que “determinada persona viaja de Ica a Lima y compra 10 televisores, 15 planchas y 20 radios y posteriormente quisiera alegar un reclamo al vendedor que la atendió o decir que en su calidad de compradora fue estafada o engañada” a todas luces esta persona no cumple con las características de ser una compradora.

El requisito que se debe de cumplir es que estas personas que adquieren el producto o el servicio sean los consumidores finales los que van a hacer uso y disfrute del bien, en el caso que se contrate para un grupo indeterminado de personas también debe ser para su uso y disfrute es el caso que se contrata una orquesta musical esta debe ser para el disfrute de un grupo determinado de personas.

1.3.2. Proveedores

Son las personas que en su calidad de Persona Natural o Persona jurídica y pueden ser a través de una empresa con determinadas características como sociedad anónima cerrada (S.A.C.) sociedad anónima abierta (S.A.A.) o Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) que de manera consuetudinaria, continua, permanente, habitual fabrican, elaboran, almacenan sus productos para venderlos a un determinado grupo de personas que tienen la calidad de compradores y/o usuarios, asimismo se establece la calidad de los prestadores de servicios los cuales realizan

determinada actividad profesional como tal como la casuística de un Abogado que presta sus servicios para la defensa de un juicio o la defensa de un derecho y de tratarse de una actividad manual que es el caso de un gasfitero, un estilista, pero es necesario acotar a la misma vez que nuestro Código de Protección y defensa del consumidor hace una sub división de estas características intrínsecas de las personas tales como:

1.3.3. Distribuidores o Comerciantes

En su calidad de persona natural o persona jurídica fabrican, venden o son intermediarios de la venta de determinados productos o un servicio, pero tiene que ser en forma habitual.

1.3.4. Productores o Fabricantes

Una o más personas sean en calidad de Persona natural o Persona jurídica quienes fabrican, producen, construyen, arman, inventa, mezclan productos, bienes o artículos para el uso y disfrute de los consumidores finales.

1.3.5. Importadores

Una o más personas en su calidad de persona natural o persona jurídica quienes importan mercaderías y venderlos directamente.

Existen locales comerciales pre establecidos que reciben la mercadería o el producto del extranjero y se dedican a esta actividad comercial de vender los productos o los artículos en este caso estos importadores también tienen la obligación de presentar los libros de reclamaciones el cual también puede ser en forma física y/o virtual debido a que está ventas muchas veces se realizan de cualquier

departamento del Perú tanto a la empresa importadora con sede en nuestro país como por el hecho de poderlo adquirir virtualmente del extranjero.

1.3.6. Prestadores

Persona natural o Persona jurídica quienes realizan la actividad de “*prestadores de servicios*” los cuales pueden ser tangible o intangibles, punto importante es cuando tratamos la prestación de servicios intangibles el cual está dado por las actividades o los actos que no se pueden tocar y no se pueden ver pero sí se pueden sentir o se pueden percibir por el sentido del oído, del olfato, la vista, si pagamos el boleto para el ingreso del concierto de un determinado artista o para asistir a la presentación de una Orquesta Sinfónica, también es el caso de pagar la entrada para ingresar a apreciar una obra de teatro aquí vemos que la prestación de servicio abarca tanto a las personas que van a comprar un producto o disfrutar de un servicio.

Conformado por las personas que van a realizar una determinada actividad física, mental con la pericia, el arte, la preparación o especialización en una determinada actividad y el bagaje cultural que pueden tener y que lo ponen al servicio de otras personas quienes van a sacar un provecho de esta prestación de servicio y van a poder deleitarse con las canciones del artista o con la música de la Orquesta Sinfónica o con la presentación de una obra de teatro.

1.3.7. Producto

Es cualquier objeto físico, o es un bien mueble o inmueble, es un bien material o inmaterial el cual puede haber sido creado, fabricado o

encontrándose en el territorio peruano o en el Extranjero, con la condición que este producto sea preparado, fabricado para una determinada finalidad la cual va a ser de utilidad para un grupo indeterminado de personas quienes vendrían a tener la calidad de consumidores y usuarios según sea el caso.

Una de las características importantes que nos trae el código de protección y defensa del consumidor es que se detalla en forma precisa y clara que este producto artículo y/o prestación de servicio deberá de ser adquirido directamente por el consumidor final.

No procede para aquellas personas que compran en cantidades mayores y que posteriormente lo vende, obteniendo de inmediato la calidad de intermediario o de proveedor del producto o del artículo debe ser comprado con la finalidad del uso y disfrute para el consumidor o del usuario final.

1.3.8. Servicio

La actividad comercial que se realiza al brindar una determinada actividad humana y recibir una compensación por el servicio. Cuando hablamos del servicio nos referimos directamente aquella actividad que va a realizar una o más personas en pro de otra persona o personas a su pedido o solicitud no se trata por ejemplo de la relación de dependencia que puede tener una empleada doméstica que está contratada bajo otro tipo de modalidad y que brinda un servicio continuo o por determinadas horas en un hogar.

Es importante determinar si se trata del servicio que puede brindar un profesional sea del sector salud que podría ser un médico,

una enfermera, un odontólogo, un químico farmacéutico, una psicóloga o también puede ser un ingeniero, un administrador, un abogado o cualquier tipo de profesión y así mismo el servicio que puede presentar un técnico o quién tiene la pericia en determinadas actividades u oficios sea un gasfitero, un electricista, un mecánico, chofer, un zapatero o un personal de limpieza que está calificado para realizar determinadas actividades.

En esta relación de dependencia laboral es muy importante especificar que en el caso de que se trate de una empleada doméstica, el jardinero o la persona que trabaja en forma cotidiana y en dependencia en un hogar no tiene la obligación de contar con el libro de reclamaciones ya que estos trabajadores del hogar están bajo un trato especial de la ley mereciendo un pago mensual por su trabajo, en relación directa entre ellos y las personas que los contratan para realizar determinada actividad.

1.3.9. Relación de Consumo

Es la relación intrínseca que existe entre el comprador y el vendedor en donde uno adquiere lo que necesita para su vida cotidiana y el otro es quien recibe una compensación pecuniaria por esta actividad comercial.

Cuando hablamos de una relación de consumo es importante determinar el factor de la idoneidad establecida en el artículo 18 de nuestro código de protección y defensa del consumidor ya que en este artículo hace hincapié en forma literal y taxativa al hecho de que la persona que paga por un producto o por un servicio merece recibir el

producto o el servicio por el que ha cancelado lo que comúnmente le denominamos la relación contractual que hay entre lo que la persona desea o necesita y lo que recibe.⁶

1.3.10. Asociación de Consumidores

Las Asociaciones de consumidores están conformada e inscritas según lo establecido en el artículo 80 y siguientes de nuestro Código Civil de 1984 y es la voz representativa de todo lo que abarca el derecho del consumidor.

Aquí tenemos el artículo 153 de nuestro código del consumidor en donde nos dice el rol preponderante que tiene las asociaciones de consumidores estableciendo las como organizaciones que deben de constituirse de acuerdo a ley las cuales deberán estar debidamente registradas ante la Sunarp, a efectos de que puedan tener pleno poder legal de representar a los consumidores tanto en la defensa colectiva como lo estipula el artículo 128 del multicitado código del consumidor concordante con el artículo 131 cuando trata sobre los procesos judiciales para la defensa colectiva.

A través del artículo 157 el Indecopi puede realizar la graduación del porcentaje entregable de la multa impuesta a los infractores para las asociaciones de consumidores las cuales pueden llegar a tener hasta un 50% de beneficios en mérito a la multa que deberá de pagar la empresa o la persona que ha incumplido con las sanciones del código del consumidor

1.3.11. Asimetría Informativa

Esta es una novísima figura comercial aplicada a todos los medios de compraventa y prestación de servicio en donde desde un principio el vendedor, proveedor, fabricante tiene el poder de saber con

⁶ Ley N° 29751. *Código de Protección y Defensa del Consumidor*, Lima, Perú, 2010

exactitud si la procedencia de los productos o de los servicios corresponden a la verdad y la buena calidad, lo cual no se presenta en el consumidor.

“Es importante que esta actividad comercial o prestación de servicios debe de realizarse entre persona y persona, además que se debe realizar un pago y tener un uso del bien adquirido”⁷

Siendo una característica nueva determinado en el derecho del Consumidor que quien paga tiene la razón y deberá de recibir un producto o servicio idóneo al que el consumidor solicita.

1.4. Marco Legal

Antes de la dación de la Ley 29571 Código de Defensa y protección al consumidor, las relaciones contractuales de compra y venta de un determinado producto, sea en pequeña cantidad o realizar una compra mayor como es el hecho de ir a una tienda y adquirir varios productos de pan llevar, o el hecho de adquirir un artefacto, un auto, o una casa, se da una relación de idoneidad del producto establecido en el artículo 18 del citado Código de Defensa y Protección del Consumidor, asimismo y en forma paralela se puede dar por estas mismas personas conocidos como agentes del comercio que son el “comprador y el vendedor” se da la compra venta de un determinado bien sea mueble o inmueble o puede tratarse de una compra venta de un bien intangible se realiza a través de la correcta aplicación de las leyes Peruanas basándonos en el artículo 140 del Código Civil cuando se realiza la manifestación de voluntad de querer adquirir/comprar y de querer

⁷ Frescura y Candia, Luis P. "Introducción a la Ciencia Jurídica". Editora Marben & Gráfica. Asunción- Paraguay. Primera Edición

vender/obtener habiendo una concertación de voluntades existentes en nuestro Código Civil.

Debemos de hacer una acotación ya que nuestro código civil se refiere al *ACTO JURIDICO* en cuanto a la definición y elementos de validez se basa en que es “La manifestación de voluntad para crear regular modificar y extinguir relaciones jurídicas”⁸

Además que para su plena y legal validez de estos actos contractuales se requiere cumplir de tres elementos doctrinales los cuales son de vital importancia como son los elementos esenciales, elementos naturales y los elementos accidentales y se requiere de cumplir con los cuatro elementos legales importantes los cuales están plenamente establecidos en el ya citado Código Civil de 1984, tenemos en primer orden la Plena capacidad de ejercicio, así como debe de existir un Objeto física y jurídicamente posible del cual se realizará la actividad comercial, caso contrario no tendríamos por qué o para qué realizar el contrato, luego requerimos de un Fin lícito, caso contrario no procedería dicha celebración ya que no se puede trabajar con actos ilícitos, ningún acto contractual ilegalidad tiene validez legal y por último se establece el fiel cumplimiento de la ley a través de la Observancia de la forma prescrita bajo sanción de nulidad.

Todo ello en directa concordancia con el libro séptimo de nuestro ya referido Código Civil cuando habla de las Fuentes de las Obligaciones ya que en el artículo 1351 de nuestro ya multicitado Código Civil se especifica la forma de poder realizar una “contratación de acto jurídico para crear, regular

⁸ *Código Civil del Perú Juristas Editores E.I.R.L. Lima, p. 29*

modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial sin importar la calidad ni la trascendencia del acto jurídico dentro de una relación jurídica patrimonial”⁹

Estos actos jurídicos deberán de tener una aceptación expresa o tácita dependiendo de su forma de realización, de la concurrencia de personas que realizan el acto o el contrato jurídico además de tenerse en consideración que sean patrimoniales o extra patrimoniales, estipulados en el artículo 1352 Código Civil.

Estos hechos contractuales han traído un evidente cambio en el comercio debido a la gran globalización y el avance sin límites del internet y las nuevas tecnologías, por lo cual es ahora cuando tenemos que adecuarnos a la globalización y a las nuevas vivencias e forma virtual.

Es importante hacer una acotación en estas épocas modernas ya que antiguamente se tenía como supremacía de manifestación de voluntades que “Las deudas se honran” y con el devenir del tiempo esta frase pasó a la historia y cada vez es más difícil concientizar a las generaciones venideras en base a estos buenos principios de la Buena Fe, la ética y la moral que son preponderantes en nuestro día a día.

Para hablar de Norma jurídica me voy a basar en lo ya expresado por el Dr. Juan Abraham Ramos Suyo en su Libro titulado “Epistemología jurídica” ciencia que cuida y comprende el estudio hermenéutico de cada conceptualización a estudiar en cada tema de investigación y por ende a poner en praxis, ya que el Dr. Ramos Suyo nos enseña a través de sus formulados,

⁹ *Código Civil del Perú Juristas Editores E.I.R.L. Lima, p. 287*

que “Antaño de que existiera la ley los ciudadanos en la época antigua se investigaba y trabajaban en base al aspecto consuetudinario.

Siendo la fuente principal de cumplimiento la palabra de hombre en donde se reitera que converge tanto para la figura de la mujer y del varón en plena igualdad de condiciones tal como lo establece nuestra ley de leyes, hecho que al devenir del tiempo resulta irrelevante ya que la palabra de hombre en cuya calidad lamentablemente con el devenir del tiempo y por su accionar cotidiano del no cumplimiento del “pacta sunt servanda” ha perdido plenamente su connotación jurídica”¹⁰

Actualmente las nuevas ramas del derecho se deben de delimitar en un verdadero acto legal dentro de nuestro país, las cuales sirven de ejemplo matriz para los nuevos actos y contratos jurídicos de nuestro país.¹¹

así como realizar un estudio de legislación comparada con la forma de hacer cumplir nuestro derecho teniendo como base principal la legislación comparada y as casuísticas de otros países.

Ya que si bien es cierto el comercio en las últimas décadas creció monumentalmente en nuestro país, lo cual viene a cambiar viejos paradigmas preexistentes desde siempre, utilizados desde nuestros antepasados quedando como una escuela antigua, pero no es menos cierto que las nuevas modalidades de estafa y robo están a la orden del día y este incremento es evidente por las muchas denuncias, entonces la calidad del Derecho del

¹⁰ Ramos SUYO, Juan Abraham. (2008). “Epistemología Jurídica”, Editorial SAN MARCOS E.I.R.L. Editor. p. 43

¹¹ Decreto Legislativo N° 295. Código Civil, Lima, Perú, 1984

Consumidor es precisamente hacer frente a estos con dignidad e hidalguía a estos actos ilícitos.

En el marco legal tenemos las siguientes Leyes y Decretos:

1.4.1. Constitución Política del Estado de 1993:

Un plano preponderante en el desarrollo de este novísimo campo del derecho, encontrándose inicialmente en los artículos pertinentes a los derechos fundamentales de la persona humana consignados en los artículos del uno al tres como nuestros derechos primigenios y concordantes con el artículo 58 de la Ley de leyes cuando nos habla que en nuestro país tenemos una Economía Social de Mercado.¹²

Concordante con el artículo 65 de la multicitada Carta magna, quien ocupa el primer puesto jerárquico en la pirámide de Hans Kelsen por su calidad de ser Ley de leyes iba por encima de los tratados internacionales de la propia ley y los decretos supremos decretos de urgencia Decreto Legislativo y decreto ley, en que se establece la calidad y la debida protección constitucional del consumidor y del usuario, así mismo como la calidad del administrado, el Usuario, el paciente y el cliente, ya que todos los antes mencionados son el motor de la economía.

1.4.2. La LEY 29571

Código de defensa y protección al consumidor de fecha 01 de septiembre del 2010 en referencia a este código debemos de tomar en consideración que ha hecho un cambio radical en nuestras leyes ya que desde el momento que especifica quién tiene la calidad de consumidor hace la gran diferencia ante el hecho de que antiguamente se consideraba consumidor a

¹² Artículo N°58. Constitución Política del Perú, Lima, Perú, 1998

toda persona que adquiriría un producto o un servicio para poder habilitar su comercio y poder ser un intermediario o un nuevo vendedor o colocarlos en las instalaciones de su restaurante de su clínica o de su hotel.

Ya tratamos la forma indubitable que el consumidor es la persona natural o la persona jurídica que mediante un acto determinado compra o adquiere un determinado producto o un servicio para su uso o para su disfrute bajo la calidad de ser destinatario final más no así para tener la condición de ser un intermediario. No estaría cumpliendo con la calidad inherente de ser Consumidor o de ser un usuario en esta relación de consumo.

1.4.3. DECRETO SUPREMO 011-2011- PCM

Este decreto supremo establece la forma de cómo se llevarán a cabo los reclamos y las quejas para el sector privado en este punto se establece la obligatoriedad de tener los Libro de Reclamaciones todas las entidades que prestan un servicio o un producto al público que trabajen a través de una puerta abierta al público y que trabajen con un Ruc.

Es de gran importancia establecer el formato legal que debe de tener este libro de reclamaciones y el respectivo letrero en un lugar visible, ya que la ley ordena que se cumpla con ciertas características intrínsecas las cuales son por ejemplo las hojas tienen que ser triplicadas y en diferentes colores siendo la primera entregada al consumidor, la segunda hoja se tiene que entregar al Indecopi y la tercera hoja quedará en el libro de reclamaciones cómo prueba del reclamo o de la queja de ser el caso.

1.4.4. DECRETO SUPREMO 042-2011- PCM

Este decreto está referido a las Entidades del Estado en concordancia con la Ley 27444 a efectos de que el usuario al no recibir un trato idóneo y

célere pueda efectuar su reclamo o queja en forma inmediata. La diferencia es que le corresponde al Órgano contralor inmediato superior de cada entidad ejercer el control a través de la Contraloría General de la República.

Mediante este Decreto Supremo se hace la diferenciación entre los libros de reclamaciones que llevan el sector privado pues en este caso las entidades del Estado llámese la Policía Nacional o puede ser el Poder Judicial o el Ministerio público, el Banco de la nación, los hospitales del Estado, todos los órganos del Estado tienen la obligación de cumplir con las características propias de su libro de reclamaciones que son muy similares, pero no iguales al formato de las hojas del Decreto Supremo 011-2011-PCM.

Estos libros del Estado sólo tienen 30 días hábiles para darles solución a la queja, en caso contrario la persona bajo el título de usuario, administrador, paciente o cliente, podrá accionar ante el organismo inmediato superior para que le llame la atención por la queja presentada al órgano inferior.

1.4.5. DECRETO SUPREMO 006-2014- PCM

Aquí se establece que a través de este Decreto Supremo el gobierno estableció que tanto los libros de reclamaciones del sector público y del sector privado deberán de adecuarse a este nuevo dispositivo legal con la finalidad de que todo establecimiento comercial abierto al público y que trabajen con Ruc deberán de tener un libro físico que eventualmente pueda cumplir con lo establecido en los Decretos Supremos precedentes cuál es su finalidad obligar a que el vendedor proveedor el encargado de una entidad pública o privada debe de tener su libro de reclamaciones a efecto de no ser sancionados sea en la vía privada a través del INDECOPI y de ser una entidad pública del Estado a través de la órgano Contralor inmediato superior.

es el índice INDECOPI quien va a ir a difundir la defensa de los procesos judiciales establecido en el artículo 130 y 131 de la ley 29571.

1.4.6. DECRETO LEGISLATIVO N.º 1033

Este Decreto Legislativo establece las modificatorias que se dan en el Decreto Ley 25868 en cuanto a la organización y funciones del Instituto Nacional de defensa de competencia de protección a la propiedad intelectual “INDECOPI” a efectos de actualizar los lineamientos y diseñar procedimientos administrativos más garantizas idóneos a la realidad actual que vivimos en nuestro Perú.

Es de gran importancia establecer que este Decreto Legislativo 1033 va de la mano con nuestra Constitución política del Estado y con la ley 27444 la cual establece el proceso administrativo y sancionador en cuánto le corresponde al rubro del derecho del consumidor tomando como base fundamental la defensa y la persona y por ende la protección y cuidado de su dignidad por su Inter relación cotidiana con nuestros coterráneos.

1.4.7. DECRETO LEY N.º 25868

Este Decreto Ley del 1 de abril de 2005 es la ley con la cual se inicia las funciones y la organización y fiscalización del Instituto Nacional de defensa de la competencia de la propiedad intelectual “INDECOPI” decreto ley que ha sido modificado debido a la celeridad que se necesita para resolver los procesos en el desarrollo del Derecho del Consumidor así como las otras ramas que pertenecen al derecho moderno en cuanto a propiedad intelectual, propiedad Industrial, la libre competencia, Dumping y subsidios y las otras nuevas ramas del derecho.

1.4.8. DECRETO LEGISLATIVO N.º 1075

Con fecha 27 de junio de 2008 fue la primera ley con que se complementó a la Decisión Andina 486 la cual establece un régimen común y especial sobre la propiedad Industrial lo cual viene hacer el punto de quiebre para el inicio y el proceso con que se trabaja en Perú para las nuevas leyes, así como para la nueva conformación de los procesos especiales y se le ve a efectos de ser iniciados y por ende resueltos a través del Indecopi.

1.4.9. LEY N° 28587

Ley complementaria a la Ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros, abarcado las funciones de la Superintendencia de la Banca y Seguros “SBS” en concordancia con los servicios prestados a los usuarios por las empresas de operaciones múltiples del sistema financiero en base a la regulación de la SBS y las Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

1.4.10. DECRETO LEGISLATIVO N.º 716

Este Decreto fue dado con fecha 07 de noviembre de 1,991 establece la aprobación de los Textos Únicos Ordenados de las Leyes de defensa y Protección al Derecho del Consumidor, asimismo de Represión de la Competencia Desleal y de Normas de Publicidad en Defensa del Consumidor.

1.5. MARCO FILOSÓFICO

La filosofía del consumidor es un tema muy importante y delicado, por nuestra calidad de personas humanas tenemos una manera de sentir y de pensar muy distinta a los demás, sin dejar de mencionar que tiene la calidad de novísimo, ya que en nuestro país la gran mayoría de la población no tenemos arraigado lo que es la “Cultura del reclamo”.

Nuestra propia naturaleza de ser humano en su condición de sujeto de derecho, tiene la calidad de ser una persona gregaria, pues vive en sociedad, en continuo movimiento y debido a la alta aplicación de la ciencia y a tecnología, se ha vuelto consuetudinario el realizar diferentes actividades personales e interactuar con los demás miembros de la sociedad.

Su psiquis sufre una modificación o la mal llamada alteración debido a que somos bombardeados de continua publicidad, de letreros y comerciales luminosos y llamativos y la inauguración de nuevos centros comerciales los cuales ofrecen “nuevos, necesarios y mejores productos” que pretenden solucionar cualquier problema que se nos presente en nuestro devenir, lo cual nos lleva a que sin necesitarlos los compremos.

Los novedosos productos que ofrecen solución para todos nuestros problemas del Consumidor de a pie, ingresa a un punto importante y distinto como es el aspecto moral, la ética, la verdad el bienestar, la satisfacción, la comparación y el existencialismo con otras personas que sí cuentan con los medios económicos para tener poder adquisitivo, es entonces que el consumidor o el usuario frente a todo este bagaje del comercio puede ver su psiquis alterada.

Las tiendas y bancos nos ofrecen la entrega de “Tarjetas de crédito” y que de esta manera el consumidor inicialmente podrá satisfacer sus necesidades más primarias con la adquisición de determinado producto o servicio, los cuales harán que la persona se vea de una forma más fuerte, bonita y hasta más empoderada con mayor realce ante la sociedad, pero no siempre este es el caso, ya que nosotros podemos decir que existe en nuestro

país mucha publicidad engañosa la cual es de mal precedente para el consumidor.

Actualmente vemos que la oferta y la demanda obliga a las tiendas a publicitar sus productos, servicios a efectos de poder tener una mayor demanda, para las compras y poder salir de esta mercadería, a la vez existe la teoría del Dr. Alfredo Bullard cuando habla sobre la necesidad de la existencia del consumidor razonable y el consumidor ordinario frente a la amplia gama de ofertas, las cuales muchas veces están revestidas de falsedad, entonces lo que se busca es que el comprador, el usuario sea una persona totalmente responsable de lo que va a gastar o invertir en merito a lo que verdaderamente necesita y la forma de como la necesita y no es el hecho de comprar por comprar.

El Dr. Bullard “menciona la reciprocidad de comportamientos entre el comprador y el vendedor para que realice la transacción comercial en forma idónea y directa sin intermediarios mucho menos con engaños”¹³

La señora Liebeck quería que se le resarciera económicamente por este hecho y sus abogados iniciaron una acción de acuerdo de voluntades contra la empresa McDonald dedicada a la comida rápida, pero como ella decidió no ir a la corte solicitó a sus abogados realizar un concierto de voluntades para que se llevara a través de un acuerdo entre las partes, pero la multicitada señora Liebeck tenía quemaduras de tercer grado y bajo estos hechos como ya se explicó el restaurante fue sentenciado McDonald y por tal

¹³ Bullard, Alfredo, Comentario escrito Tema: ¿Es El Consumidor un idiota? Profesor de la Pontificia Universidad Católica del Perú y de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC., Socio Estudio Bullard, Falla y Ezcurra Abogados

obtuvo la Señora una gran compensación económica de 600,000 dólares, aun cuando hay comentarios que la suma recibida fue mayor a este pago.

Estos son los casos en que la filosofía hace una gran reflexión ya que son los medios mínimos de protección que debe de tener la persona humana y el deber de cuidado en nuestros actos es inherente y es necesario, a partir de este hecho es necesario advertir que surgieron muchas nuevas demandas de este tipo por cobros bajo el hecho de “accidentes o hechos fortuitos” que debieron o que pudieron preverse.

Es el caso del servicio que solicita una persona para la preparación de un pastel por ejemplo, pero esta persona que realiza el contrato del servicio para la preparación no especifica en forma clara un problema que presenta su familia, pues todos sufren de intolerancia a la lactosa y menos aun no soportan los efectos de la margarina, la repostera preparará el pastel con leche normal y con margarina, ella no suele utilizar mantequilla en sus repostería, a la vez desconociendo que a los miembros de esta familia les hará un daño muy fuerte al servirse del pastel, aquí no se puede culpar a una inocente que desconocía de estos hechos.

Tal como refiere el Maestro Dr. Alfredo Bullard en este caso de la señora Liebeck sin duda alguna hay responsabilidad plenamente comprobada por parte de la empresa Estadounidense, pero a la vez tenemos la obligación personal de ser diáfanos al expresar que si existe responsabilidad de la persona, debe tener prevención, seguridad y el modo fácil e idóneo de poder realizar sus acciones, como en este caso el abrir la taza de café sin quemarse, lo que llamamos el evidente cuidado necesario para evitar problemas a posteriori, de otro lado el Dr. Bullard “refiere que es una propuesta poco

atractiva el terrible hecho de premeditar autolesionarte y comprar un producto super caliente y además el hecho de tener la gran valentía de echárselo encima, con la finalidad de obtener el beneficio de ser recompensado generosamente por la empresa o el comercio a la que probablemente haya elegido hacer este experimento”¹⁴

Otro punto importante es que debe de existir igualdad de trato y venta de los productos y servicios para todas las personas sin distinción alguna, ya que en el comercio existe una nueva figura, digo nueva, ya que no se ha publicitado como debiera ser, y se trata de la ya citada figura “Asimetría Informativa” en donde el vendedor, el creador, el proveedor, el productor, el intermediario, el tercero en el comercio conoce la realidad del producto o del servicio que va a vender a total diferencia del comprador que desconoce de esta distinción, a la vez desconoce la forma y los materiales empleados en dicha fabricación, elaboración o ejecución de este producto o servicio.

Por tal no debiera de existir distinción entre el contrato realizado entre una determinada persona y otra, ya que en todo caso al ofertarse un producto, este debe de ser al justiprecio, en calidad e igualdad para todos los miembros integrantes del mercado, no se puede hablar de diferenciación entre los compradores, es el caso establecido por Alan Schwartz al exponer el hecho de que sí un empresario/ vendedor realiza la venta de un determinado bien inmueble deberá de realizarlo con igualdad ante todos los compradores, ya que no puede venderlo a menos precio para favorecer a alguna persona, contrario sensu tampoco puede vender el producto a una persona a una

¹⁴ Ver <http://www.stellaawards.com/caselog.html>

cantidad más ínfima pero quitándole algo del producto o quitándole la garantía que le corresponde de propio derecho

CAPÍTULO II – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Problema de Investigación

En una sociedad Ideal, en donde las normas se aplican de manera inclusiva para todos los ciudadanos y la salvaguarda de los derechos ante posibles atropellos por parte de núcleos de poder de naturaleza económica o comercial son regulados efectivamente por el Estado a través de sus entidades competentes, garantizando que los ciudadanos y en especial en estado de vulnerabilidad puedan hacer uso de las herramientas que brinda el estado para la defensa de sus derechos. Protegiendo así a la población que sufre de algún impedimento natural o cultural para acceder a dichas herramientas, de manera que no existan problemas en dicha materia.

Sin embargo, nuestra realidad fenomenológica dista de extremo a extremo de un modelo ideal, puesto que con respecto a que en nuestro país el estado es aún deficiente cubriendo brechas de inclusión social, dicha problemática se extiende al uso de herramientas de protección, como es para el caso concreto de la protección al consumidor ante los atropellos y transgresiones que realizan los proveedores de bienes y servicios, para dichas acciones existe normativa y entidades reguladoras, sin embargo estas herramientas no están al alcance de todas las personas que tienen algún impedimento de naturaleza cultural o natural, para poder realizar el ejercicio correcto de sus derechos y defender sus intereses usando herramientas que la

Ley provee, tal es el caso del Libro de Reclamaciones, el cual es herramienta para registrar las infracciones o malos tratos ocasionados por parte del proveedor al consumidor, no obstante dicho libro no puede ser utilizado por personas con cierta discapacidad, personas iletradas, o simplemente por ciudadanos que no tienen conocimiento de su existencia.

Dicha problemática es necesario averiguar que acciones se están tomando por las autoridades competentes para cerrar dichas brechas, de manera que, al momento de ocurrir alguna vulneración de los derechos de los consumidores, y especialmente de aquellos que tienen alguna vulnerabilidad, puedan hacer valer sus intereses y el respeto de su condición de consumidores con el uso del Libro de Reclamaciones. Así mismo la fiscalización que efectúa Indecopi se limita solo a ello, a fiscalizar, no realiza acciones de educación o concientización ante la población y en especial ante la población vulnerable.

2.2. Formulación del Problema

2.2.1. Problema General

¿En qué medida existen mecanismos de inclusión social en el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017?

2.2.2. Problemas Específicos

¿En qué medida se promueven mecanismos de inclusión social a favor de las personas con discapacidad para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017?

¿En qué medida se promueven mecanismos de inclusión social a favor de las personas iletradas para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017?

¿En qué medida existen medidas de que promueven el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017?

2.2.3. Delimitación del Problema

2.2.3.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La presente investigación se realizó en la ciudad de Ica

2.2.3.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación abarca el año 2017.

2.2.3.3. DELIMITACIÓN SOCIAL

La investigación está integrada por actores diversos y con conocimiento en la materia, como funcionarios de INDECOPI, Abogados, Usuarios, Población Vulnerable.

2.3. Justificación e Importancia de la Investigación

2.3.1. Justificación

La justificación de la investigación no es sólo académica sino práctica, en atención, en primer lugar, a que resulta parte trascendental que se continúe con el proceso de Inclusión Social en el ámbito de la protección de derechos del consumidor, en especial de aquella población vulnerable ante transgresiones de derechos ejecutadas por los proveedores.

Del mismo modo para ser una herramienta que formule propuestas y de una visión de la realidad y el descuido en el que se viene incurriendo en desmedro de los derechos de poblaciones vulnerables.

2.3.2. Importancia

La investigación se fundamenta en un aporte teórico y práctico que servirá de base para futuras investigaciones, si bien es cierto la rama del derecho es muy amplia existiendo muchos temas a investigar, éste es uno de ellos y que merece un análisis por parte de los juristas, doctrinarios y de la comunidad jurídica en general, contrastando nuestro ordenamiento con la del derecho comparado.

2.4. Objetivos de la investigación

2.4.1. Objetivo General

Incentivar la inclusión social y la cultura del reclamo en la ciudad de Ica

2.4.2. Objetivos Específicos

O.E.1. Promover el uso de libros de reclamaciones y la inclusión social en la ciudad de Ica.

O.E.2. Orientar acerca del uso de los libros de reclamaciones y la inclusión social en la población Iqueña.

O.E.3. Plantear mecanismos de inclusión social y la asimetría informativa en el correcto uso de los libros de reclamaciones en la ciudad de Ica.

2.5. Hipótesis de Investigación

2.5.1. Hipótesis general

H_g En la medida que se percibe en la actualidad, en el Perú no existen mecanismos de inclusión social en lo que respecta al uso y aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017.

2.5.2. Hipótesis Específicas

2.5.2.1. Primera Hipótesis Específica

He₁ En la medida que no se promuevan mecanismos de inclusión social a favor de las personas con discapacidad para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, la brecha de diferencia y abandono de los ciudadanos con

discapacidad irá aumentando, y quedarán impunes los proveedores infractores.

2.5.2.2. Segunda Hipótesis Específica

He₂ En la medida que no se promuevan mecanismos de inclusión social a favor de las personas iletradas para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, quedarán impunes los proveedores infractores.

2.5.2.3. Tercera hipótesis específica

He₃ En la medida que se promueva el uso y publicite la Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, muchas más personas podrán ser conocedora de sus derechos, y a su vez defender sus intereses ante los proveedores infractores.

2.6. Variables de la Investigación

2.6.1. Identificación de las variables

2.6.1.1. Variables de la Hipótesis general.

- **Variable Independiente (V_x):**
 - Uso del Libro de Reclamaciones
- **Indicadores de la Variable Independiente**
 - Reclamos
 - Quejas
- **Variable dependiente (V_y):**
 - Inclusión Social
- **Indicadores de la Variable dependiente**
 - Menores de Edad,

- Analfabetos,
- Persona con discapacidad
- Asociación de Consumidores

2.6.2. Operacionalización de Variables

2.6.2.1. Variable Independiente

Uso del libro de reclamaciones

a. Definición conceptual

Documento por el que un consumidor, usuario, administrado, cliente, paciente hace una queja o reclamo.

b. Dimensiones

- Acceso
- Idoneidad
- Cumplimiento

2.6.2.2. Variable dependiente

Inclusión social

a. Definición conceptual:

Proceso mediante el cual las personas excluidas socialmente tiene oportunidades para accionar.

b. Dimensiones:

- Economía
- Salud
- Cultura

2.6.3. Operacionalización de Variables

VARIABLE	TIPO	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS
<p>(X)</p> <p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Uso del Libro de Reclamaciones</p>	V.I	<p>Acceso</p> <p>Idoneidad</p> <p>Cumplimiento</p>	<p>Reclamos</p> <p>Quejas</p>	<p>Técnica documental y bibliográfica</p> <p>Técnica de la encuesta</p> <p>Técnica de la entrevista</p> <p>Técnica de la observación</p> <p>Técnica de la estadística</p>
<p>(Y)</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Inclusión Social</p>	V.D	<p>Economía</p> <p>Salud</p> <p>Cultura</p>	<p>Menores de edad</p> <p>Analfabetos</p> <p>Personas con discapacidad</p> <p>Asociación de Consumidores</p>	<p>Técnica documental y bibliográfica</p> <p>Técnica de la encuesta</p> <p>Técnica de la entrevista</p> <p>Técnica de la observación</p> <p>Técnica de la estadística</p>

CAPÍTULO III – METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo, Nivel y Diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

Esta investigación de la Tesis es básicamente de carácter descriptiva–dogmática. Se considera que es una investigación de carácter descriptivo ya que los datos obtenidos en las distintas situaciones planteadas en la investigación son descritos e interpretados según la realidad planteada en la organización.

El desarrollo de esta investigación es de carácter descriptiva – dogmática, a que los datos obtenidos en las distintas situaciones planteadas en la investigación son descritos e interpretados según la realidad planteada en la organización y es Dogmática debido a que sus fundamentos se sientan en la corriente de los hechos reales en base a cada uno de los reclamos y quejas que se pueden presentar.

Se basa en la investigación básica la cual también se le denomina fundamental, porque “obtiene información de los hechos reales para enriquecimiento de conocimientos teóricos-científicos para el descubrimiento de principios y leyes”¹⁵

3.1.2. Nivel de Investigación

Teniendo en consideración los niveles de incidencias en que los consumidores, usuarios, administrados, pacientes y clientes hacen el uso en forma correcta de los Libros de Reclamaciones al decir del ya citado Regalado Bernal “en la Tesis se debe de identificar los niveles a

¹⁵ Regalado Bernal, Manuel. (1987). Investigación científica. ¿Cómo investigar y preparar una Tesis de Grado? Lima talleres grafico Imperio, p, 26

investigar y poder fundamentar el campo de aplicación, sus límites y la comparación de este. ¹⁶

Los niveles de Investigación para el mejor estudio de investigación del marco central de la tesis es la debida conformación de las Hipótesis al decir del Dr. Ramos Suyo Juan Abraham “Las hipótesis son Ocurrencias, Empíricas, Plausibles y las convalidadas”.¹⁷

3.1.3. Diseño de Investigación

El estudio se fundamenta en una investigación de campo en forma correlacional, ya que los datos se recogen de manera directa de la realidad en su ambiente natural, los datos se recaban con distintas técnicas e instrumentos en la propia esencia con que se desarrolló el tema de investigación de campo. Esta investigación utiliza el método hipotético-deductivo pues se procesaron los resultados del análisis de las variables con la finalidad de comprobar la hipótesis formulada.

3.2. Población y Muestra

a) Población.

De acuerdo a Vara (2012)¹⁸, La población es el conjunto de unidades o elementos como personas, comunidades, entre otros; claramente definidos para el cual se calculan las estimaciones o se busca información. Y de acuerdo a ello, la población encuestada está constituida por 135 ciudadanos del

¹⁶ Ibidem, p. 30

¹⁷ Ramos Suyo, Juan Abraham. (2010) Elabore su Tesis en Derecho Pre y Postgrado. Lima Editorial San Marcos, p, 184

departamento de Ica, entre personas que trabajan en INDECOPI, consumidores, usuarios, administrados, pacientes y clientes.

b) Muestra.

Para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula de proporciones:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población (135)

Z = Grado de confiabilidad (1.96)

E = Error (Margen de Error) 0.5% (0.05)

P = Número de éxitos (0.5)

Q = Número de fracasos (0.5)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 135}{(0.05)^2 * (135 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 135}{0.0025 * 134 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{129.654}{0.335 + 0.9604}$$

$$n = \frac{129.654}{1.2954}$$

$$n = 100.088$$

n= 100 personas

De esta muestra de 100 personas, los dividimos en 50 consumidores, 45 consumidores vulnerados y 5 funcionarios de INDECOPI, del departamento de Ica, a efectos de alcanzar estos objetivos en la presente investigación.

CAPÍTULO IV – TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.3. Técnicas de Recolección de Datos

Las técnicas empleadas se basan en la evaluación realizada a través de encuestas y obtener una base de datos a efectos de incidir en la población más vulnerada en nuestro país, tal como sostiene Johan Galnut “la obtención de los datos de la población y muestra se realiza a través del proceso de llenado de la matriz de datos recolectados en forma libre y voluntaria”¹⁸

Los métodos especiales según refiere el Dr. Ramos Suyo “son principalmente como bases investigativas y debido a su propia naturaleza especial son variados”¹⁹

- Documental - Basado en investigación documental (fichas).
- Entrevistas - Cuestionario identificando a la persona entrevistada.
- Encuestas - Cuestionario sin identificación de la persona encuestada.

3.4. Instrumentos de Recolección de Datos

Fin de complementar la aplicación de esta técnica de observación; se utilizará como instrumento una lista de chequeo en el cual se plasmaron todos los datos recopilados para la investigación.

La utilización de la técnica de la encuesta; se materializará a través del instrumento cuestionario, elaborado a fin de recoger la información para la presentación de la investigación. Refiere el Dr. Ramos Suyo que “el comportamiento del ser humano se expresa a través de las manifestaciones

¹⁸ Galtung. JOHAN (1996), Teoría y métodos de la investigación social. Buenos Aires, Argentina Editorial universitaria. Tomo I, p. 105

¹⁹ Ramos Suyo, Juan Abraham. (2010) *Elabore su Tesis en Derecho Pre y Postgrado*. Lima Editorial San Marcos, p, 179

que el investigador debe de orientarlas en forma idónea en base a su idiosincrasia de los personas entrevistadas y encuestadas”.²⁰

En este caso, se utilizará un cuestionario, de donde a través de este instrumento se pretenderá demostrar la validez y la realidad de la situación planteada.

3.5. Técnicas de Procesamiento, Análisis e Interpretación de Resultados

Para la interpretación de las muestras ya procesadas se realizo:

- Estudio sistemático e integral de las muestras ya procesadas, teniendo como referentes la hipótesis, variables e indicadores del problema, los métodos y técnicas aplicadas, explicación de variables, según el diseño de investigación ejecutada.
- Argumentación.
- Contrastación de la hipótesis con la conclusión.

²⁰ Ramos Suyo, Juan Abraham. (2010) *Elabore su Tesis en Derecho Pre y Postgrado*. Lima Editorial San Marcos, p, 300

CAPÍTULO V – CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

4.1. Contrastación de Hipótesis

A través de la contrastación de las hipótesis que son las bases de mi investigación se llegó a la verdadera aplicación o no de la evaluación de los entrevistados y encuestados.

4.1.1. Contrastación de la Hipótesis General

HG₁: En la medida que se percibe en la actualidad, en el Perú si existen mecanismos de inclusión social en lo que respeta al uso y aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017.

HG₀: En la medida en que actualmente se percibe en el Perú no existen mecanismos de inclusión social en lo que respeta al uso y aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017.

4.2. Contrastación De La Hipótesis Específica

4.2.1. Contrastación de la Hipótesis Específica N ° 01

HE₁ En la medida que, si se promuevan mecanismos de inclusión social a favor de las personas con discapacidad para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones en la ciudad de Ica, la brecha de diferencia y abandono de los ciudadanos con discapacidad ira disminuyendo, y serán castigados los proveedores infractores.

HE₀ En la medida que no se promuevan mecanismos de inclusión social a favor de las personas con discapacidad para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones en la ciudad de Ica, la brecha de diferencia y abandono de

los ciudadanos con discapacidad irá aumentando y quedan impunes los proveedores infractores.

4.2.2. Contrastación de la Hipótesis Específica N ° 02

HE₁ En la medida que no se promuevan mecanismos de inclusión social a favor de las personas iletradas para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, serán sancionados los proveedores infractores.

HE₀ En la medida que no se promuevan mecanismos de inclusión social a favor de las personas iletradas para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, quedarán impunes los proveedores infractores.

4.2.3. Contrastación de la Hipótesis Específica N ° 03

HE₁ En la medida que se promueva el uso y publicite la Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, muchas más personas podrán ser conocedoras de sus derechos y a su vez defenderán sus intereses ante los proveedores infractores.

HE₀ En la medida que no se promueva el uso y publicite la Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, menos personas podrán ser conocedora de sus derechos, y a su vez defenderán sus intereses ante los proveedores infractores.

CAPÍTULO VI – PRESENTACIÓN, INTERPREPACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El argumento en el siguiente capítulo aborda la recolección, esquematización y presentación de los datos obtenidos en las encuestas, conforme a los métodos de investigación utilizados.

Las tablas han sido elaboradas con el programa Excel versión 2013, se han realizado tres encuestas.

La primera ha sido realizada hacia los trabajadores del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), con una muestra de 5 individuos. Aplicando una encuesta de diez preguntas.

La segunda encuesta fue realizada hacia una muestra representativa de cincuenta consumidores, a los cuáles se les realizó una encuesta de diez preguntas.

Se realizó una tercera encuesta hacia los consumidores vulnerables, pertenecientes a las personas analfabetas, menores de edad, personas con impedimento físicos y/o mentales y las personas de la tercera edad. Se tomó una muestra representativa de cuarenta y cinco individuos a los cuáles se les aplicó una encuesta de ocho preguntas.

5.1.1. Encuesta realizada a los trabajadores del INDECOPI

Cuadro N.º 01

Primera Pregunta			
¿Usted considera que los libros de reclamaciones del sector privado son idóneos para la finalidad que fueron creados?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	1	4	5

Cuadro 1: ¿Usted considera que los libros de reclamaciones del sector privado son idóneos para la finalidad que fueron creados?

Gráfico N.º 01

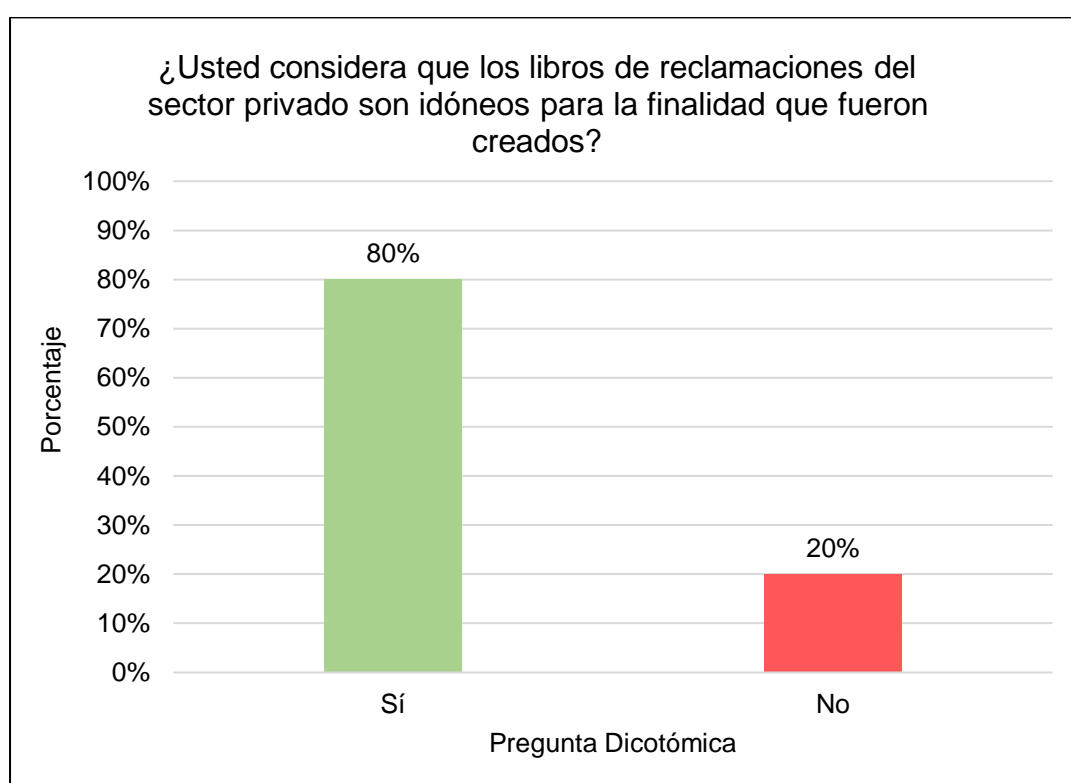


Gráfico 1: ¿Usted considera que los libros de reclamaciones del sector privado son idóneos para la finalidad que fueron creados?

Cuadro N.º 02

Segunda Pregunta			
¿Los libros de reclamaciones del sector público cumplen su cometido?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	1	4	5

Cuadro 2: ¿Los libros de reclamaciones del sector público cumplen su cometido?

Gráfico N.º 02

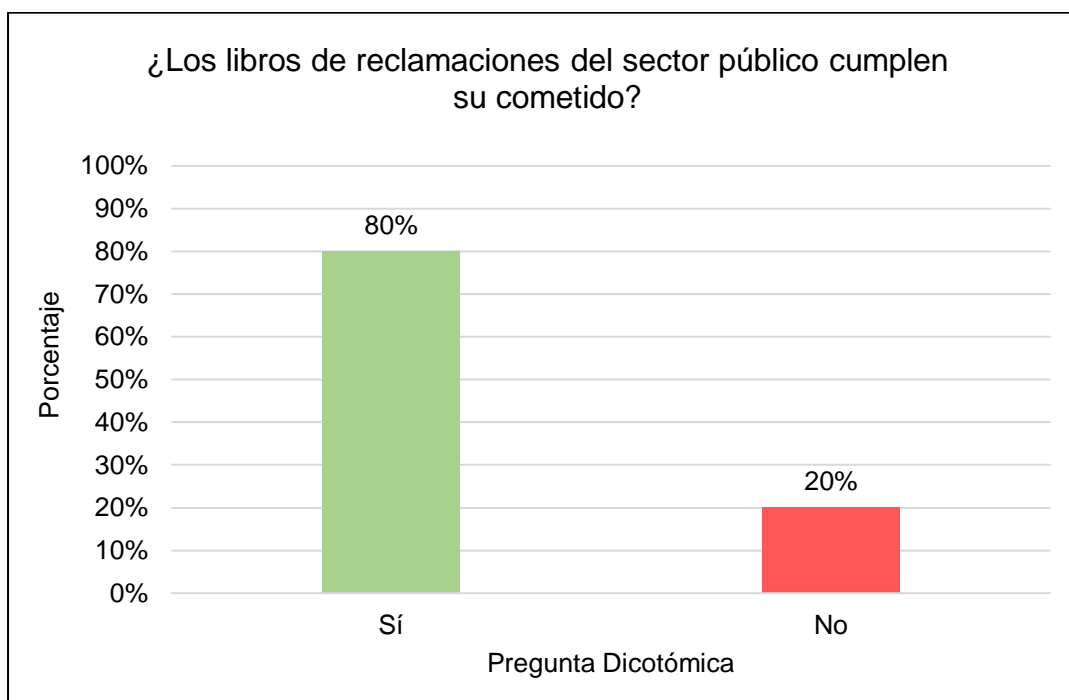


Gráfico 2: ¿Los libros de reclamaciones del sector público cumplen su cometido?

Cuadro N.º 03

Tercera Pregunta			
¿El trámite ante el SAC es idóneo?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	0	4	5

Cuadro 3: ¿El trámite ante el SAC es idóneo?

Gráfico N.º 03

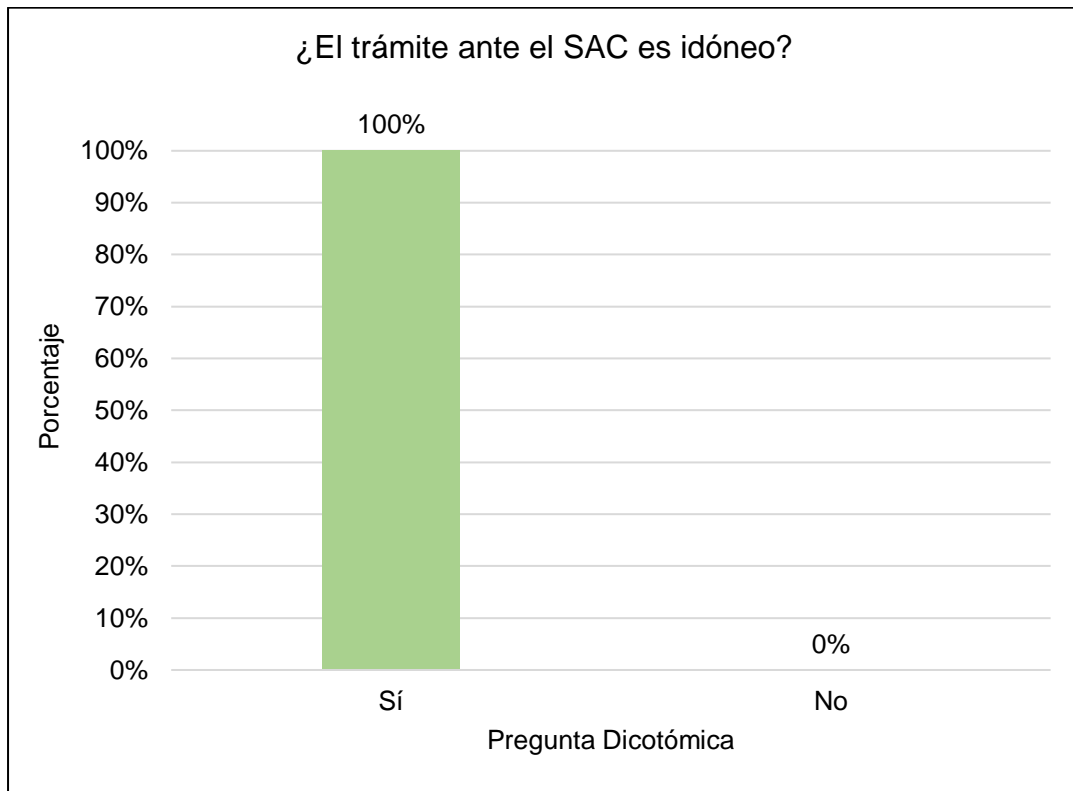


Gráfico 3: ¿El trámite ante el SAC es idóneo?

Cuadro N.º 04

Cuarta Pregunta			
¿Los plazos del ORPS se cumplen?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	0	4	5

Cuadro 4: ¿Los plazos del ORPS se cumplen?

Gráfico N.º 04

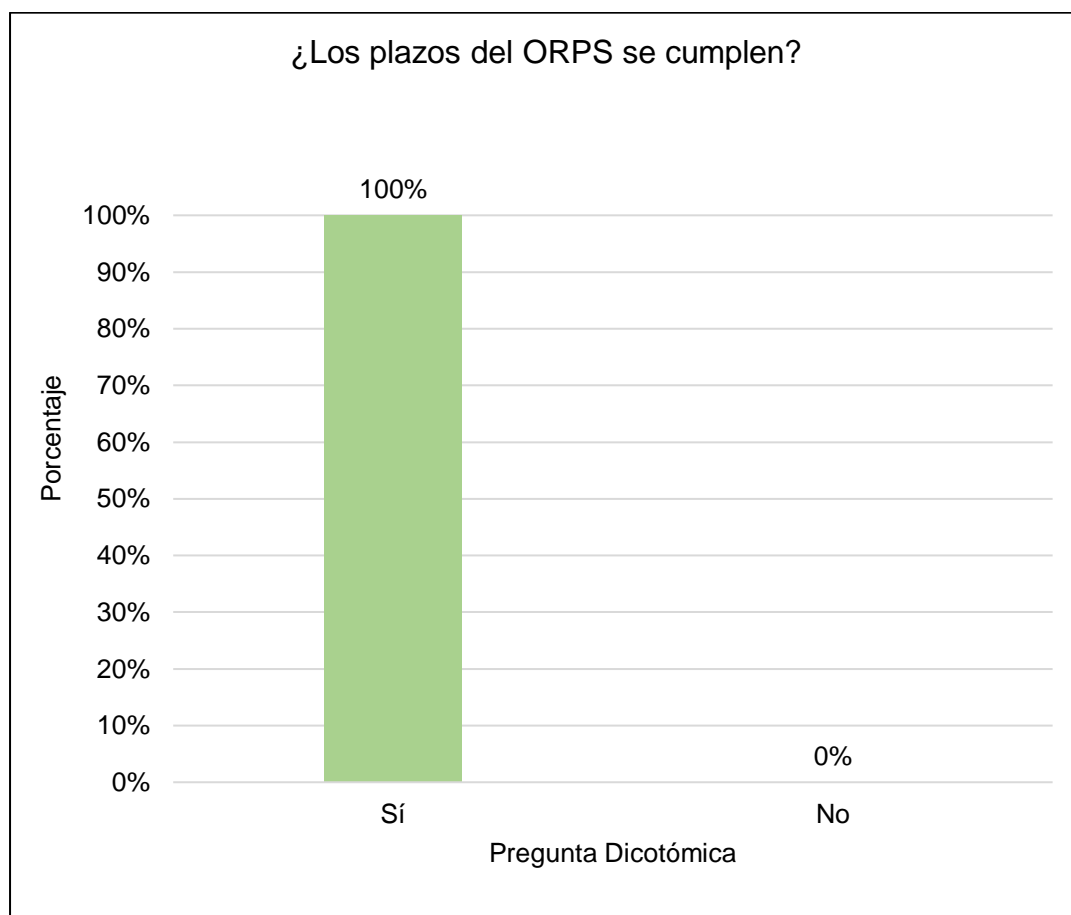


Gráfico 4: ¿Los plazos del ORPS se cumplen?

Cuadro N.º 05

Quinta Pregunta			
¿Las denuncias ante el ORPS concluyen en primera instancia?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	2	4	5

Cuadro 5: ¿Las denuncias ante el ORPS concluyen en primera instancia?

Gráfico N.º 05

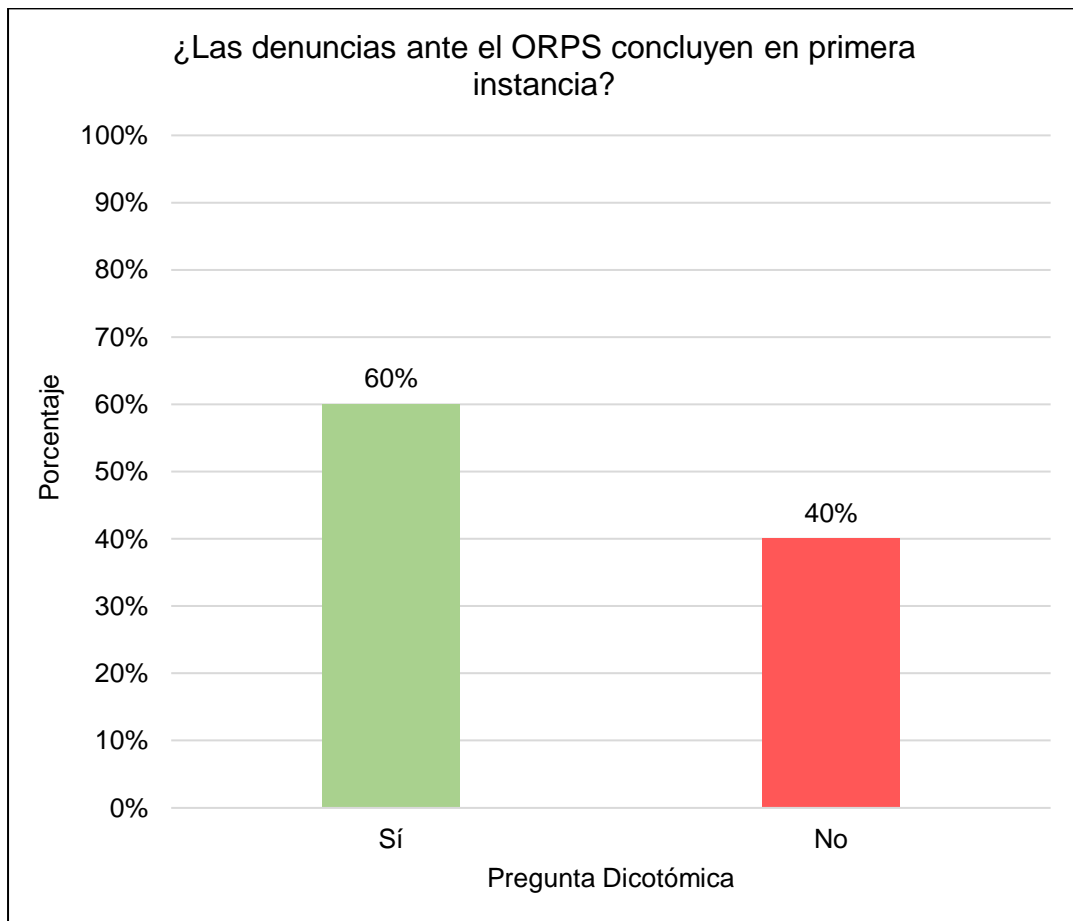


Gráfico 5: ¿Las denuncias ante el ORPS concluyen en primera instancia?

Cuadro N.º 06

Sexta Pregunta			
¿Las resoluciones emitidas por la ORPS se elevan en fecha fija?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	0	4	5

Cuadro 6: ¿Las resoluciones emitidas por la ORPS se elevan en fecha fija?

Gráfico N.º 06

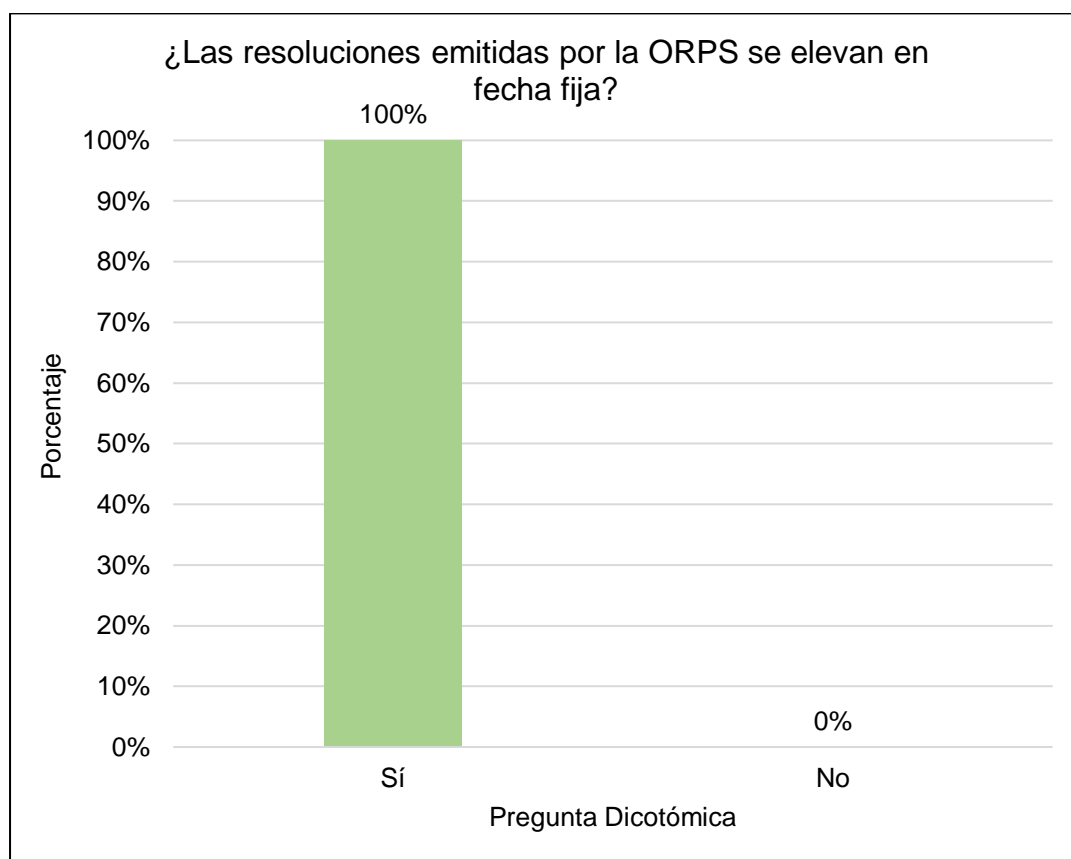


Gráfico 6: ¿Las resoluciones emitidas por la ORPS se elevan en fecha fija?

Cuadro N.º 07

Séptima Pregunta			
¿El CPS cumple con admitir las apelaciones en tiempo fijo?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	0	4	5

Cuadro 7: ¿El CPS cumple con admitir las apelaciones en tiempo fijo?

Gráfico N.º 07

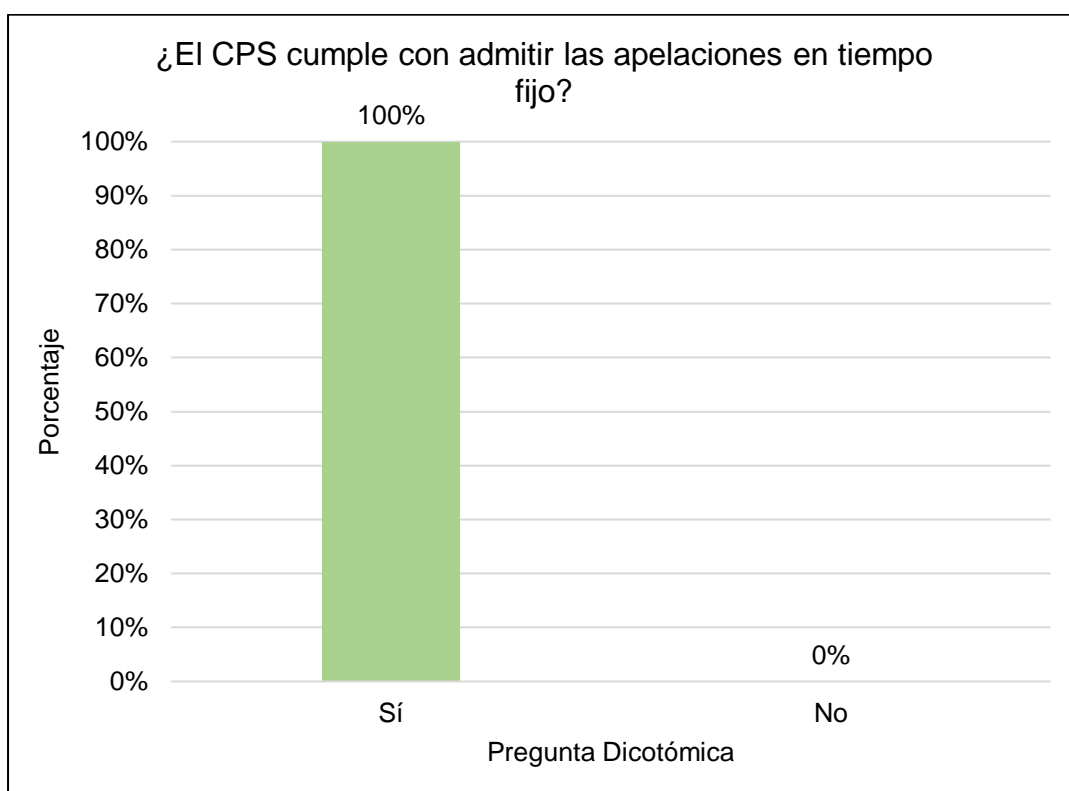


Gráfico 7: ¿El CPS cumple con admitir las apelaciones en tiempo fijo?

Cuadro N.º 08

Octava Pregunta			
¿Los procesos ante el CPC se resuelven en el término de ley?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	0	4	5

Cuadro 8: ¿Los procesos ante el CPC se resuelven en el término de ley?

Gráfico N.º 08

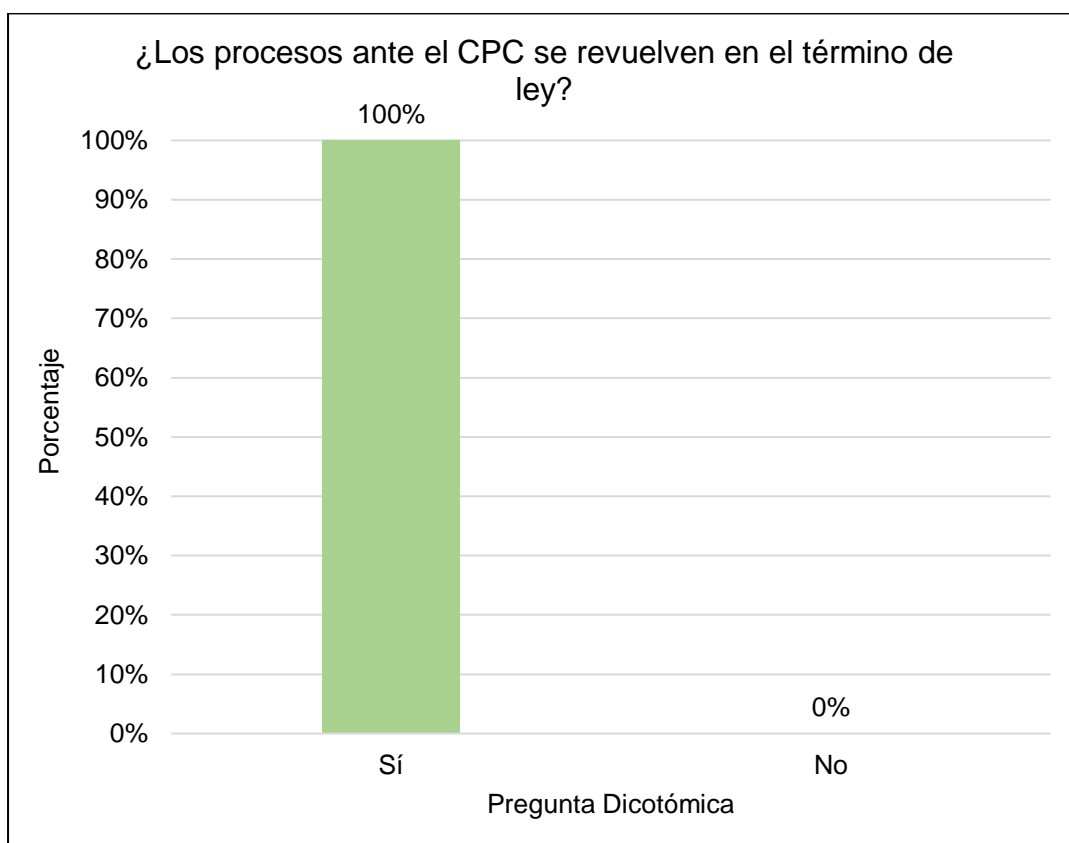


Gráfico 8: ¿Los procesos ante el CPC se resuelven en el término de ley?

Cuadro N.º 09

Novena Pregunta			
¿Los procesos ante el CPC son accionados judicialmente?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	4	4	5

Cuadro 9: ¿Los procesos ante el CPC son accionados judicialmente?

Gráfico N.º 09

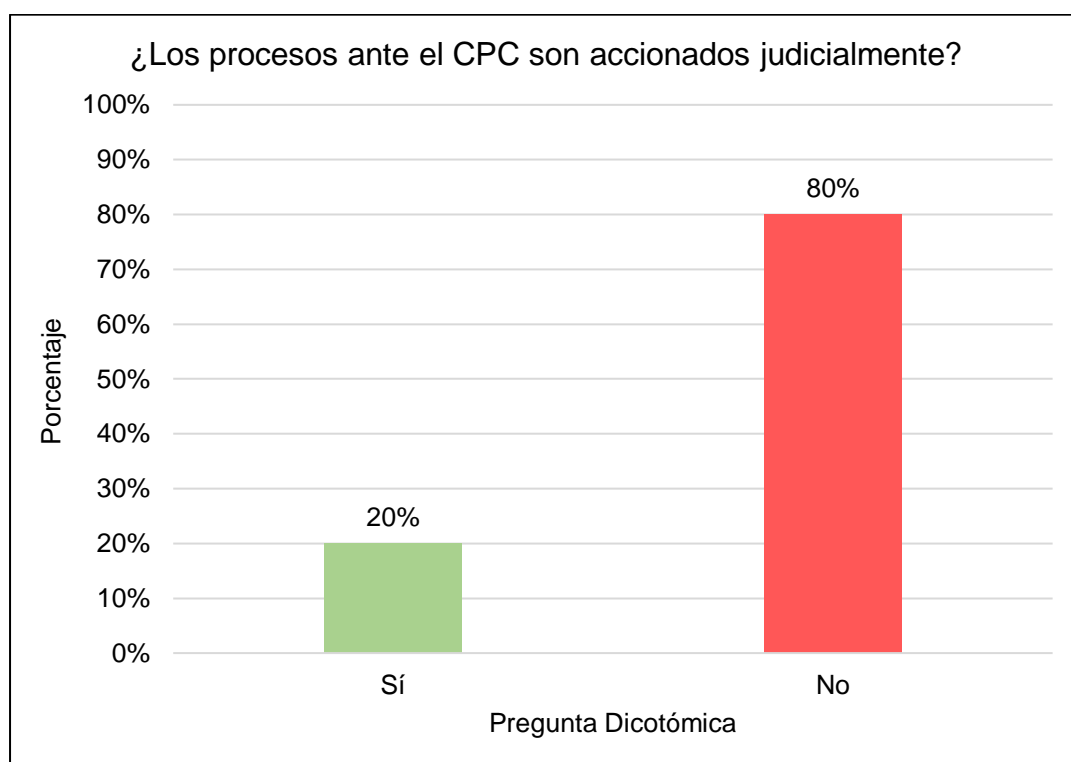


Gráfico 9: ¿Los procesos ante el CPC son accionados judicialmente?

Cuadro N.º 10

Décima Pregunta			
¿Las multas impuestas por la CPC se cumplen en el término de ley?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	0	4	5

Cuadro 10: ¿Las multas impuestas por la CPC se cumplen en el término de ley?

Gráfico N.º 10

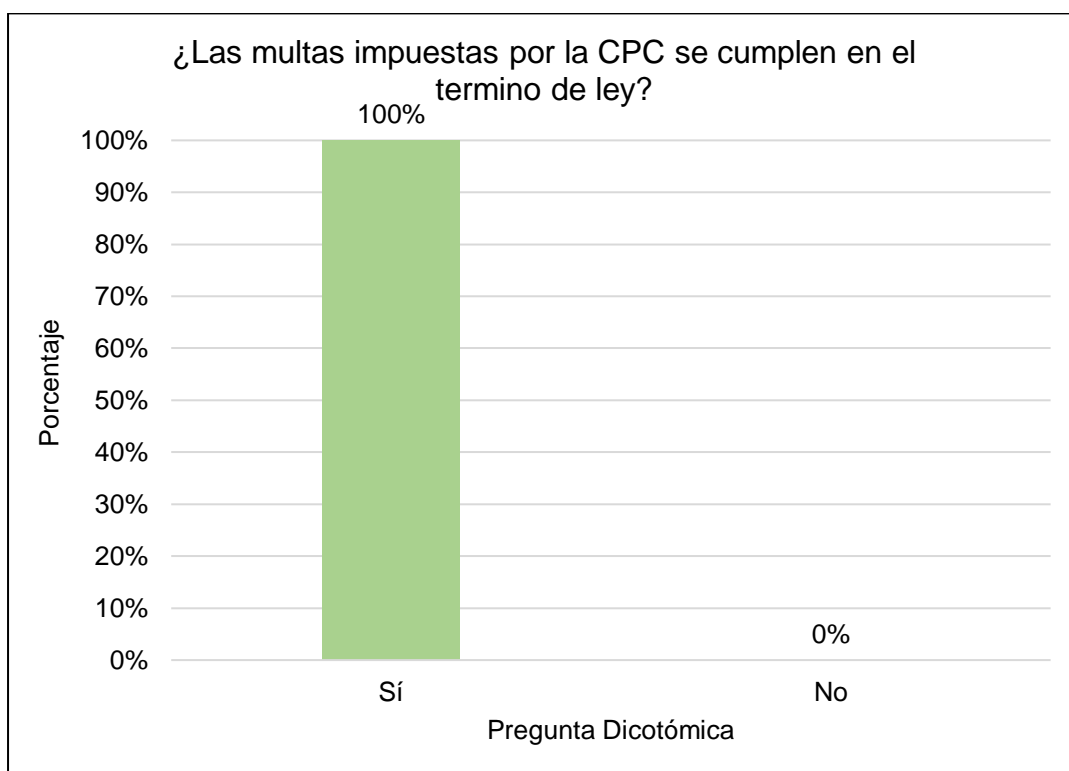


Gráfico 10: ¿Las multas impuestas por la CPC se cumplen en el término de ley?

5.1.2. Encuesta realizada a los consumidores

Cuadro N.º 01

Primera Pregunta			
¿Usted conoce el Libro de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	18	32	50

Cuadro 11: ¿Usted conoce el Libro de Reclamaciones?

Gráfico N.º 01

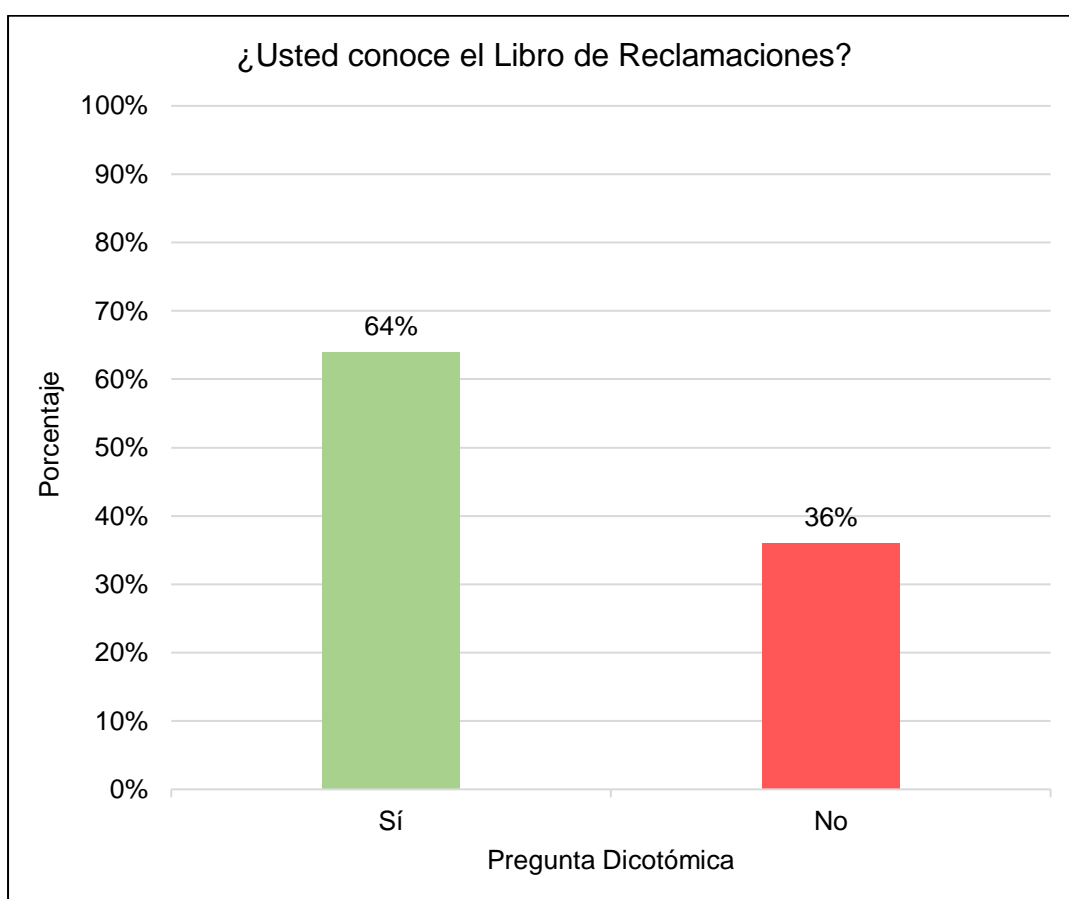


Gráfico 11: ¿Usted conoce el Libro de Reclamaciones?

Cuadro N.º 02

Segunda Pregunta			
¿Alguna vez ha utilizado el Libro de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	40	10	50

Cuadro 12: ¿Alguna vez ha utilizado el Libro de Reclamaciones?

Gráfico N.º 02

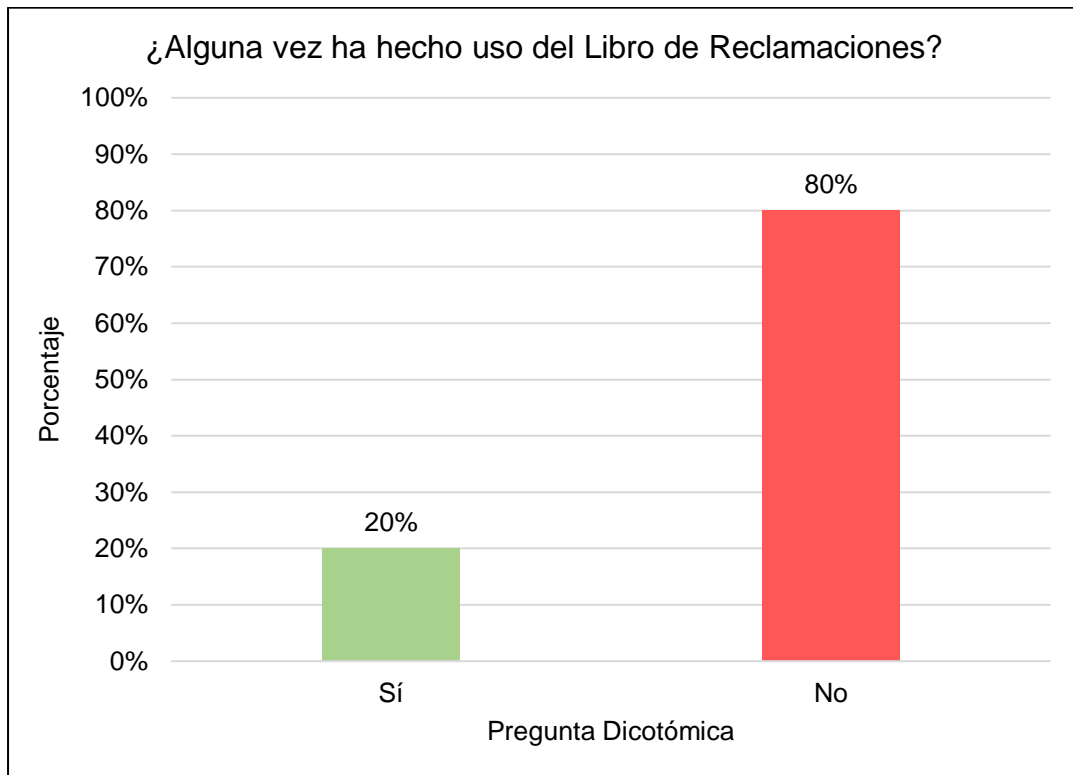


Gráfico 12: ¿Alguna vez ha utilizado el Libro de Reclamaciones?

Cuadro N.º 03

Tercera Pregunta			
¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	45	5	50

Cuadro 13: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

Gráfico N.º 03

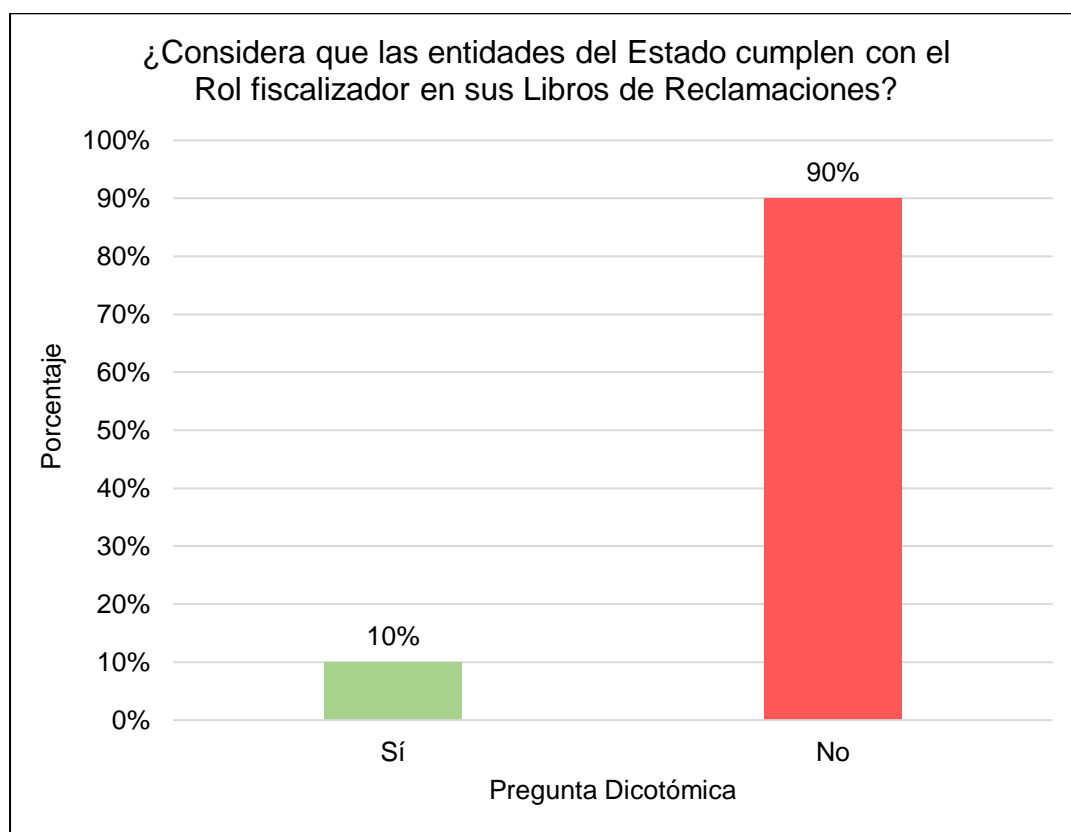


Gráfico 13: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

Cuadro N.º 04

Cuarta Pregunta			
¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	32	18	50

Cuadro 14: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

Gráfico N.º 04

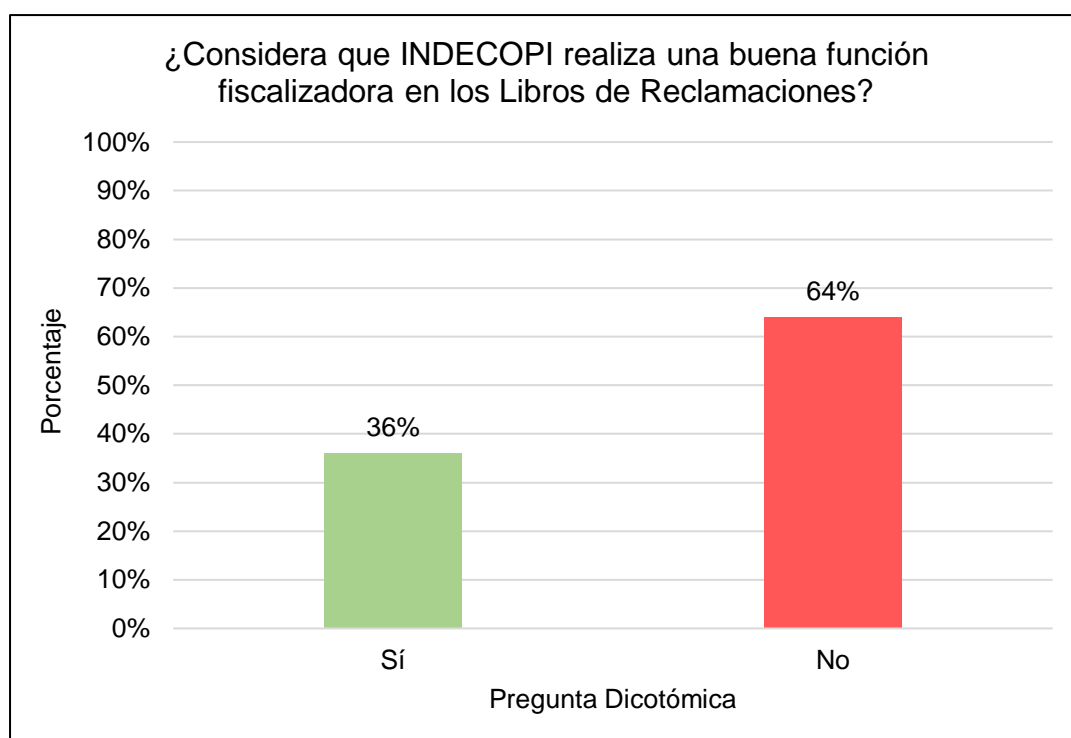


Gráfico 14: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

Cuadro N.º 05

Quinta Pregunta			
¿Considera que SUSALUD desarrolla su buen sistema conforme a la recepción de las quejas y reclamos mediante el Libro de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	38	12	50

Cuadro 15: ¿Considera que SUSALUD desarrolla su buen sistema conforme a la recepción de las quejas y reclamos mediante el Libro de Reclamaciones?

Gráfico N.º 05

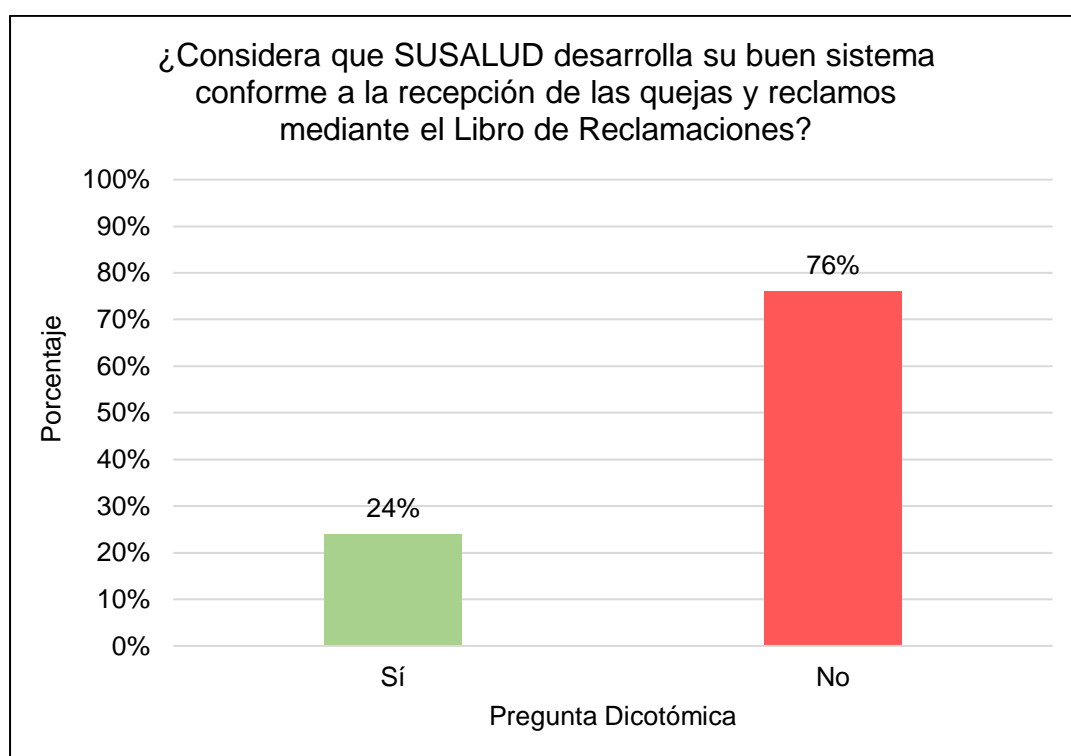


Gráfico 15: ¿Considera que SUSALUD desarrolla su buen sistema conforme a la recepción de las quejas y reclamos mediante el Libro de Reclamaciones?

Cuadro N.º 06

Sexta Pregunta			
¿Considera que las Empresas Prestadoras de Servicios cumplen con su función fiscalizadora?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	42	8	50

Cuadro 16: ¿Considera que las Empresas Prestadoras de Servicios cumplen con su función fiscalizadora?

Gráfico N.º 06

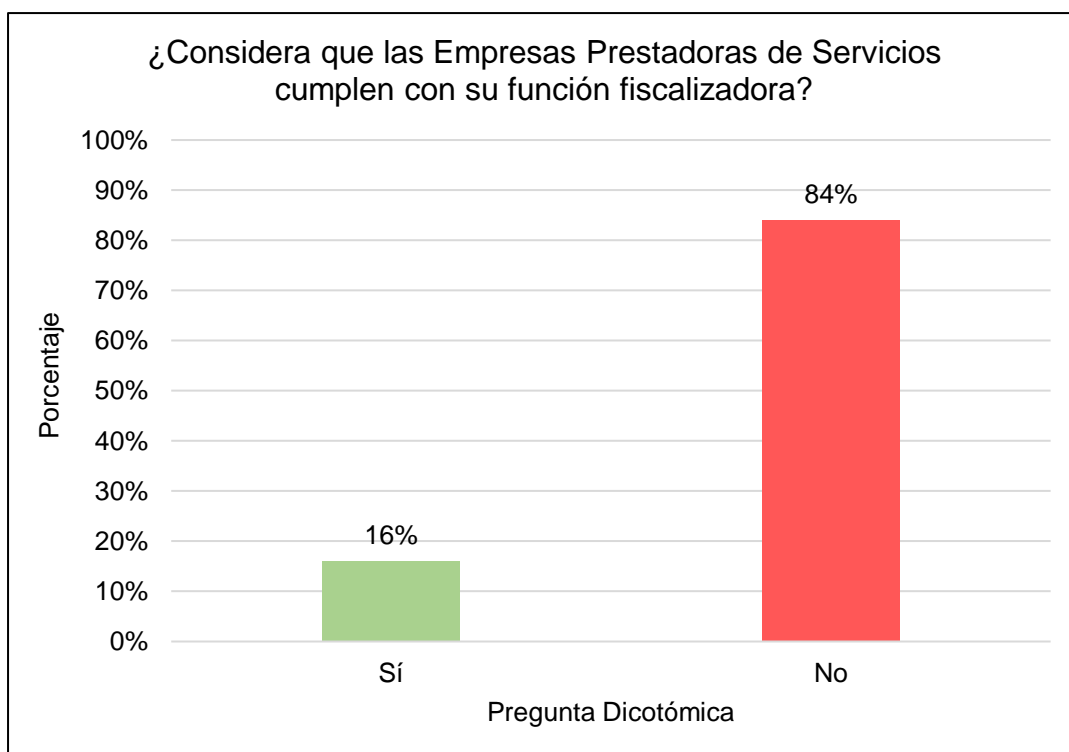


Gráfico 16: ¿Considera que las Empresas Prestadoras de Servicios cumplen con su función fiscalizadora?

Cuadro N.º 07

Séptima Pregunta			
¿Opina que el Estado peruano cumple con la función educadora en cuanto a la cultura del reclamo?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	35	15	50

Cuadro 17: ¿Opina que el Estado peruano cumple con la función educadora en cuanto a la cultura del reclamo?

Gráfico N.º 07

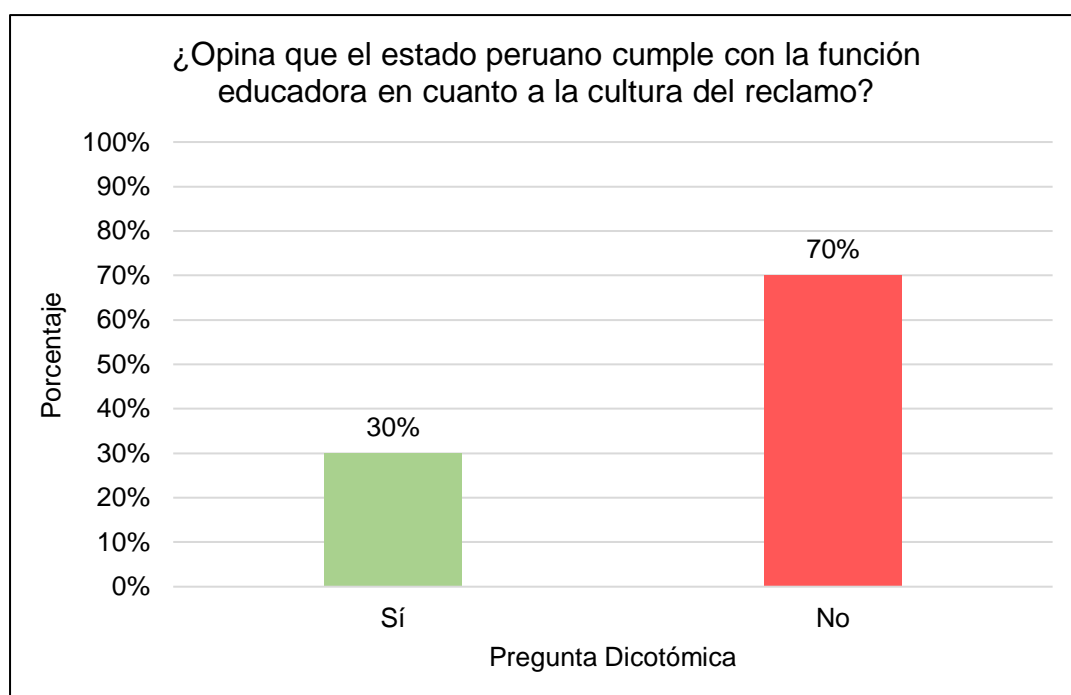


Gráfico 17: ¿Opina que el Estado peruano cumple con la función educadora en cuanto a la cultura del reclamo?

Cuadro N.º 08

Octava Pregunta			
¿Considera que el Libro de Reclamaciones son eficaces para solucionar los reclamos y quejas de los consumidores?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	17	33	50

Cuadro 18: ¿Considera que el Libro de Reclamaciones son eficaces para solucionar los reclamos y quejas de los consumidores?

Gráfico N.º 08

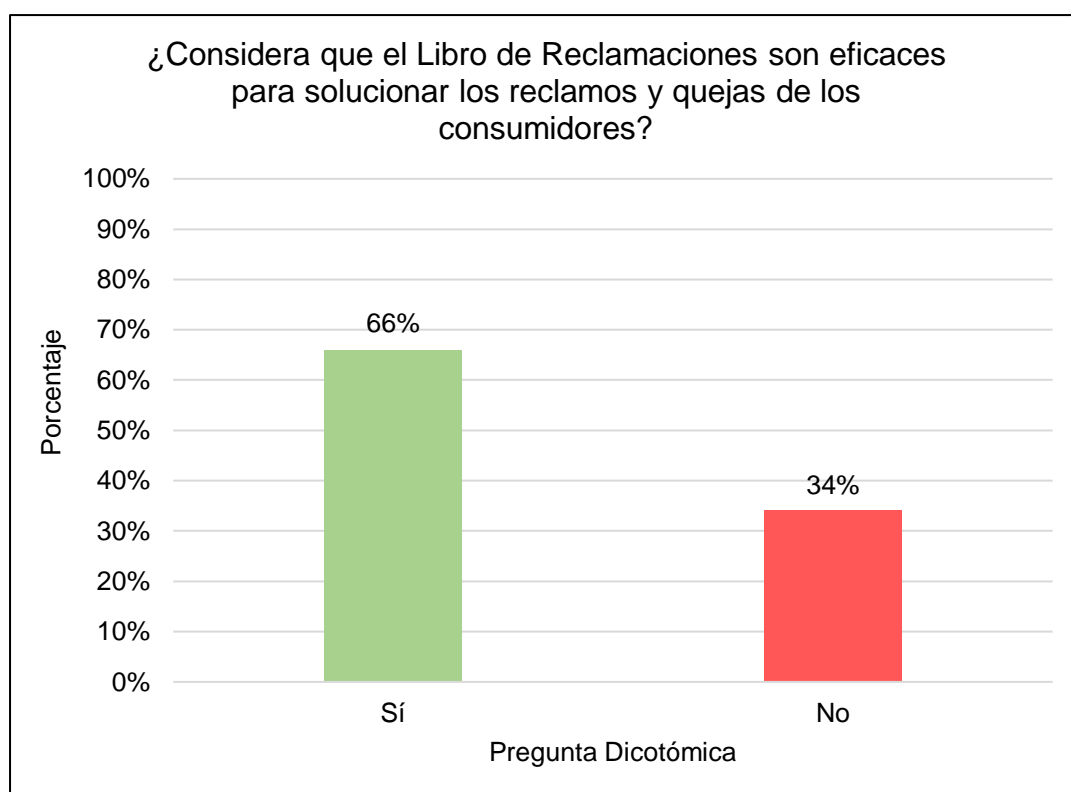


Gráfico 18: ¿Considera que el Libro de Reclamaciones son eficaces para solucionar los reclamos y quejas de los consumidores?

Cuadro N.º 09

Novena Pregunta			
¿Considera que los Libros de Reclamaciones están correctamente diseñados?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	8	42	50

Cuadro 19: ¿Considera que los Libros de Reclamaciones están correctamente diseñados?

Gráfico N.º 09

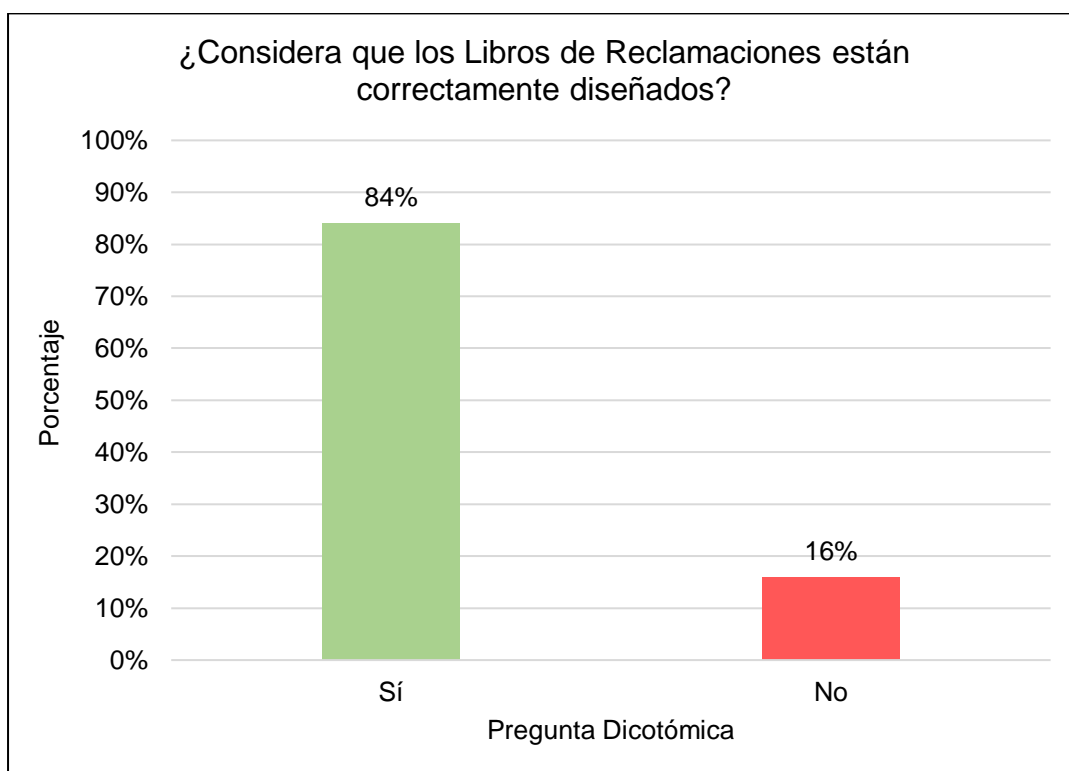


Gráfico 19: ¿Considera que los Libros de Reclamaciones están correctamente diseñados?

Cuadro N.º 10

Décima Pregunta			
¿Los Libros de Reclamaciones son de fácil acceso para los grupos vulnerados de Ica (niños, discapacitados, analfabetos, ancianos, etc.)			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	37	13	50

Cuadro 20: ¿Los Libros de Reclamaciones son de fácil acceso para los grupos vulnerados de Ica (niños, discapacitados, analfabetos, ancianos, etc.)

Gráfico N.º 10

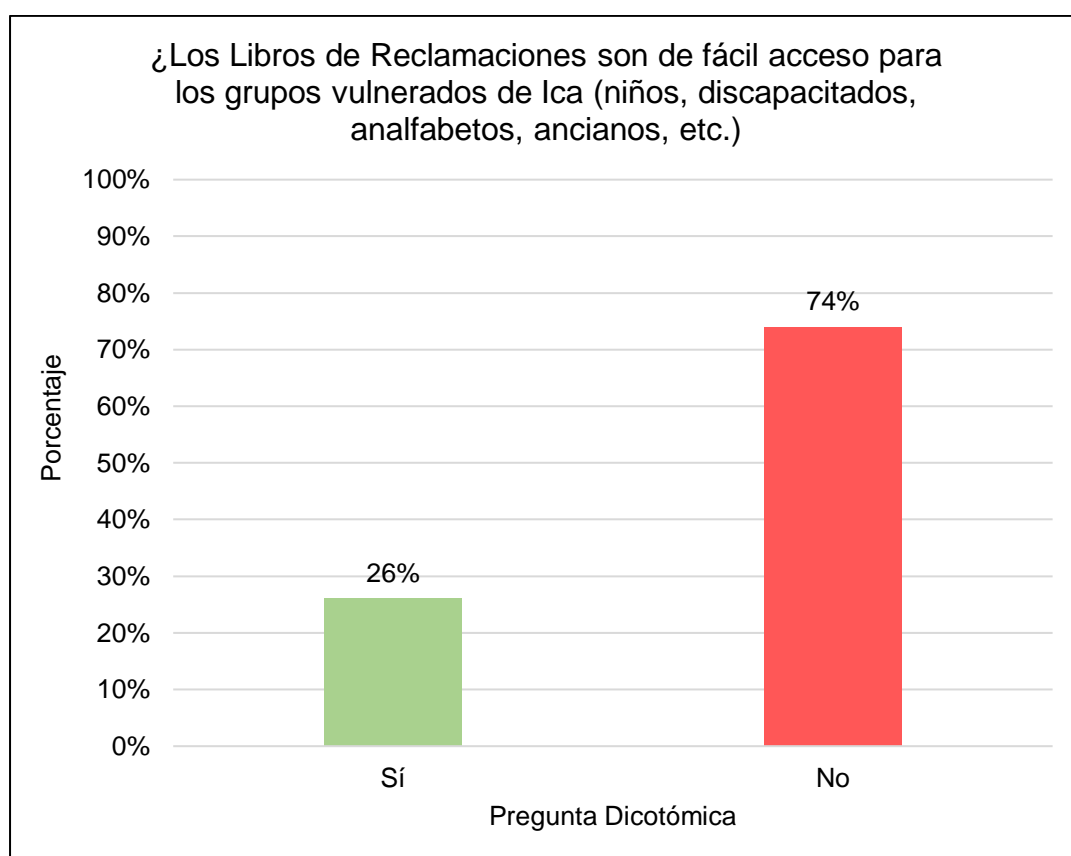


Gráfico 20: ¿Los Libros de Reclamaciones son de fácil acceso para los grupos vulnerados de Ica (niños, discapacitados, analfabetos, ancianos, etc.)

5.1.3. Encuesta realizada a los consumidores vulnerables

Cuadro N.º 01

Primera Pregunta			
¿Usted conoce las funciones del Libro de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	31	14	45

Cuadro 21: ¿Usted conoce las funciones del Libro de Reclamaciones?

Gráfico N.º 01

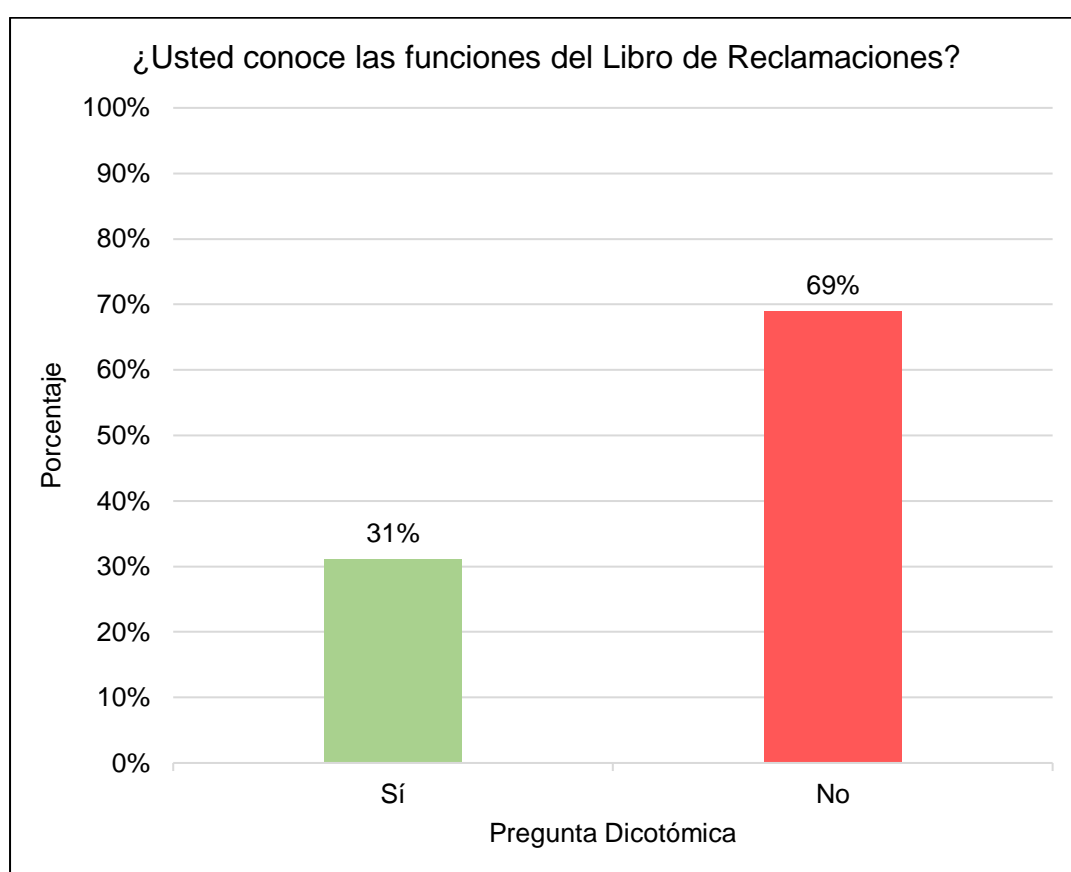


Gráfico 21: ¿Usted conoce las funciones del Libro de Reclamaciones?

Cuadro N.º 02

Segunda Pregunta			
¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	29	16	45

Cuadro 22: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

Gráfico N.º 02

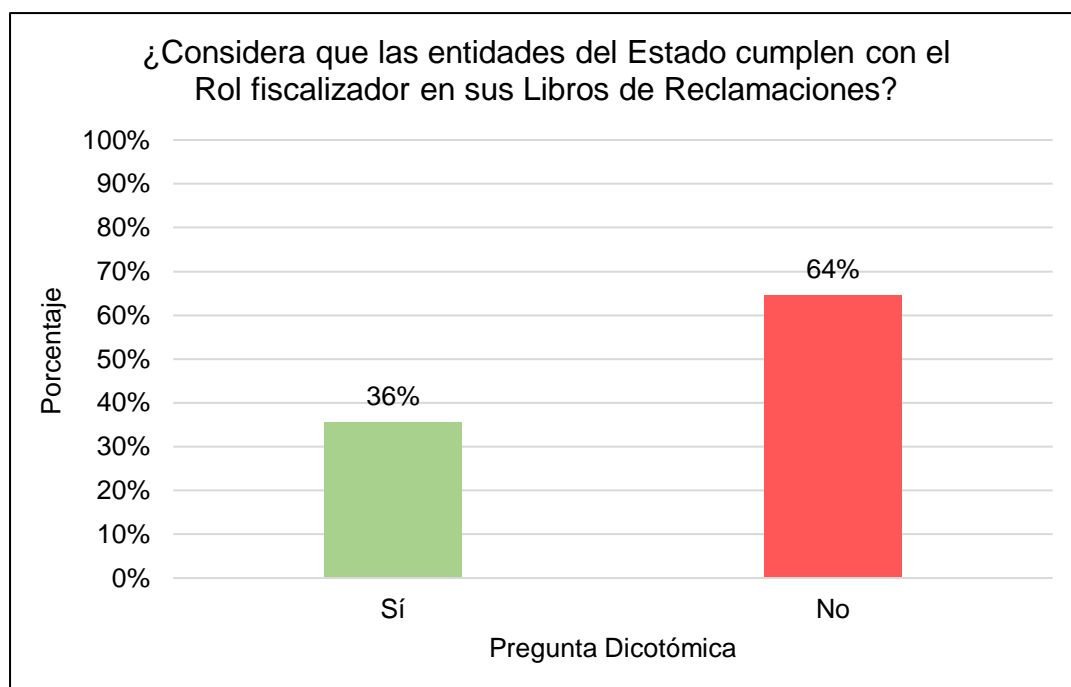


Gráfico 22: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

Cuadro N.º 03

Tercera Pregunta			
¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	17	28	45

Cuadro 23: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

Gráfico N.º 03

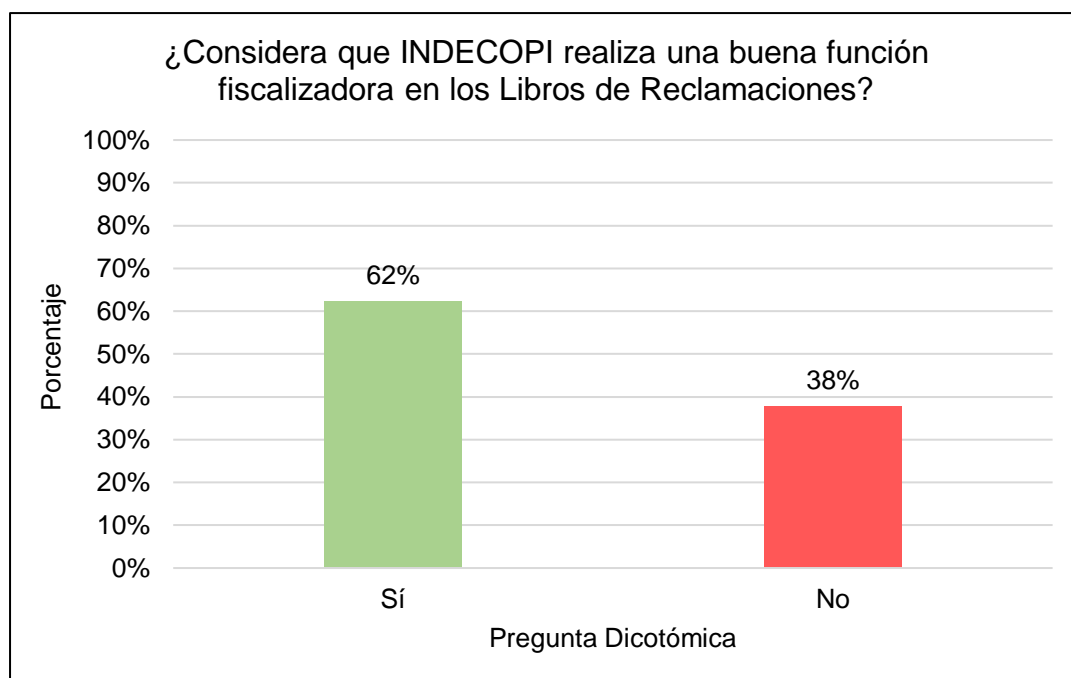


Gráfico 23: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

Cuadro N.º 04

Cuarta Pregunta			
¿Usted ha solicitado en alguna oportunidad el Libro de Reclamaciones?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	15	30	45

Cuadro 24: ¿Usted ha solicitado en alguna oportunidad el Libro de Reclamaciones ?

Gráfico N.º 04

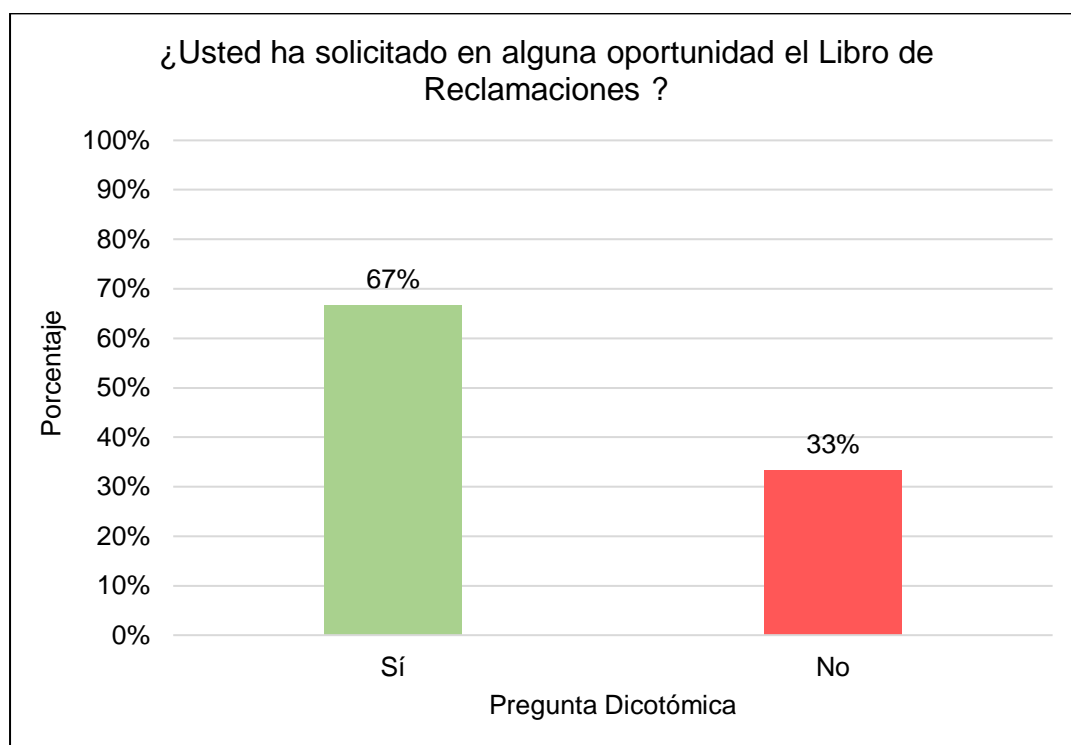


Gráfico 24: ¿Usted ha solicitado en alguna oportunidad el Libro de Reclamaciones?

Cuadro N.º 05

Quinta Pregunta			
¿Usted se siente respaldado por INDECOPI?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	19	26	45

Cuadro 25: ¿Usted se siente respaldado por INDECOPI?

Gráfico N.º 05

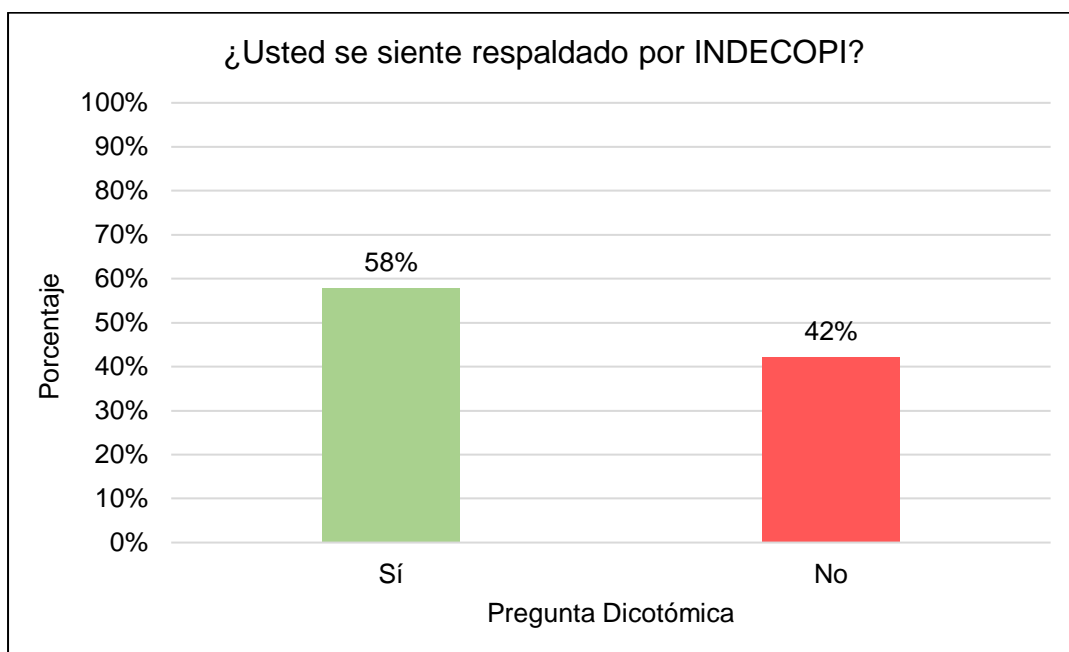


Gráfico 25: ¿Usted se siente respaldado por INDECOPI?

Cuadro N.º 06

Sexta Pregunta			
¿De haber accionado ante INDECOPI recibió un trámite célere?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	24	21	45

Cuadro 26: ¿De haber accionado ante INDECOPI recibió un trámite célere?

Gráfico N.º 06

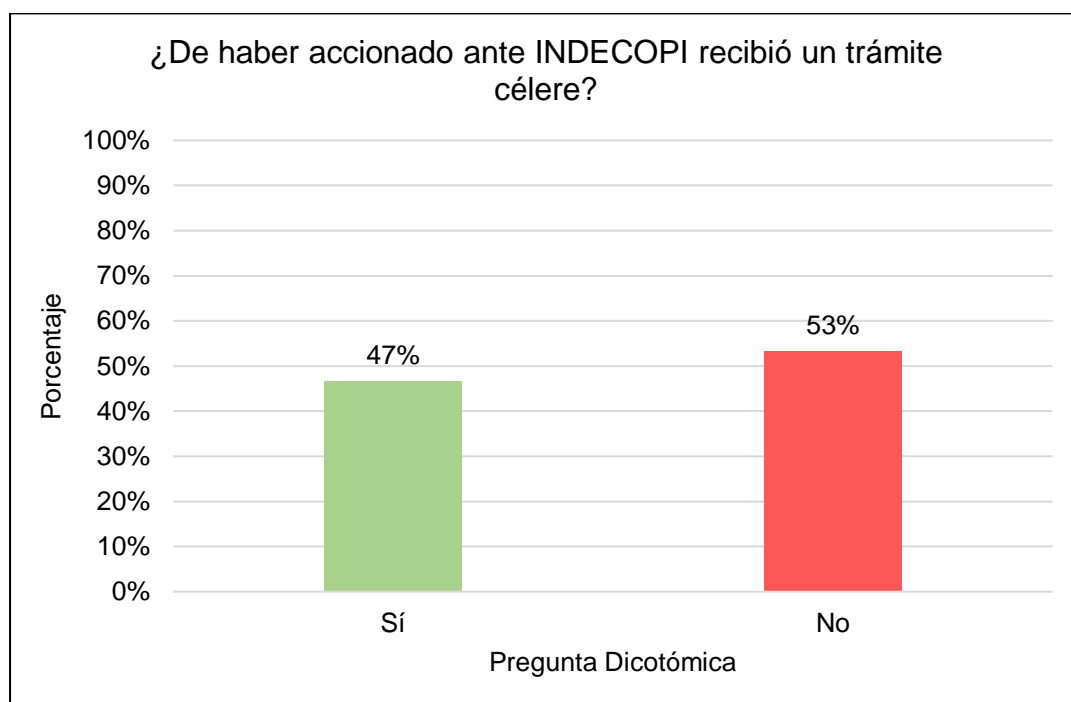


Gráfico 26: ¿De haber accionado ante INDECOPI recibió un trámite célere?

Cuadro N.º 07

Séptima Pregunta			
¿Al escribir un reclamo o queja fue atendido de forma alturada?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	26	19	45

Cuadro 27: ¿Al escribir un reclamo o queja fue atendido de forma alturada?

Gráfico N.º 07

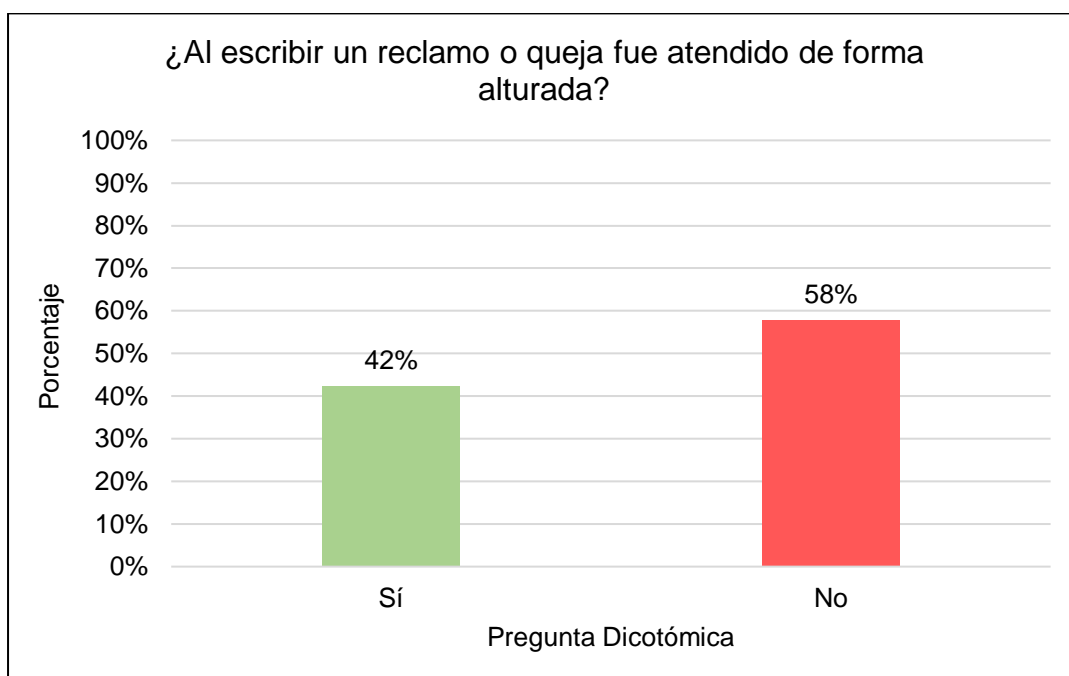


Gráfico 27: ¿Al escribir un reclamo o queja fue atendido de forma alturada?

Cuadro N.º 08

Octava Pregunta			
¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor?			
Alternativas	No	Sí	Total
Respuestas	45	0	45

Cuadro 28: ¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor?

Gráfico N.º 08

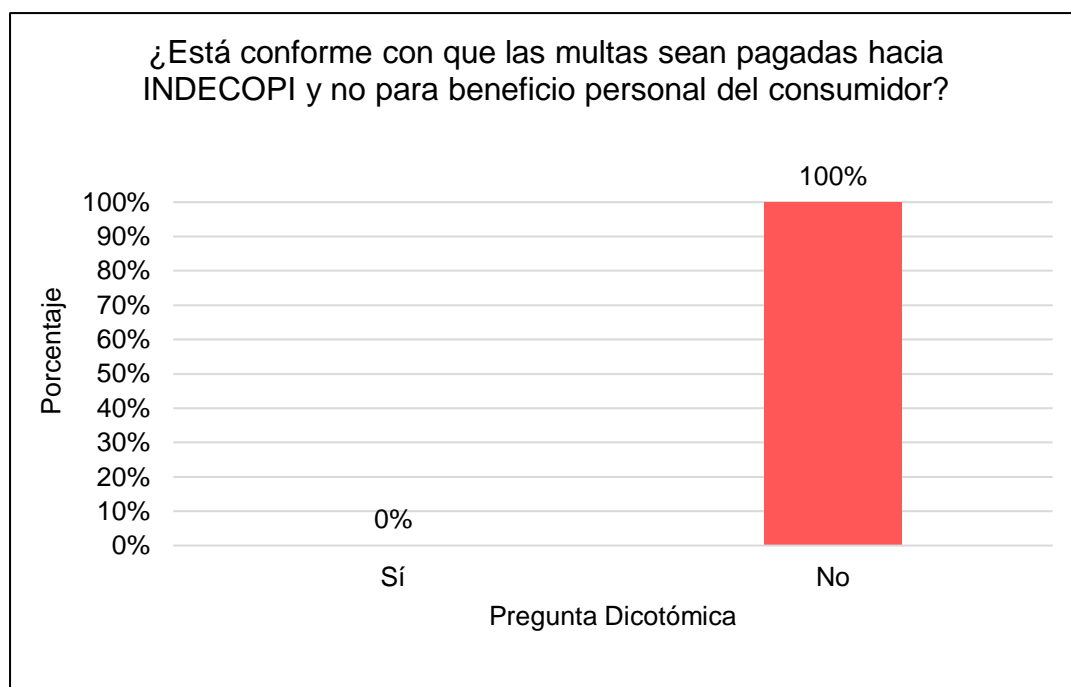


Gráfico 28: ¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor?

5.2. Presentación e Interpretación de Resultados

5.2.1. Encuesta realizada a los trabajadores del INDECOPI

Primera Pregunta: ¿Usted considera que los libros de reclamaciones del sector privado son idóneos para la finalidad que fueron creados?

- **Presentación e Interpretación de Resultados**

El 80% de los encuestados opinan que los libros de reclamaciones en el sector privado fueron creados de manera idónea, mientras que el 20% restante opina lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

Desde mi perspectiva los libros de reclamaciones no son usados de manera idónea por parte del sector público ya que existe una gran falta de información.

Segunda Pregunta: ¿Los libros de reclamaciones del sector público cumplen su cometido?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 20% de los encuestados opinan que los libros de reclamaciones no cumplen su función, mientras que el 80% opina que sí.

- **Discusión de Resultados:**

Conuerdo con los resultados debido a que existe un mejor servicio al consumidor por parte de las entidades privadas.

Tercera Pregunta: ¿El trámite ante el SAC es idóneo?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El total de los encuestados afirman que el trámite ante el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) es idóneo.

- **Discusión de Resultados:**

Todos los consumidores cuando tiene un trámite ante el servicio de atención al ciudadano "SAC" refieren su conformidad con el trámite

Cuarta Pregunta: ¿Los plazos del ORPS se cumplen?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 100% de los encuestados opinan que los plazos de Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos (ORPS) se cumplen

- **Discusión de Resultados:**

Los plazos de trámite ante el órgano resolutivo de procedimientos sumarísimos (ORPS) se cumplen de acuerdo con la ley porque en caso contrario son sancionados los trabajadores del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI).

Quinta Pregunta: ¿Las denuncias ante el ORPS concluyen en primera instancia?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 60% de los participantes opinan que las denuncias ante la ORPS si concluyen en la primera instancia, desde la otra posición un 40% afirma lo contrario

- **Discusión de Resultados:**

La mayoría de los usuarios de Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI) refieren que sus procesos han concluido en primera instancia sin necesidad de ser elevados a la sala de protección al consumidor en Lima

Sexta Pregunta: ¿Las resoluciones emitidas por la ORPS se elevan en fecha fija?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 100% de los encuestados opinan que las resoluciones emitidas por a Órgano Resolutivo de Procesos Sumarísimos (ORPS) se elevan en la fecha fija

- **Discusión de Resultados:**

Todos los encuestados refieren sus procesos son emitidos dentro del término de ley a la comisión de protección al consumidor debido a que así lo dispone la ley caso contrario los empleados del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI) son sancionados

Séptima Pregunta: ¿El CPS cumple con admitir las apelaciones en tiempo fijo?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 100% de los encuestados opinan que la Comisión de protección al Consumidor (CPC) cumple con admitir las apelaciones en tiempo fijo

- **Discusión de Resultados:**

Todos los encuestados refieren que sus procesos seguidos ante el órgano resolutorio de procedimientos sumarísimos se elevan en fecha cierta a la comisión de protección al consumidor debido a que los empleados Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI) lo tramitan de oficio.

Octava Pregunta: ¿Los procesos ante el CPC se revuelven en el término de ley?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 100% de los encuestados opinan que los procesos ante el Comisión de protección al Consumidor (CPC) se revuelven en el término de ley

- **Discusión de Resultados:**

Los encuestados refieren que la Comisión de Protección al Consumidor (CPC) resuelven de acuerdo con ley ya que una vez que han revisado su proceso y vista la causa en audiencia especial los resuelven en el plazo de ley.

Novena Pregunta: ¿Los procesos ante el CPC son accionados judicialmente?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 80% de los encuestados opinan que los procesos ante el Comisión de protección al Consumidor (CPC) no son accionados judicialmente.

- **Discusión de Resultados:**

Los encuestados refieren que se quedan conforme con la resolución emitida por el (INDECOPI) y en un caso muy especial deciden accionar ante el Poder Judicial.

Décima Pregunta: ¿Las multas impuestas por la CPC se cumplen en el término de ley?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 100 % de los encuestados opinan que las multas impuestas por la Comisión de protección al Consumidor (CPC) se cumplen en el término de ley.

- **Discusión de Resultados:**

Los encuestados refieren que al 100% los multados cumplen con hacer el pago en forma oportuna debido a que en la resolución se expresa que en caso contrario se le va a duplicar el monto de esta multa por ende prefieren pagarlo en tiempo rápido.

5.2.2. Encuesta realizada a los consumidores

Primera Pregunta: ¿Usted conoce el Libro de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados**

El 64% de los encuestados conoce sobre el libro de reclamaciones mientras que el 36% no.

- **Discusión de Resultados**

Las cifras reflejan que la mayoría de los encuestados conocen acerca del uso del libro de reclamaciones, pero lo ideal es que más personas conozcan acerca de este y sobre sus derechos de consumidor.

Segunda Pregunta: ¿Alguna vez ha hecho uso del Libro de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados**

El 20% de los encuestados refieren que alguna vez han hecho uso del libro de reclamaciones mientras que el 80% no.

- **Discusión de Resultados**

Efectivamente un 80% de los encuestados manifiestan que no han hecho uso del libro de reclamaciones esto se puede dar por qué no han tenido ningún tipo de problema queja o manifestación en contra de una empresa prestadora de bienes o servicios o simplemente no han sabido qué hacer ante tal situación de injusticia.

Tercera Pregunta: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 90% de los encuestados opinan que las entidades del Estado no cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones.

- **Discusión de Resultados:**

La gran mayoría de encuestados refieren que el Estado no está cumpliendo con sus roles como una entidad fiscalizadora para los libros de reclamación lo cual es cierto y a que muchas veces se ha podido demostrar la ineficiencia del trabajo del Estado y no es la excepción con el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI).

Cuarta Pregunta: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 64% opina que el INDECOPI no realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones, mientras que el otro 36% opina que sí.

- **Discusión de Resultados:**

Se ha visto en varias ocasiones que esta instancia no cumple debidamente con su papel, pero a través de los años se están implementando nos medidas para mejorar su servicio.

Quinta Pregunta: ¿Considera que SUSALUD desarrolla su buen sistema conforme a la recepción de las quejas y reclamos mediante el Libro de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 24% de los encuestados opina que SUSALUD desarrolla su buen sistema conforme a la recepción de las quejas y reclamos mediante el Libro de Reclamaciones, mientras que por el otro lado un 76% opina que no.

- **Discusión de Resultados:**

SuSalud es uno de los entes reguladores los cuales tiene más deficiencias al momento de solucionar reclamos por experiencia propia puedo ser testigo de este además la mayoría de los encuestados opina que no está realizando un trabajo idóneo.

Sexta Pregunta: ¿Considera que las Empresas Prestadoras de Servicios cumplen con su función fiscalizadora?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 16% de la población considera que las Empresas Prestadoras de Servicios cumplen con su función fiscalizadora, mientras que el 84% de los encuestados opinan lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

Evidentemente todas las empresas prestadoras de servicios no trabajan de la misma manera por lo cual en muchas ocasiones se han podido ver deficiencias por ejemplo al momento de realizar reclamos en distintas empresas hay algunas que niega ese importante servicio privando a los consumidores uno de sus derechos fundamentales.

Séptima Pregunta: ¿Opina que el estado peruano cumple con la función educadora en cuanto a la cultura del reclamo?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 30% de los encuestados opinan que el estado peruano cumple con la función educadora en cuanto a la cultura del reclamo, mientras que un 70% afirman lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

La función educadora que debe cumplir el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI) es limitada no se puede negar que sí realizan charlas, pero es para una población limitada por ejemplo cuándo van a ser charlas a los colegios, dejando de lado a las poblaciones

vulnerables las cuales necesitan de esta información para saber defender sus derechos.

Octava Pregunta: ¿Considera que el Libro de Reclamaciones son eficaces para solucionar los reclamos y quejas de los consumidores?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 66% de los encuestados opinan que el Libro de Reclamaciones es eficaz para solucionar los reclamos y quejas de los consumidores, mientras que el 34% opina lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

Cierto es que solucionar una queja o reclamo es más sencillo mediante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI) ya que realizar un juicio en el Poder Judicial demanda de tiempo y dinero.

Novena Pregunta: ¿Considera que los Libros de Reclamaciones están correctamente diseñados?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 84% de los encuestados opinan que los Libros de Reclamaciones están correctamente diseñados, por otro lado, un 16% reflejan lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

La mayoría de los usuarios están contentos con el formato que contiene los libros de reclamaciones desde mi perspectiva están bien diseñados ya que cuentan con las principales manifestaciones

que debe de tener esta los datos personales del usuario, la razón de la queja o reclamo y qué es lo que se desea obtener al final.

Décima Pregunta: ¿Los Libros de Reclamaciones son de fácil acceso para los grupos vulnerados de Ica (niños, discapacitados, analfabetos, ancianos, etc.)

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 26% de los encuestados opinan que los Libros de Reclamaciones son de fácil acceso para los grupos vulnerados de Ica, mientras que un 74% opinan lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

Se han visto varios casos en los cuales se les niega un derecho fundamental a las poblaciones vulnerables y efectivamente la mayoría de los consumidores opinan igual el acceso del libro de reclamación para este grupo de personas no es fácil ya que existe mucha discriminación y las personas encargadas no están lo suficientemente capacitados.

5.2.3. Encuesta realizada a los consumidores vulnerables

Primera Pregunta: ¿Usted conoce las funciones del Libro de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 64% de los encuestados conocen las funciones del Libro de Reclamaciones, mientras que el 36% no.

- **Discusión de Resultados:**

Es cortante que los ciudadanos peruanos conozcan acerca del uso de los libros de reclamaciones ya que es un derecho fundamental e inherente de todos los peruanos.

Segunda Pregunta: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 80% de los encuestados considera que las entidades del Estado no cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones, por otro lado 20% opinan lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

No todas las entidades del Estado trabajan de la misma forma hay algunas que sí cumplen adecuadamente su función principal, pero hay otras que no, por ejemplo, SuSalud.

Tercera Pregunta: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 10% de los encuestados opinan que el Indecopi realiza buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones, mientras que el 90% afirma que no.

- **Discusión de Resultados:**

Se ha visto como medida célere del (INDECOPI) enviar efectivos policiales para revisar la existencia de los Libros de reclamaciones de establecimientos empresas clínicas prestadoras de bienes y servicios, lo cual ha sido una medida efectiva, pero eso no excluye

que en la actualidad hay varias tiendas que no cuentan aún con un libro de reclamaciones por la falta de información.

Cuarta Pregunta: ¿Usted ha solicitado en alguna oportunidad el Libro de Reclamaciones?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 36% ha solicitado en alguna oportunidad el libro de reclamaciones, mientras que un 64% afirma que no.

- **Discusión de Resultados:**

Muchas veces los ciudadanos no solicitan el libro de reclamaciones ya que no saben de su existencia en otros casos estos han sido negados lo cual es improcedente ante la ley.

Quinta Pregunta: ¿Usted se siente respaldado por INDECOPI?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 24% de los encuestados se siente respaldado por INDECOPI, mientras que el 76% no.

- **Discusión de Resultados:**

La mayoría de la población vulnerable no se encuentra respaldada por el Indecopi en muchos casos se debe la discriminación de las empresas frente a los grupos vulnerables.

Sexta Pregunta: ¿De haber accionado ante INDECOPI recibió un trámite célere?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 16% de los encuestados han accionado ante INDECOPI recibió un trámite célere y un 84% lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

Esto se da por la falta de información brindada referente a la materia de derecho del consumidor lo cual debería ser corregido ya que la mayoría de los encuestados no han recibido un trámite célere ni adecuado a su persona el cual respete sus derechos.

Séptima Pregunta: ¿Al escribir un reclamo o queja fue atendido de forma alturada?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

Un 30% de los encuestados opinan que al escribir un reclamo o queja fueron atendidos de forma alturada, mientras que el 70% restante opinan lo contrario.

- **Discusión de Resultados:**

En estos casos es notable la diferencia que existe en el trato directo hacia el consumidor o el usuario que va a realizar un reclamo ya que lo que busca el código de defensa y protección al consumidor es que a todos se les trate por igual y a todos se les brinde el libro de reclamaciones para que puedan hacer sus reclamos o queja.

Octava Pregunta: ¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal?

- **Presentación e Interpretación de Resultados:**

El 100% de los encuestados no están conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor.

- **Discusión de Resultados:**

Los consumidores usuarios registrados pacientes y clientes solicitan que el pago de las multas efectuadas por las empresas que han sido sancionadas debiera de ser entregados para ellos porque son la parte que han sido vulneradas en sus derechos inherentes y no así pagarles a los empleados del INDECOPI.

CONCLUSIONES

1.- El artículo 65 de nuestra Constitución Política del Estado protege al Consumidor por ende al Usuario, asimismo al Administrado, al Paciente y al Cliente dentro de una determinada actividad comercial de adquisición de productos y/o de servicios, por lo cual es necesario realizar mecanismos o vías idóneas para lograr informar a todos los ciudadanos sobre sus derechos inherentes en la correcta aplicación en el Derecho del Consumidor a efectos de concientizar e incrementar la cultura del reclamo en nuestro país.

2.- Informar y educar al ciudadano a efecto de que conozca la nueva figura en el comercio, la prestación de un servicio y la novísima figura de la “Asimetría Informativa” mediante la cual el vendedor del producto o el prestador de un servicio, el intermediario, el proveedor tiene mejor y mayor conocimiento que el comprador o que el usuario sobre el bien que va a adquirir, ya que son ellos las figuras principales en la realización, elaboración, fabricación del producto o del servicio, por ende el Derecho tiene que proteger a las personas que requieren hacer uso de un producto o de un servicio.

3.- Establecer el órgano contralor inmediato superior a efecto de lo que las empresas prestadoras de servicio venden un producto o un servicio idóneo de calidad a efecto de que la persona que pague por un producto o por un servicio quede realmente complacida o este conforme con el producto o el servicio recibido, razón por la cual las empresas prestadoras de servicio deberán de estar bajo una fiscalización continua de los órganos contralores a efecto de hacer respetar el derecho del consumidor del usuario del administrado del paciente y del cliente.

RECOMENDACIONES

1.- Que los legisladores dicten medidas y sanciones que delimiten los actos de discriminación y el trato diferenciado de las personas en base a lo ya establecido en nuestros derechos fundamentales de nuestra Constitución Política del Estado.

2.- Idóneo control de las autoridades por la correcta administración de las leyes en los órganos del estado, realizar reuniones de control de la calidad de los productos y servicios, dar charlas informativas y conformar Asociaciones pro-consumidor. Trimestral o semestralmente se debe hacer fiscalizaciones inopinadas a fin de comprobar en forma idónea la debida inclusión social del sector menos favorecido de nuestro país.

3.- Referente a las empresas prestadoras de servicios “EPS” en realidad poco a poco en nuestro país han tomado un sitio que no les corresponde, razón por la cual muchas veces estas empresas en lugar de prestar un buen servicio de agua, desagüe, electricidad, gas, electricidad, transporte, telefonía y otros abusan de los usuarios y administrados, e incluso se niegan a entregar los Libros de reclamaciones impidiéndoles realizar un reclamo justo, por lo cual el Estado ha establecido las entidades que deben regular el buen trabajo de las EPS, por ende tenemos la empresa OSIPTEL, así como OSINERGMIN, SUNASS, la Superintendencia de banca y seguros y AFP y SuSalud las cuales son las entidades del Estado que deben de prestar un servicio idóneo y que muchas veces no cumplen con lo dispuesto por ley y les corresponde actualizar sus disposiciones legales para brindar un buen servicio al consumidor usuario administrado paciente y cliente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Obras textuales

Acuña, R. A. M. (2008). Contratos de consumo e idoneidad de los productos y servicios en la jurisprudencia del INDECOPI. Gaceta Jurídica.

Aguila Grados, G., & Capcha Vera, E. (2007). El abc del Derecho Civil (1.a ed.). San Marcos E.I.R.L.

Bullard Gonzales, A. (2010). "¿Es el consumidor un idiota? El falso dilema entre el consumidor razonable y el consumidor ordinario". En: Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual. N° 10.

Cabanellas de Torres, G., & Cabanellas de las Cuevas, G. (2008). Diccionario jurídico elemental. [Buenos Aires]: Heliasta.

Carbonell O'brien, E. (2019). Arbitraje de Consumo en Iberoamerica (1.a ed.). JURISTA EDITORIALES E.I.R.L.

Carbonell O'Brien, E. (2010). Análisis al Código de protección y defensa del consumidor (1st ed., p. 522). [Lima, Perú]: Jurista Editores.

Carbonell O'Brien, E. Análisis al Código de protección y defensa del consumidor (1st ed., p. 788). Lima.

Chanamé Orbe, R. La república inconclusa.

Espinoza Espinoza, J. (2006). Derechos de los Consumidores (1 ed.) RODHAS SAC.

Espinoza Espinoza, J., & Favale, R. Acto jurídico negocial.

Espinoza, J. E. (2010). Acto jurídico negocial (2.a ed.). Gaceta Jurídica.

Fernández Sessarego, C. (2004). *Derecho de las personas* (9.a ed.).
GRIJLEY.

Fernández Sessarego, C. (2012). *Derecho de las personas* (12th ed., p. 590).
Lima: Editorial jurídica Motivensa.

García Toma, V., & Cervantes Liñán, L. (2008). *Los derechos fundamentales
en el Perú*. Lima: Jurista Ed.

Gutiérrez Camacho, W. (2006). *La Constitución comentada (PRIMERA
EDICIÓN)*. Lima: Gaceta Jurídica.

Gutiérrez Camacho, W. (2006). *La Constitución comentada (SEGUNDA
EDICIÓN)*. Lima: Gaceta Jurídica.

Houghton Mifflin. (2000). *The American Heritage college dictionary*. Boston.

Instituto Internacional de Investigaciones Empresa & Cambio.
(1998). *Diccionario económico empresarial*. Lima.

Merino Acuña, R. (2008). *Contratos de consumo e idoneidad de los productos
y servicios en la jurisprudencia del Indecopi*. Lima: Gaceta Jurídica.

Sandoval, C. N., Quispe, J. L. G., & Avila, M. T. (2012). *Manual práctico de la
Ley general de sociedades* (1.a ed.). Instituto Pacífico.

Schiffman, L. (2010). *Comportamiento Del Consumidor* (10.a ed.). Pearson
Educación.

Torres Vásquez, A. (2009). *Contratación masiva*. Lima Perú: Motivensa
Editora Jurídica.

Tuesta Silva, W. (2001). *Código Civil Comentado* (2.a ed.). GRIJLEY.

Medios en línea

Cómo y dónde realizar un reclamo. (2016, 11 enero).

ChileAtiende. <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/35879-como-y-donde-realizar-un-reclamo>.

credit, C. (2016, marzo 13). *Deberes y derechos del consumidor en Estados Unidos. Consolidated Credit.* <https://www.consolidatedcredit.org/es/notas-financieras/deberes-y-derechos-del-consumidor-estados-unidos/>

Derecho del Consumo: ¿en qué consiste y cuál es su importancia? (s. f.).

UNIR. 2017, de <https://www.unir.net/derecho/revista/derecho-del-consumo/>

Derechos básicos de los consumidores y usuarios—Madrid.org—Portal del Consumidor. (s. f.). 2017, de http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=Page&childpagename=PortalConsumidor%2FPage%2FPTCS_contenido&cid=1328078230658&pagename=PTCS_wrapper

Derechos del Consumidor: ¿cuáles son exactamente? (2019, febrero 4).

Pibank. <https://www.pibank.es/derechos-del-consumidor/>

EAE Business School. (s. f.). Las diez empresas más importantes de España.

Recuperado 2017, de <https://www.eaeprogramas.es/blog/negocio/empresa/las-diez-empresas-mas-importantes-de-espana>

La protección al consumidor en USA: El A.P.R. | Notario en Madrid, Esteban

Sánchez Sánchez. Notaría Madrid. España, Notary public. (s. f.). 2017, de <https://www.essnotario.com/la-proteccion-al-consumidor-en-usa-el-a-p-r/>

Lawants. (2016, noviembre 2). *¿Cuáles son los derechos de los consumidores y usuarios en España?* Lawants. <https://lawants.com/es/cuales-son-los-derechos-de-los-consumidores-y-usuarios-en-espana/>

Ley del consumidor—Portal SERNAC. (s. f.). SERNAC: Protección. 2017, de <https://www.sernac.cl/portal/618/w3-propertyvalue-59300.html>

Los Derechos del Consumidor: Estos son tus Derechos. (2017, marzo 15). Arriaga Asociados. <https://www.arriagaasociados.com/2019/03/derechos-del-consumidor/>

Presentar una reclamación—Madrid.org—Portal del Consumidor. (s. f.). 2017, https://www.madrid.org/cs/Satellite?c=Page&childpagename=PortalConsumidor%2FPage%2FPTCS_contenido&cid=1328078230670&packedargs=language%3Des&pagename=PTCS_wrapper

Quejas sobre servicios | USA Gov. (2015). Usa gov en español. <https://www.usa.gov/espanol/quejas-servicios>

ANEXOS

Anexo N° 01

Cuadros

Cuadro 1: ¿Usted considera que los libros de reclamaciones del sector privado son idóneos para la finalidad que fueron creados?

Cuadro 2: ¿Los libros de reclamaciones *del sector público cumplen su cometido?*

Cuadro 3: ¿El trámite ante el SAC es idóneo?

Cuadro 4: ¿Los plazos del ORPS se cumplen?

Cuadro 5: ¿Las denuncias ante el ORPS concluyen en primera instancia?

Cuadro 6: ¿Las resoluciones emitidas por la ORPS se elevan en fecha fija?

Cuadro 7: ¿El CPS cumple con admitir las apelaciones en tiempo fijo?

Cuadro 8: ¿Los procesos ante el CPC se resuelven en el término de ley?

Cuadro 9: ¿Los procesos ante el CPC son accionados judicialmente?

Cuadro 10: ¿Las multas impuestas por la CPC se cumplen en el término de ley?

Cuadro 11: ¿Usted conoce el Libro de Reclamaciones?

Cuadro 12: ¿Alguna vez ha utilizado el Libro de Reclamaciones?

Cuadro 13: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

Cuadro 14: ¿Considera que INDECOPi realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

Cuadro 15: ¿Considera que SUSALUD desarrolla su buen sistema conforme a la recepción de las quejas y reclamos mediante el Libro de Reclamaciones?

Cuadro 16: ¿Considera que las Empresas Prestadoras de Servicios cumplen con su función fiscalizadora?

Cuadro 17: ¿Opina que el Estado peruano cumple con la función educadora en cuanto a la cultura del reclamo?

Cuadro 18: ¿Considera que el Libro de Reclamaciones son eficaces para solucionar los reclamos y quejas de los consumidores?

Cuadro 19: ¿Considera que los Libros de Reclamaciones están correctamente diseñados?

Cuadro 20: ¿Los Libros de Reclamaciones son de fácil acceso para los grupos vulnerados de Ica (niños, discapacitados, analfabetos, ancianos, etc.)

Cuadro 21: ¿Usted conoce las funciones del Libro de Reclamaciones?

Cuadro 22: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

Cuadro 23: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

Cuadro 24: ¿Usted ha solicitado en alguna oportunidad el Libro de Reclamaciones ?

Cuadro 25: ¿Usted se siente respaldado por INDECOPI?

Cuadro 26: ¿De haber accionado ante INDECOPI recibió un trámite célere?

Cuadro 27: ¿Al escribir un reclamo o queja fue atendido de forma alturada?

Cuadro 28: ¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor?

Anexo N° 02

Gráficos

Gráfico 1: ¿Usted considera que los libros de reclamaciones del sector privado son idóneos para la finalidad que fueron creados?

Gráfico 2: ¿Los libros de reclamaciones del sector público cumplen su cometido?

Gráfico 3: ¿El trámite ante el SAC es idóneo?

Gráfico 4: ¿Los plazos del ORPS se cumplen?

Gráfico 5: ¿Las denuncias ante el ORPS concluyen en primera instancia?

Gráfico 6: ¿Las resoluciones emitidas por la ORPS se elevan en fecha fija?

Gráfico 7: ¿El CPS cumple con admitir las apelaciones en tiempo fijo?

Gráfico 8: ¿Los procesos ante el CPC se resuelven en el término de ley?

Gráfico 9: ¿Los procesos ante el CPC son accionados judicialmente?

Gráfico 10: ¿Las multas impuestas por la CPC se cumplen en el término de ley?

Gráfico 11: ¿Usted conoce el Libro de Reclamaciones?

Gráfico 12: ¿Alguna vez ha utilizado el Libro de Reclamaciones?

Gráfico 13: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

Gráfico 14: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

Gráfico 15: ¿Considera que SUSALUD desarrolla su buen sistema conforme a la recepción de las quejas y reclamos mediante el Libro de Reclamaciones?

Gráfico 16: ¿Considera que las Empresas Prestadoras de Servicios cumplen con su función fiscalizadora?

Gráfico 17: ¿Opina que el Estado peruano cumple con la función educadora en cuanto a la cultura del reclamo?

Gráfico 18: ¿Considera que el Libro de Reclamaciones son eficaces para solucionar los reclamos y quejas de los consumidores?

Gráfico 19: ¿Considera que los Libros de Reclamaciones están correctamente diseñados?

Gráfico 20: ¿Los Libros de Reclamaciones son de fácil acceso para los grupos vulnerados de Ica (niños, discapacitados, analfabetos, ancianos, etc.)

Gráfico 21: ¿Usted conoce las funciones del Libro de Reclamaciones?

Gráfico 22: ¿Considera que las entidades del Estado cumplen con el Rol fiscalizador en sus Libros de Reclamaciones?

Gráfico 23: ¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

Gráfico 24: ¿Usted ha solicitado en alguna oportunidad el Libro de Reclamaciones?

Gráfico 25: ¿Usted se siente respaldado por INDECOPI?

Gráfico 26: ¿De haber accionado ante INDECOPI recibió un trámite célere?

Gráfico 27: ¿Al escribir un reclamo o queja fue atendido de forma alturada?

Gráfico 28: ¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor?

<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿En qué medida existen mecanismos de inclusión social en el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿En qué medida se promueven mecanismos de inclusión social a favor de las personas con discapacidad para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017? 2. ¿En qué medida se promueven mecanismos de inclusión social a favor de las personas iletradas para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017? 3. ¿En qué medida existen medidas de que promueven el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017? 	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Incentivar la inclusión social y la cultura del reclamo en la ciudad de Ica.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promover el uso de libros de reclamaciones y la inclusión social en la ciudad de Ica 2. Orientar acerca del uso de los libros de reclamaciones y la inclusión social en la población lqueña 3. Plantear mecanismos de inclusión social y la asimetría informativa en el correcto uso de los libros de reclamaciones en la ciudad de Ica. 	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL</p> <p>En la medida que se percibe en la actualidad, en el Perú no existen mecanismos de inclusión social en lo que respeta al uso y aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, en el año 2017.</p> <p>HIPÓTESIS SECUNDARIAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En la medida que no se promuevan mecanismos de inclusión social a favor de las personas con discapacidad para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, la brecha de diferencia y abandono de los ciudadanos con discapacidad irá aumentando, y quedarán impunes los proveedores infractores. 2. En la medida que no se promuevan mecanismos de inclusión social a favor de las personas iletradas para el uso y Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, quedarán impunes los proveedores infractores. 3. En la medida que se promueva el uso y publicite la Aplicación del Libro de Reclamaciones, en la ciudad de Ica, muchas más personas podrán ser conocedora de sus derechos, y a su vez defender sus intereses ante los proveedores infractores. 	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE (Vx):</p> <p>Uso del Libro de Reclamaciones</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE (Vy):</p> <p>Inclusión Social</p>	<p>Ficha de Análisis Bibliográfico. Medio que nos permitió registrar la Bibliografía.</p> <p>Ficha de Análisis de Documentos. Instrumento que se tuvo en cuenta para el desarrollo de la investigación.</p> <p>Questionario para los entrevistados. Donde se consideró a la muestra.</p>
--	--	--	---	--