

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

ESCUELA DE POSGRADO



=====
**“LA INCIDENCIA DE LAS CLAUSULAS GENERALES DE
CONTRATACIÓN EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR”**
=====

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRO EN

DERECHO

MENCIÓN: CIVIL Y COMERCIAL

TESISTA: MARCIAL OSTOS DE LA CRUZ

ASESOR: MG. LUIS FELICIANO AGUIRRE SOTO

HUANUCO – PERU

2017

Dedicatoria.

A Dios por iluminarme y por permitirme finalizar con éxito mi elaboración de tesis, a mis queridos padres, a mis apreciados hermanos, a mis ilustrísimos maestros de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, por sus apoyos indesmayables en bien de la juventud estudiosa.

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito fundamental el explicar de qué manera los consumidores de productos y servicios específicos se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor, dicha investigación se realizó bajo un esquema cuantitativo, de tipo descriptivo y no experimental, de campo. Tal investigación dio como resultado que aproximadamente el 67% de los usuarios sostiene que casi siempre y siempre las reclamaciones son atendidas y solucionadas al exceder el plazo fijado para las mismas, en ese sentido concluye que los usuarios hacen uso de su derecho y a la vez existe la percepción de que se respeta su derecho en esta instancia. El 53% de clientes sostiene que “a veces” se respeta el derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio, con respecto a estos derechos existe una clara percepción de que los mismos, no son respetados adecuadamente, por el contrario, perciben que casi nunca se respeta su derecho a la comunicación correcta y adecuada información del servicio de salud a recibir. Sugiriendo la implementación de mecanismos de control más efectivos para lograr un mejor servicio a través de una reforma constitucional.

PALABRAS CLAVES:

Relación contractual, consumidor, cláusulas abusivas, mecanismos de control de las cláusulas abusivas.

ABSTRACT

The main purpose of this research is to explain how consumers of specific products and services feel protected by the defense and consumer protection code. This research was carried out under a quantitative, descriptive and non-experimental field . Such research resulted in approximately 67% of users claiming that almost always and always the claims are addressed and solved by exceeding the deadline set for them, in that sense it concludes that users make use of their right and at the same time the perception that their right is respected in this instance. 53% of clients maintain that "sometimes" the right to be communicated in a sufficient, clear, timely, truthful and easily accessible way is respected, everything necessary for them to give their informed consent, prior to the delivery of a product or the provision of a service, with respect to these rights there is a clear perception that they are not respected adequately, on the contrary, they perceive that their right to correct communication and adequate information about the health service is almost never respected to receive. Suggesting the implementation of more effective control mechanisms to achieve a better service through a constitutional reform.

Keywords:

Contractual relationship, consumer, abusive clauses, mechanisms for control of unfair terms.

INTRODUCCIÓN

En la relación de consumo, nunca podemos hablar de una perfecta equivalencia o igualdad entre las partes, pues la regla general es que se está ante una relación asimétrica en que el proveedor como predisponente del contrato es la parte fuerte de la relación, en tanto que posee todos los conocimientos relacionados con el bien o servicio que ofrece y a su vez como titular predisponente en el contrato de adhesión, determina los contenidos contractuales en base a la incorporación de cláusulas generales de contratación, respecto de las cuales la parte débil de la relación, esto es el consumidor o adquirente no tiene ninguna posibilidad de cuestionar los contenidos contractuales.

Un tema de mucha importancia en la dinámica de los contratos, es el que está referido a las cláusulas generales de contratación y el control de las mismas, esto es ¿Cuáles son los mecanismos con los que cuenta el consumidor o el usuario cuando se encuentre con una situación en la que se considera afectado por el contenido de una o varias cláusulas generales de contratación? y en tales casos ¿qué hacer ante determinadas cláusulas que tengan un contenido abusivo o vejatorio?

El panorama no se muestra claro, cuando en nuestro sistema coexisten paralelamente dos regímenes que regulan de manera poco coherente o sin coordinación sobre lo que es el marco de regulación de las cláusulas generales de contratación; por ejemplo el artículo 1393 del Código Civil al referirse a las cláusulas generales de contratación aprobadas administrativamente, señala que ellas se insertan automáticamente a la oferta, precepto el cual ha sido entendido de manera uniforme por la jurisprudencia y la doctrina en el sentido que la inserción automática en el contrato de la cláusula aprobada administrativamente

conlleva o determina a pensar que resulta innecesario reproducir el contenido de dicha cláusula que fue materia de aprobación administrativa, en los contratos predispuestos es decir en los contratos masa, conocidos también como contratos formularios, o contratos pre redactados; en otras palabras; una cláusula aprobada administrativamente se asume que formara parte de mi contrato aunque ella no esté inserta en el documento; es así como ha sido entendido el significado de la expresión inserción automática de nuestro Código Civil; sin embargo, en el Código de Protección y Defensa al Consumidor el tratamiento con respecto a las cláusulas generales aprobadas administrativamente en este punto es absolutamente disímil al marco regulado en nuestro Código Civil, en tal sentido puede verse la redacción del artículo 48° del referido Código de Protección, el que en ningún caso permite que una cláusula se considere inserta automáticamente, esto es que ella no figure en forma alguna en el contrato, puesto que el indicado artículo es puntual y categórico al señalar que en caso que el contrato de consumo contenga alguna referencia de remisión o reenvío a algún texto o documento, éste, debe ser facilitado de manera previa o simultánea a la conclusión del contrato; indicando tal precepto en comentario en su último párrafo que tal disposición rige para ambos tipos de cláusulas es decir las aprobadas o no aprobadas administrativamente,

Es claro entonces que nos encontramos frente a una regulación divergente sobre el mismo aspecto, esto es sobre la cláusula general de contratación aprobada administrativamente; surge entonces la interrogante ¿Cómo debería actuar el mercado ante esta situación?, esto es ¿debe de incluirse la transcripción de la cláusula o se debe hacer una anotación de reenvío facilitando previamente el texto de la cláusula al consumidor; o simplemente se acoge la otra opción de nuestro código civil de no incluir ni hacer referencia alguna de la cláusula, porque

según dicho Código ésta debe entenderse incluida automáticamente por su aprobación administrativa?

En este contexto el presente trabajo es de relevante importancia en tanto que con la presente investigación se analiza de qué manera las Cláusulas Generales de Contratación pueden incidir negativamente en los intereses de los consumidores, en tal sentido mediante la presente investigación se busca identificar los elementos que permitan verificar la presencia de cláusulas vejatorias o abusivas en la relación de consumo; tema respecto del cual la doctrina nacional ha desarrollado escasos trabajos en esta materia, de tal manera que el graduando pretende brindar un aporte en pos de la solución de problemas que acontecen en el ámbito de las Cláusulas Generales de Contratación que pueden o no estar insertadas en el contrato por el predisponente, diferenciando con la presente tesis los mecanismos que pueden utilizarse según la cláusula tenga aprobación administrativa o no la tenga.

Las conclusiones y recomendaciones que surgen como resultado de la presente investigación, coadyuvaran a una mejor comprensión de cómo afrontar mecanismos de control contra las cláusulas abusivas, para tal efecto el investigador se ha valido del estudio no solamente teórico práctico en el ámbito interno, sino también en el ámbito comparado y se han obtenido aportes de profesionales y expertos en el ámbito de la relación de consumo, por lo que la presente tesis significa un avance en las propuestas de solución para los problemas que afronta el consumidor, en el empleo de las Cláusulas Generales de Contratación del predisponente. Por tal razón, el esquema y la didáctica empleada pretenden brindarle al lector una comprensión adecuada de la problemática que se aborda.

ÍNDICE

	Pág.
CAPÍTULO I	11
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
a) Descripción del problema, antecedentes, teorías básicas.	11
b) Formulación del problema.	13
i. Problema general.	13
ii. Problemas específicos.	13
c) Objetivo General y objetivos específicos.	14
d) Hipótesis y/o sistema de hipótesis.	15
e) Variables.	16
f) Justificación e importancia.	16
g) Viabilidad.	19
h) Limitaciones	20
CAPÍTULO II	22
MARCO TEORICO	22
a) Antecedentes	22
b) Bases teóricas	25
c) Definiciones conceptuales.	59
CAPITULO III	69
MARCO METODOLOGICO	69
a) Tipo de investigación	69
b) Diseño y esquema de la investigación.	69

c) Población y muestra.	69
d) Instrumentos de recolección de datos	70
e) Técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos.	71
CAPÍTULO IV	73
RESULTADOS	73
a) Resultados del trabajo de campo	73
b) Contratación de las hipótesis secundarias	76
CAPÍTULO V	88
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	88
a) Contrastación de los resultados	89
b) Contrastación de la hipótesis general	94
CONCLUSIONES	96
SUGERENCIAS	101
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

a) Descripción del problema.

El problema entonces radica en establecer controles para evitar que Los Contratos pre redactados o Contratos masa, lleven insertos cláusulas vejatorias, abusivas o limitativas de responsabilidad, para ello, entonces el problema radica en dilucidar hasta qué punto el predisponente tiene el poder de determinar libremente el contenido contractual y hasta qué punto puede ejercer ese poder de regulación que ostenta por encima de la otra parte.

El contrato de adhesión es también conocido por un sector de la doctrina como contrato masa, mientras que otro sector prefiere el uso de la expresión contrato estandarizado; en el referido esquema de adhesión una de las partes predispone todo el programa contractual a fin de que la otra se adhiera en el marco de sus relaciones comerciales, entonces el esquema de adhesión es lo contrario del esquema por negociación; cuando hablamos de adhesión no necesariamente nos estamos refiriendo a adherirnos a cláusulas generales de contratación; en tanto que la adhesión también puede hacerse a cláusulas particulares que se insertan en un contrato específico que es redactado unilateralmente por el predisponente.

En la sociedad moderna las cláusulas generales constituyen parte del contenido de los contratos masa esto es, se encuentran formuladas mediante formularios pre redactados, o avisos e incluso por internet, situación en el que el contratante se adhiere mediante el icono en el que se presiona la tecla en señal de aceptación de los términos.

La denominación de las cláusulas generales no viene dada en términos cuantitativos de cantidad, ni porque se encuentren pre redactados en formularios, sino por la generalidad, en la medida que tales cláusulas están destinadas a muchos posibles adherentes; y de otro lado por la predisposición al ser redactadas unilateralmente por el predisponente.

En cambio, las cláusulas particulares si bien igualmente el predisponente las redacta unilateralmente, son para un específico contrato a diferencia de las cláusulas generales que están diseñadas para una generalidad indeterminada de personas.

El problema es que cuando hablamos de contrato de adhesión nos referimos a una relación asimétrica de los contratantes en la que el predisponente es la parte fuerte, que está en mejor posición con respecto al otro contratante que es la parte débil, no existe ni se puede aspirar a la isonomía o igualdad de las partes; sin embargo, mientras mayor sean las garantías y el sistema de protección al consumidor, se reducirá más la brecha asimétrica que existe entre el predisponente y el adherente.

No obstante lo anterior, algún sector de la doctrina considera que la protección del consumidor o parte débil, no opera ni resultaría aplicable para el caso de contratos de adhesión entre empresas, puesto que en el caso de las empresas cierto sector de la doctrina asume que existiría igual poder de negociación; sin embargo, otro sector considera que la determinación de la parte débil depende de la naturaleza de la negociación, dado que por ejemplo una empresa del rubro de automotores no tendría la misma especialización para negociar en materia de bolígrafos, por lo tanto no podría estar en un mismo nivel de negociación con una empresa fabricante de lapiceros.

Al referirnos al consumidor, lo diferenciamos de quien tiene la calidad de proveedor, ambos tienen roles diferenciados bajo la óptica del Código de Protección y Defensa del Consumidor, por ejemplo, una empresa que adquiere bienes que son necesarios para el desenvolvimiento de su actividad, no puede ser considerada como consumidora según la mencionada Ley.

El problema esencial radica que en nuestro sistema no se encuentra adecuadamente formulados los mecanismos de control de las cláusulas vejatorias.

b) Formulación del problema.

Problema general.

¿De qué manera los consumidores de productos y servicios específicos se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor?

Problemas específicos

- a) ¿De qué manera los consumidores de servicios públicos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor?
- b) ¿De qué manera los consumidores de productos y servicios de salud regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor?
- c) ¿De qué manera los consumidores de productos y servicios educativos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor?

- d) ¿De qué manera los consumidores de productos y servicios inmobiliarios regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor?
- e) ¿De qué manera los consumidores de productos y servicios financieros regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor?

c) Objetivo General y objetivos específicos.

Conocer de qué manera los consumidores de productos y servicios específicos se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

Objetivos específicos

- a) Identificar de qué manera los consumidores de servicios públicos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- b) Establecer de qué manera los consumidores de productos y servicios de salud regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- c) Determinar de qué manera los consumidores de productos y servicios educativos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- d) Conocer de qué manera los consumidores de productos y servicios inmobiliarios regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor

- e) Determinar de qué manera los consumidores de productos y servicios financieros regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor

d) Hipótesis y/o sistema de hipótesis.

Hipótesis general

De manera satisfactoria los consumidores de productos y servicios específicos se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

Hipótesis alternas

- a) De manera satisfactoria los consumidores de servicios públicos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- b) De manera satisfactoria los consumidores de productos y servicios de salud regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- c) De manera satisfactoria los consumidores de productos y servicios educativos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- d) De manera satisfactoria los consumidores de productos y servicios inmobiliarios regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor

- e) De manera satisfactoria los consumidores de productos y servicios financieros regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor

e) Variables.

Variable descriptiva 1: consumidores de productos y servicios específicos

f) Justificación e importancia.

La motivación que ha impulsado el desarrollo de la presente investigación, se sustentó en la necesidad de brindar aportes en relación al tema, ello en la medida que es muy incipiente la doctrina desarrollada sobre dicha temática, por ejemplo, nada se ha dicho desde el punto de vista doctrinario con respecto a la controversia de la redacción del artículo 1393 del Código Civil que habla de la inserción automática de las cláusulas generales de contratación aprobadas administrativamente, precepto que no guarda coherencia con lo que regula al respecto el Código de Protección al Consumidor, ordenamiento último que no admite la inserción automática de ningún tipo de cláusulas generales del contrato. Por ello es que luego del desarrollo de dicha temática se plantean propuestas conducentes a unificar el criterio de nuestro sistema, en relación al tratamiento de las cláusulas generales de contratación aprobadas y no aprobadas administrativamente.

De otro lado, se intenta esclarecer el panorama para el consumidor, a quien le corresponde optar por un mecanismo de defensa jurisdiccional o administrativo, según los casos en que considere que la cláusula general aprobada o no administrativamente ha afectado su derecho.

Por consiguiente, el desarrollo de la presente tesis ha tenido plena justificación en la época actual en la que se tiende a la mayor protección de los derechos del consumidor, dada la posición de asimetría que existe entre el proveedor y consumidor.

La importancia que encarna la presente tesis, es que mediante ella se pretende proponer propuestas que ayuden a mejorar nuestro sistema normativo en relación a las cláusulas generales de contratación aprobadas y no aprobadas administrativamente; asimismo, la presente tesis intenta conseguir que los órganos de la administración y de la jurisdicción judicial se encuentren dotados de predictibilidad al resolver sobre estos asuntos; predictibilidad a la que se aspira, sobre la base de plantear reformas en nuestro sistema normativo que permitan esclarecer las opción o alternativas del consumidor afectado.

Al respecto, nuestro sistema regula en el Código de Protección y Defensa al Consumidor, controles de forma y de contenido que sin embargo no garantizan de manera eficaz una adecuada protección a los derechos del consumidor.

De otro lado la importancia de la presente investigación estriba en que se pretende brindar aportes que clarifiquen y le permitan al operador identificar cuando se está ante cláusulas generales de contratación y que debe hacer frente a ellas.

Los contratos de adhesión pueden contener cláusulas generales; o en su caso, tales contratos adhesivos no necesariamente pueden incluir alguna cláusula general y siguen siendo contratos de adhesión sin perder su naturaleza

adhesiva; y es que las cláusulas generales de contratación están dirigidas a una generalidad, a una masa, y pueden estar insertas en contratos pre redactados bajo el esquema clásico del contrato; o incluso pueden aparecer insertas detrás de un ticket de un servicio, por ejemplo las cláusulas que aparecen insertas en algunos servicios, sean de luz o de agua; o aquellas cláusulas insertas en el reverso de un ticket por el servicio de una playa de estacionamiento, o en el reverso de un ticket por el servicio de lavandería, entre otros; y en este espectro, la doctrina ha desarrollado muy poco en relación a las cláusulas aprobadas administrativamente y los mecanismos de control referente a estas cláusulas, es decir, cómo debo actuar cuando me considere afectado por una cláusula general que ha sido materia de aprobación administrativa; son todos estos aspectos entre otros los que pretenden ser esclarecidos en el ítem del desarrollo de la presente investigación.

Si bien en toda relación proveedor consumidor converge la relación de asimetría, es decir, de desigualdad, de desequilibrio porque el proveedor siempre va a tener mayor poder de control en relación al consumidor adquiriente; sin embargo la presente investigación tiende a brindar elementos que propenden a aminorar esta brecha, esto es a reducir la distancia de ambos protagonistas de la relación asimétrica; pues vale aclarar que nunca podrá hablarse de plena isonomía es decir, de plena igualdad o equilibrio entre el acreedor, proveedor y el consumidor.

En el artículo 50 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, se proporciona ciertos lineamientos para identificar las cláusulas vejatorias, señalando como tales las que excluyen o limitan la responsabilidad del acreedor por los hechos u omisiones del proveedor; las que facultan al proveedor a

suspender unilateralmente un contrato, a resolver un contrato sin comunicación previa, o terminar un contrato sin un plazo de antelación razonable; o las que establecen a favor del proveedor la facultad unilateral de renovar el contrato; las que excluyen o limitan los derechos de los consumidores con efectuar pagos anticipados, ejercer el derecho de retención, oponer la excepción de incumplimiento, las que limitan la facultad de oponer excepciones, de la inversión de la carga de la prueba, las que establecen la renuncia a formular denuncias y las contrarias o violatorias de norma de orden público; sin embargo tales elementos característicos no son los únicos valederos para identificar en qué casos estamos ante una cláusula vejatoria.

g) Viabilidad.

Para materializar la culminación del trabajo de investigación de la presente tesis, el tesista se ha premunido de los conocimientos necesarios y de los recursos pertinentes a fin de contar con las herramientas básicas para poner en marcha el inicio de la investigación, su desarrollo, hasta su culminación final; principalmente la presente investigación se enfoca en la doctrina y la legislación vigente sobre la materia en particular objeto de esta tesis; e igualmente se contará con una recolección de datos que han formado parte de la investigación de campo que han contribuido con los fines, la justificación e importancia del desarrollo de esta tesis ; para el cumplimiento de los mismos, el tesista considera que la viabilidad resulta procedente toda vez que se encuentra en función a la consecución de los recursos financieros, humanos y materiales, planteados en los siguientes términos:

Recursos financieros:

La investigación se sustenta principalmente en la fuente del financiamiento que ha brindado el propio tesista quien labora como trabajador contratado en la Oficina de la Caja de Ahorros de la Caja Huancayo y de dichos ingresos ha asignado un presupuesto considerable para el cumplimiento de los fines de la presente investigación.

Recursos humanos:

Para el desarrollo de la tesis, aparte del investigador principal, quien es el tesista, este ha contado además con el apoyo de un asesor metodológico temático y tres colaboradores de la investigación quienes apoyaron en la recolección de la jurisprudencia y doctrina tanto nacional como extranjera.

h) Limitaciones

Para la culminación de la presente investigación han ocurrido determinadas limitaciones que están dadas por la naturaleza especial del propio tema objeto de investigación, en esta perspectiva la mayor limitación que se ha afrontado está relacionada con el hecho que son muy incipientes los recursos con los que se cuenta en el ámbito de la doctrina nacional y extranjera, con los que se hubiera desarrollado con amplitud este tema, puesto que normalmente la doctrina le asigna espacios muy cortos para el desarrollo de estos; igualmente en el ámbito de la casuística la jurisprudencia sobre el particular no ha sido numerosa, pues son escasos los supuestos en que se han pronunciado específicamente sobre estos temas.

De otro lado, el Poder Judicial como entidad Pública no está exenta que en su seno se produzcan paralizaciones por huelgas o paros por reclamos de sus trabajadores, situaciones que en años anteriores han venido afectando el normal funcionamiento del Poder Judicial.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes.

Los estudios e investigaciones realizadas de carácter relevante hasta el momento, que directamente abordan la protección del consumidor en la relación de consumo son escasas; sin embargo una investigación que aborde directamente acerca de los mecanismos de control de las cláusulas vejatorias aprobadas administrativamente que afecten los intereses del consumidor, ni inclusive tampoco existe tesis que hubiera abordado lo concerniente a la diferente regulación que contiene el Código Civil y la Ley de Protección al Consumidor acerca del conocimiento previo o inserción automática de las Cláusulas generales de contratación aprobadas administrativamente, en la relación de consumo, por ello se enumera tangencialmente algunos estudios relacionados con el presente tema de investigación:

Córdova (2012) en su Tesis acerca del tema titulado: "Las cláusulas generales de contratación en el Perú y su relación con el estado de desprotección de los derechos del consumidor", sostiene con respecto a los contratos masa que son necesarios y útiles en la sociedad por lo que no deben eliminarse, igualmente señala la invalidez de las cláusulas vejatorias debe de sancionarse estén o no aprobadas administrativamente, empero si bien señala que debe implementarse un adecuado sistema de control de las cláusulas vejatorias, sin embargo no detalla en qué consistirían estos sistemas o métodos adecuados de control de las cláusulas vejatorias.¹

¹ Yris Cordova Cutipa, *Las cláusulas generales de contratación en el Perú y su relación con el estado de desprotección de los derechos del consumidor* Universidad San Marcos 2012.

Tafur (2012) desarrolló el tema de tesis: "LA DESPROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FRENTE A LAS VENTAS AGRESIVAS. LA IMITACIÓN INSUFICIENTE DE LA NORMATIVA EUROPEA"; investigación en la que desarrolló acerca de los métodos de venta engañosos en consideración a que no se le informa adecuadamente al consumidor acerca de las características del producto y los métodos de venta agresivos que son aquellos en donde el vendedor acosa y/o utiliza métodos de coacción para forzar la realización de la venta en perjuicio del consumidor, la citada autora propone que la carga de la prueba frente a denuncias de esta naturaleza la asuma la parte vendedora y flexibiliza de esta manera la dificultades del consumidor para demostrar la afectación².

Soto (2003) formuló una investigación acerca de las cláusulas de nuestro medio, titulada: "Las cláusulas generales de contratación y las cláusulas abusivas en los contratos predispuestos", sostiene al respecto que el problema de las cláusulas abusivas es una realidad que los ordenamientos jurídicos no pueden dejar de lado; por el contrario, deben enfrentar tal problemática y plantear soluciones que eviten el abuso de unos contratantes sobre otros; obviamente, sin obstaculizar el tráfico masivo de bienes y servicios.³

² Tafur Asenjo, Karina del Pilar, "LA DESPROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FRENTE A LAS VENTAS AGRESIVAS. LA IMITACIÓN INSUFICIENTE DE LA NORMATIVA EUROPEA" 2012, Tesis PUCP.

³ Soto Coaguila, Carlos Alberto, Investigación LAS CLÁUSULAS GENERALES DE CONTRATACIÓN Y LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS EN LOS CONTRATOS PREDISPUUESTOS, Revista VNIVERSITAS, Diciembre 2003, Pontificia Universidad Javeriana de Colombia.

Catalán (2004), desarrolló la Tesis titulada: " Las Condiciones Generales de Los Contratos y la Protección del Consumidor frente a las Cláusulas Abusivas en los Contratos de Adhesión ", el autor chileno sostiene que existen desproporciones contractuales en cuanto a los medios que tiene para reclamar el consumidor cliente y el empresario proveedor frente al cliente ; sostiene que al cliente normalmente la empresa lo somete a reclamar de empleado a empleado derivándolo una y otra vez hasta que termina agotándolo, por lo que concluye que deben implementarse mecanismos para atenuar este desequilibrio.⁴

Romero-Pérez (2002) en su Investigación para la Universidad de Costa Rica, titulada: "Derechos del Consumidor “, señala que las gamas de los derechos del consumidor se han desarrollado como una respuesta a los abusos de aquellos empresarios que, valiéndose de los contratos de adhesión y de la debilidad de los consumidores o usuarios, dañan los intereses de los que se adhieren a sus convenios.⁵

Burneo (2008), en su Tesis con la que se graduó de Maestro titulada: "CONTRATOS DE ADHESIÓN Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR", analiza el contenido del contrato de consumo mediante el esquema de adhesión, las condiciones generales de contratación y la naturaleza de las cláusulas predispuestas, como un medio de abuso al consumidor. Partiendo de la proposición, en los contratos de consumo el proveedor afecta los intereses del consumidor al imponerle su poder a través de cláusulas abusivas.

⁴ Catalán Vergara, Rodolfo Eduardo " Las Condiciones Generales de Los Contratos y la Protección del Consumidor frente a las Cláusulas Abusivas en los Contratos de Adhesión Universidad Austral de Chile, **2004**.

⁵ Romero-perez Jorge Enrique, "Derechos del Consumidor" Investigación para la Universidad de Costa Rica 2002.

Se concluye que, en esa dicotomía entre desiguales, el Estado regulador deberá implementar las políticas de protección de los derechos del menos fuerte y el Poder Público deberá normar los procesos de intercambio, sin que intervenga directamente en las actividades productivas. Finalmente, luego de un detallado análisis teórico del tema, propone en lo que se refiere a políticas públicas, que el Estado debe dictar políticas más eficaces para el control del consumo en el país, implementando programas de educación, supervisión y regulación que permitan cumplir los objetivos primordiales establecidos en la Constitución ⁶.

2.2 Bases teóricas

Con respecto al uso de las cláusulas generales de contratación, la doctrina autorizada sostiene que ella no es propia de nuestro tiempo, sino que su utilización se remontaría al siglo XVI, así Atilio Alterini señala: “Seguramente, en los contratos de empresa, las condiciones generales y las cláusulas abusivas tuvieron su primera expresión en las pólizas de seguros, que fueron usadas por lo menos desde el siglo XVI” ⁷.

En el ámbito internacional, el Consejo de las Comunidades Europeas mediante la Directiva 93/13 aprobada el 05 de Abril de 1993, se reguló en relación a las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con los consumidores, siendo este instrumento de importante avance en Europa sobre protección al consumidor de aquellas cláusulas generales de contratación que tengan una orientación vejatoria o abusiva, así tal Directiva las define como

⁶ Burneo Burneo, José Antonio, Tesis para optar el grado de Magister titulada CONTRATOS DE ADHESIÓN Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador, Quito 2008.

⁷ Citado por Oyaneder Davies, Breves consideraciones en torno a los contratos por adhesión, las condiciones generales de contratación y las cláusulas abusivas. Chile. [sede web] P.5. Disponible en: <http://www.oyanederabogados.cl>.

aquellas que no se han negociado individualmente y con independencia de las exigencias de la buena fe, causen en detrimento del consumidor un desequilibrio importante entre los derechos y las obligaciones de las partes que se derivan del contrato. En tal sentido, se asume que una cláusula no se ha negociado individualmente cuando haya sido redactada orientadamente y el consumidor no haya podido influir sobre su contenido, en particular en los casos de contratos por adhesión.

Es importante relieves que lo abusivo no necesariamente puede surgir solamente de lo estipulado en una cláusula en particular, es decir de lo que se redacte atomizadamente en una cláusula vista aisladamente, sino que puede emerger encubiertamente del contexto del contrato, es decir, del conjunto de cláusulas.

En Paraguay, la Ley 1343/98 sobre protección al consumidor y usuario es la que regula en su artículo 28 a las cláusulas abusivas; sobre el particular Farina sostiene sobre que el precepto que en él se comprenden los siguientes supuestos: a) cuando el comerciante se reserva la facultad de desistir el contrato a su simple arbitrio; b) cuando el cumplimiento por parte de la empresa no está sujeto a plazo determinado; c) cuando el precio no está determinado, d) cuando falta la reciprocidad en el trato, lo que puede tener lugar cuando la resolución por incumplimiento aparece fácil por el empresario y extremadamente sujeta a trabas para el consumidor, tornándola en definitiva difícil o imposible de ejercer”⁸.

En Argentina el Tratadista Alterini, sostiene con respecto a “las cláusulas generales de contratación, que son cláusulas predispuestas por alguna de las

⁸ Citado por Oyaneder Davies, Breves consideraciones en torno a los contratos por adhesión, las condiciones generales de contratación y las cláusulas abusivas. Chile. [sede web] P.5. Disponible en: <http://www.oyanederabogados.cl>

partes con alcance en general y para ser utilizadas en futuros contratos particulares, sea que estén incluidas en el instrumento del contrato o en otro separado”⁹.

En Italia la regulación que se le asigna en el Código Civil Italiano a las condiciones generales de contratación se encuentra normado en su artículo 1341, que dice: “En todo caso no tendrá efecto, si no fuese específicamente aprobadas por escrito, las condiciones que establezcan en favor de quien las ha impuesto, limitaciones de responsabilidad, facultades de rescindir el contrato o suspender su ejecución o bien establecer en perjuicio del otro contratante, caducidades, limitaciones a la facultad de poner excepciones, restricciones a la libertad contractual en la relación con terceros, prórroga o renovación tácita del contrato, cláusulas compromisorias o derogaciones de las normas sobre la competencia judicial”.

Asimismo dicho artículo del Código Italiano, en su primer párrafo señala que: “Los términos y condiciones establecidas por uno de los contratistas generales son eficaces contra el otro, si en el momento de la conclusión de éstos ha conocido el contrato o debería tener conocimiento de ellas mediante el uso de la diligencia ordinaria”

En Argentina, la normativa sobre los contratos de adhesión se encuentra contemplada en la Ley de Protección al Consumidor Ley N° 19.496, no obstante la regulación específica en torno a las cláusulas abusivas se encuentra contemplada en la Ley 24.240 en su capítulo 9 titulado: De los términos abusivos

⁹ Alterini, Atilio A. Contratos civiles comerciales de consumo, Teoría General. Abeledo- Perrot.. Buenos Aires, 1999, p.131

y cláusulas ineficaces, desarrollado en sus artículos 37 al 39, la que prevé que deben tenerse por no convenidas las cláusulas siguientes:

Las que desnaturalicen las obligaciones o limiten la responsabilidad por daños; las que importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte y aquellas cláusulas que contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor.

Asimismo, se prevé que en la interpretación del contrato, el intérprete siempre debe hacerlo en sentido más favorable al consumidor y en el caso que existan dudas respecto de los alcances de la obligación de éstas últimas, debe estarse a lo que resulte menos gravoso para aquel.

La doctrina nacional autorizada sostiene que con anterioridad a la vigencia del Código Civil de 1984, en la doctrina no se desarrolló trabajo alguno entorno a la temática a las cláusulas generales de contratación, pues solamente la doctrina se ocupó del estudio de la figura de los contratos de adhesión¹⁰.

En nuestra exposición de motivos del Código Civil, se señala con respecto a tales cláusulas que:

“Estas cláusulas son formuladas de manera preventiva y unilateral por una persona o por un grupo de personas que fijan de modo abstracto el contenido normativo general o accesorio de una serie de contratos individuales, de manera que éstos se ajustan a aquellas. Desde luego, estas cláusulas solo son vinculantes en la medida que se celebren los contratos individuales”

En la postura de Lasarte Álvarez, dicho autor se refiere a las condiciones generales de contratación, señalando lo siguiente:

¹⁰ Castañeda, Eugenio. Derechos de los Contratos Tomo I. Editorial San Marcos. Lima, 1962, p 40 41.

“La contratación en masa característica de los intercambios contemporáneos, no tiene marcha atrás, ni puede renunciarse a sistemas organizativos a las empresas de enorme complejidad, pero que, en definitiva, se asientan en los hábitos de consumo de la sociedad. Así pues, la cuestión a dilucidar no es la obligatoriedad del contrato, sino la de evitar abusos por parte del predisponente de las condiciones generales de la contratación, permitiendo incluso que la obligatoriedad de aquel no obste a la posible ineficacia de alguna o algunas de las cláusulas que contradigan los más elementales principios de justicia contractual”.¹¹

La sociedad moderna tiene como un instrumento fundamental y necesario en la circulación de bienes, el de los contratos de adhesión o de los contratos masa, en el que el predisponente impone condiciones en el que la otra parte no tiene ninguna posibilidad de negociar y por lo tanto la única alternativa es someterse a sus términos o sencillamente no realizar el negocio por rechazo a esta forma contractual.

En la generalidad de los casos la parte débil normalmente se somete por la necesidad de requerir estos bienes y servicios, es así que por ejemplo cuando compramos un artefacto determinado o adquirimos cualquier tipo de seguro o tomamos un contrato de cuenta corriente por citar solamente algunos ejemplos; es indudable que la necesidad de contar con estos bienes es inobjetable y por ende no nos detenemos a leer o a descifrar cada una de las cláusulas que integran los contenidos de estos contratos.

Si hablamos de que medidas deberían de adoptarse para protegernos de ellos, indudablemente que la utilidad de los contratos estándar o contratos masa

¹¹ Lasarte Álvarez, Carlos. Manual sobre protección del consumidor y usuarios. Dykinson. Madrid, 2003, p. 135.

en la sociedad de hoy, está fuera de toda discusión, por lo que debemos partir primero por la idea de descartar que deberíamos eliminar este tipo de contratos, en tanto que en la actualidad los contratos de adhesión constituyen un comportamiento mecánico característicos de la rapidez del uso de las transacciones comerciales.

Nuestro Código Civil en el artículo 1398 norma con respecto a las estipulaciones inválidas lo siguiente:

“En los contratos celebrados por adhesión y en las cláusulas generales de contratación no aprobadas administrativamente, no son válidas las estipulaciones que establezcan en favor de quien las ha redactado, exoneraciones o limitaciones de responsabilidad; facultades de suspender la ejecución del contrato, de rescindirlo o de resolverlo, o de prohibir a la otra parte el derecho de oponer excepciones o de prorrogar o renovar tácitamente el contrato”.

La norma en comento no establece diferencias con respecto a la categoría personal o a la valoración subjetiva de las partes, en tal sentido no interesa para nuestro sistema que el adherente pueda ser una empresa o personas consumidoras, en tal proyección nuestro Código se asemeja al sistema alemán e italiano.

Debemos dejar en claro que en los contratos de adhesión la parte no solamente puede adherirse a cláusulas generales de contratación, sino que también puede darse, la adhesión a cláusulas particulares de contratación

Las cláusulas abusivas han sido abordadas desde el punto de vista jurídico económico, en diferentes perspectivas, la del liberalismo y el socialismo, en tal sentido los liberalistas señalan que no debe permitirse las legislaciones intervencionistas o el intervencionismo estatal, legislaciones paternalistas que

ahuyentan a los inversionistas al entrometerse en las relaciones privadas; es la visión del derecho que proviene de la escuela económica de Chicago, que defiende el libre mercado; en nuestro país por ejemplo, tal visión es defendida por Alfredo Bullard, para quien las cláusulas que se reputan abusivas o vejatorias no deben ser materia de regulación, tal autor señala que al consumidor se le trata como si fuera un idiota cuando la Ley de defensa del consumidor, intentando justificarse en las buenas intenciones de protegerlo, estandariza, aparentemente para protegerlo de los abusos de las empresas; para dicho autor, el mercado debe desenvolverse dándole completa libertad al consumidor sin intervencionismos, pues refiere que el poder del consumidor radica en la libertad de elegir, como diciendo: “los abusos se corrigen reforzando ese poder y permitiendo que la demanda castigue a la oferta abusiva. Es difícil imaginar cómo restringiendo su poder de elección, se le da más poder a alguien. Pero así es el discreto encanto de socialismo: cree en la absurda paradoja de hacer más libres a las personas quitándoles la libertad”.¹²

La otra corriente que está en contraposición a la primera, es la que propone la regulación normativa de la prohibición de las cláusulas abusivas desde el análisis de los enfoques Kelseniano, Neo kelseniano, Post Kelseniano, Institucionalismo, Neo Institucionalismo, Economía conductual y economía post moderna.

Merino Acuña llega a la conclusión que no hay forma de ignorar los criterios de justicia económica, aunque siempre se intente desacreditarlos, sostiene que el criterio de Pareto¹³ tiene límites éticos por lo que aunque muchas veces la

¹² Bullard Gonzales, Alfredo. ¿Es el consumidor un idiota?, el falso dilema entre el consumidor razonable el consumidor ordinario. [En línea]. Consultado el 13 de Marzo de 2016. Disponible en: <http://servicio.indecopi.gob.pe/revistaCompetencia/castellano/articulos/otonio2010/AlfredoBullard.pdf>

¹³ Véase el ejemplo kanteano siguiente: un pordiosero come solo una vez al día y duerme en la calle. Lo observa un empresario adinerado y le hace una oferta: si es que acepta ser su esclavo,

transacción aparezca como eficiente son necesarios mecanismos que incidan o prohíban la distribución hecha en el contrato cuando representa el abuso de una parte sobre la otra.¹⁴

Tal autor defiende la tesis en favor de la regulación de la prohibición de las cláusulas abusivas, señalando al respecto que tal regulación “es un buen ejemplo para observar el contraste entre el discurso económico dominante y los principios éticos y sociales que por siglos han alimentado la civilidad jurídica. Después de desarrollar las diversas críticas a los paradigmas neoclásicos y austriacos evidenciados por muchos académicos y escuelas económicas alternativas, creo que es bastante claro que no hay forma de ignorar los criterios de justicia económica aunque siempre se intente desacreditarlos”; agrega asimismo dicho autor, “se dice que las normas de protección son contraproducente contra los propios beneficiados porque incrementan los costos que las empresas deben asumir y lo trasladan a los precios. Estos argumentos, sin embargo, no tienen ni siquiera un adecuado sustento económico”.¹⁵

Estas son las dos corrientes de pensamiento acerca de las cláusulas abusivas, que se encuentran a favor y la otra postura en contra de la regulación de dichas cláusulas

el empresario le dará dos comidas al día y además una cama donde pueda dormir. Al cerrar la transacción obtendremos la superioridad Pareto: las dos personas están mejor, el pordiosero comerá más y tendrá un lugar donde dormir, y el empresario tendrá un esclavo a su disposición para que trabaje para él. ¿Esta transacción acaso debería ser respetada porque resulta eficiente en términos de Pareto? Ejemplo tomado del Artículo: los fundamentos de la regulación de las cláusulas abusivas en Revista Jurídica del Perú Tomo 129 p.312.

¹⁴ Merino Acuña, Rogger. Los fundamentos de la regulación de las cláusulas abusivas. Revista Jurídica del Perú. Lima. 201, p. 312.

¹⁵ Merino Acuña, Rogger. Los fundamentos de la regulación de las cláusulas abusivas. Revista Jurídica del Perú. Lima. 201, p. 316.

La tesis por el liberalismo, es decir por la no regulación, que es defendida como lo hemos dicho anteriormente por Alfredo Bullard, quien termina señalando: “Sin duda le temo más a las decisiones idiotas del lado de la regulación”¹⁶, ello al referirse a algunos actos de los consumidores que pueden ser considerados como idioteces o conductas poco razonables, asumiendo que más que las idioteces que puede incurrir el consumidor le preocupa las idioteces que puede darse por el lado de la regulación o el intervencionismo.

En nuestra Ley de Protección al consumidor actualmente vigente, ha primado la postura de regular la prohibición de las cláusulas abusivas en la orientación a favor de darle mayor protección al consumidor sobre la base del sustento que se está ante una relación asimétrica.

Espinoza en nuestro medio ha desarrollado un interesante artículo sobre las cláusulas vejatorias en la óptica nacional y comparada, así al referirse al contenido de la Directiva Comunitaria 93/13/CEE del 05 de abril de 1993, refiere que ésta clasifica las cláusulas abusivas en las siguientes: cláusulas de desequilibrio y cláusulas de sorpresa:¹⁷

Cláusulas de desequilibrio (entre los derechos y obligaciones de las partes que derivan del contrato), las que se sub clasifican en:

Cláusulas relativas a la disponibilidad del vínculo, cuando la empresa decide la formación o la continuidad del vínculo contractual.

¹⁶ Bullard Gonzales, Alfredo. Código Del consumo: el discreto encanto del socialismo. Artículo del Diario El Comercio. Lima. 2010

¹⁷ Espinoza Espinoza, Juan. Las cláusulas vejatorias en los contratos estipulados unilateralmente. Themis Numero 38. Lima. 2015, p148 -150.

Cláusulas relativas al régimen de responsabilidad del consumidor, cuando se da un régimen severo de responsabilidad al consumidor sin la debida reciprocidad con respecto a la empresa.

Cláusulas relativas al régimen de la responsabilidad de la empresa, cuando se da un tratamiento particularmente favorable para la empresa.

Cláusulas de Sorpresa, cuando se expone al consumidor a encontrarse implicado en situaciones contractuales diversas y desventajosas, respecto de las que podía razonablemente imaginar o prever, tales cláusulas se sub clasifican en:

- a) Cláusulas de sorpresa en el vínculo, cuando la situación nueva e imprevista, en la cual se coloca al consumidor se refiere a la permanencia en el vínculo contractual, por ejemplo, las cláusulas que autorizan poner fin a un contrato de duración indefinida; o que prorrogan automáticamente un contrato sin notificación previa para el consumidor.
- b) Cláusulas de sorpresa sobre regulación, cuando el consumidor está expuesto a sufrir modificaciones en los contenidos contractuales, por ejemplo, aquellas cláusulas que prevén la adhesión, sin conocimiento previo de cláusulas futuras; o las que le atribuyen a la empresa un excesivo *ius variandi*, en los precios de los productos.

En nuestro sistema, Soto Coaguila, postula en favor de la intervención del legislador para garantizar el equilibrio en la relación contractual en aquellos contratos predispuestos, señalando:

“En los contratos predispuestos, donde no existe una igualdad en la negociación y celebración de contrato, producto de la asimetría de información, que posee cada uno de los contratantes, se hacen necesaria la intervención del legislador a efecto de garantizar un equilibrio en la relación contractual, sin que ello signifique una revisión autoritaria del contenido de todos los contratos, sino únicamente en los casos en el que el predisponente perjudique al contratante que no pudo ejercer totalmente su autonomía privada al momento de celebrarlo. Si el operador del derecho tiene conciencia de la existencia de ambos sistemas de contratación privada y la necesidad de aplicar reglas distintas en cada sistema contractual, logrará una verdadera justicia contractual, ya que no es lo mismo celebrar un contrato entre dos sujetos que pueden diseñar el esquema contractual, incorporando las cláusulas y condiciones que consideren que tutelarán de mejor forma los intereses y celebrar un contrato donde una de las partes se encuentra muchas veces en la disyuntiva de aceptar o de rechazar el contrato predispuesto.”¹⁸

ARIAS Shereiber ¹⁹ al referirse sobre los contratos celebrados sobre la base de cláusulas generales de contratación, refiere que, éstas son modalidades de la contratación masiva en las que la ineludible tarea de regularlas se encuentra orientada a defender al consumidor y, consecuentemente, reducir la brecha existente entre la parte fuerte empresarios y la parte débil que son los consumidores, por lo que según la postura del citado tratadista la finalidad de regulación de las clausulas generales se sustenta en la protección jurídica o defensa de la masa consumidora.

¹⁸ Soto Coaguila , Carlos Alberto, Las Clausulas Generales de Contratación y las Cláusulas Abusivas en los Contratos predispuestos , Revista Vniversitas Octubre 2003, pág.609

¹⁹ Soto Coaguila , Carlos Alberto, Obra Citada página 581.

Sin embargo, Manuel De la Puente y Lavalle, no es de la misma orientación que el tratadista anterior, quien señala: “la función de la contratación masiva a través de las cláusulas generales de contratación, es permitir el tráfico masivo de bienes y servicios y, para lograr su fluidez, las cláusulas generales de contratación están orientadas a favorecer la producción y el comercio, y no al productor o al comerciante”.²⁰

En igual proyección de protección al consumidor en relación a las cláusulas generales de contratación, se encuentra Rodríguez Chávez, señalando: “las cláusulas abusivas generan en un contrato de consumo celebrado con arreglo a cláusulas generales de contratación, situaciones de desequilibrio o desigualdad, reduciendo, limitando, o eliminando por completo los derechos del consumidor; aumentando o haciendo excesivamente onerosas sus cargas y obligaciones contractuales o, por el contrario, aumentando o concediendo mayores facultades, beneficios o derechos al proveedor, o limitando, excluyendo o reduciendo sus deberes u obligaciones contractuales. La presencia de las cláusulas abusivas en la esfera contractual justifica la actuación de distintos mecanismos de tutela del consumidor”²¹.

LEY N^o 29571.- Código de protección y defensa del consumidor

Artículo 63.- Regulación de los servicios públicos La protección al usuario de los servicios públicos regulados por los organismos reguladores a que hace

²⁰ Soto Coaguila , Carlos Alberto, Obra Citada página 581.

²¹ Rodríguez Chávez , Reyler Yulfo . TUTELA DEL CONSUMIDOR CONTRA CLÁUSULAS ABUSIVAS, Web www.derechocambiosocial.com , Fecha de publicación: 01/01/2014

referencia la Ley núm. 27332, Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos, se rige por las disposiciones del presente Código en lo que resulte pertinente y por la regulación sectorial correspondiente. La regulación sectorial desarrolla en sus normas reglamentarias los principios de protección establecidos en el presente Código. El ente encargado de velar por su cumplimiento es el organismo regulador respectivo. Para los efectos del cumplimiento de la finalidad señalada, el organismo regulador debe, entre otros, efectuar la permanente fiscalización de la medición del servicio, de las condiciones de facturación, y desarrollar sus facultades de sanción, cuando corresponda.

Artículo 64.- Principios generales aplicables a los procedimientos de reclamaciones en materia de servicios públicos regulados

64.1 En la tramitación de los procedimientos de reclamaciones interpuestas por los usuarios de los servicios públicos regulados, rigen los siguientes principios:

- a. Principio de celeridad: Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas. En caso de que el reclamo no sea resuelto por el proveedor dentro del plazo fijado, se aplica el silencio administrativo positivo y se da la razón al reclamante.
- b. Principio de concentración procesal: Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas tendiendo a una reducción de los actos procesales, sin afectar el derecho al debido procedimiento.
- c. Principio de simplicidad: Los procedimientos de reclamaciones de usuarios deben ser atendidos y solucionados con las formalidades mínimas siempre que aseguren la adecuada protección a los derechos del usuario.

d. Principio de transparencia: Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas, garantizando el acceso de estos al expediente y a la información sobre el procedimiento, en cualquier etapa de las mismas, con las restricciones que establezca la Ley.

e. Principio de no discriminación: En los procedimientos de reclamaciones, no se discrimina entre los usuarios de servicios de naturaleza equivalente.

f. Principio de responsabilidad: Los órganos competentes a cargo de la tramitación de las reclamaciones presentadas por los usuarios son responsables de los actos procesales que ejecuten.

g. Principio de gratuidad: La interposición de reclamaciones de los usuarios de servicios públicos es gratuita.

h. Principio de presunción de veracidad: Se presume que, en la interposición de sus reclamaciones, los usuarios expresan la verdad sobre su identidad y condición de usuario del servicio, sin perjuicio de las verificaciones posteriores pertinentes.

i. Principio de eliminación de exigencias costosas: No se exige la presentación de documentos que contengan información que la propia entidad que los solicita posea o deba poseer por haber sido generada en cumplimiento de sus funciones.

j. Principio de subsanación: En los procedimientos de reclamaciones de usuarios, los órganos establecidos para atender las mismas, que adviertan errores u omisiones en el procedimiento, deben encausarlos de oficio.

k. Principio de buena fe en los procedimientos: Las partes intervinientes en un procedimiento de reclamación realizan sus respectivos actos procedimentales guiados por el respeto mutuo, la colaboración y la buena fe. Ninguna actuación

en el procedimiento de reclamación puede realizarse de modo tal que ampare alguna conducta contra la buena fe procesal.

64.2 Los escritos presentados en el procedimiento de reclamaciones no requieren firma de abogado. Asimismo, en dichos procedimientos, no es obligatorio que los usuarios de servicios públicos cuenten con la asesoría de un abogado.

Artículo 65.- Atención de reclamaciones Los usuarios tienen derecho a que sus reclamaciones vinculadas a la prestación de servicios públicos sean resueltas en última instancia administrativa por el organismo regulador respectivo. Las instancias competentes, sus facultades y los procedimientos que rigen su actuación son los establecidos en las respectivas disposiciones emitidas por los organismos reguladores. Sin perjuicio de ello, los prestadores de los servicios públicos deben implementar un sistema en el que deben registrarse todas las reclamaciones que presenten los usuarios de los servicios públicos. Este registro debe permitir hacer un seguimiento de estas desde su inicio hasta la emisión de la resolución correspondiente por parte de la empresa proveedora del servicio público. Registrada una reclamación, la empresa proveedora del servicio público informa al usuario respecto del número o código de registro de la misma. La empresa proveedora del servicio público debe remitir al organismo regulador correspondiente, periódicamente, un reporte de las reclamaciones presentadas, de acuerdo a su respectiva regulación sectorial.

Artículo 66.- Garantía de protección a los usuarios de servicios públicos regulados

66.1 La empresa proveedora del servicio público debe proporcionar al usuario reclamante, a su solicitud, información oportuna respecto al estado de los procedimientos de reclamación tramitados por este.

66.2 La empresa proveedora del servicio público no puede condicionar la atención de las reclamaciones formuladas por los usuarios al pago previo del monto reclamado.

66.3 La empresa proveedora del servicio público no puede suspender la prestación del servicio basándose en la falta de pago de los montos objeto de reclamación en tanto esta no haya sido resuelta ni puede efectuar gestiones de cobranza por dichos montos mientras la reclamación presentada se encuentre en trámite.

66.4 Los usuarios tienen derecho a recibir el servicio público de acuerdo con los parámetros de calidad y condiciones establecidos por la normativa sectorial correspondiente. Para tal fin, los usuarios deben realizar el pago oportuno de la contraprestación respectiva y hacer uso del servicio de acuerdo con los fines para los cuales fue contratado.

66.5 Los usuarios de servicios públicos tienen derecho a la continuidad del servicio y los proveedores son responsables por dicho incumplimiento de acuerdo con la normativa pertinente.

66.6 Los usuarios tienen derecho a la acumulación del saldo de minutos o segundos no consumidos en los paquetes de minutos o segundos predeterminados en las tarjetas o en las recargas virtuales o similares de telefonía fija o celular, conforme a las normas reglamentarias que para dicho efecto emita el organismo regulador competente.

66.7 Los consumidores del servicio de transporte nacional en cualquier modalidad pueden endosar o transferir la titularidad del servicio adquirido a favor de otro consumidor plenamente identificado o postergar la realización del servicio en las mismas condiciones pactadas, pudiendo ser considerado como parte de pago según lo pactado, debiendo comunicar ello de manera previa y fehaciente al proveedor del servicio con una anticipación no menor a veinticuatro (24) horas de la fecha y hora prevista para la prestación del servicio, asumiendo los gastos únicamente relacionados con la emisión del nuevo boleto, los cuales no deben ser superiores al costo efectivo de dicha emisión.

Capítulo II Productos o servicios de salud Artículo

67.- Protección de la salud

67.1 El proveedor de productos o servicios de salud está en la obligación de proteger la salud del consumidor, conforme a la normativa sobre la materia.

67.2 La prestación de servicios y la comercialización de productos de salud a los consumidores se rigen por las disposiciones establecidas en la Ley núm. 26842, Ley General de Salud, normas complementarias, modificatorias o las que la sustituyan y en lo que no se oponga por las disposiciones del presente Código.

67.3 Los establecimientos de salud y los servicios médicos de apoyo tienen el deber de informar al consumidor, a sus familiares o allegados sobre las características del servicio, las condiciones económicas de la prestación y demás términos y condiciones, así como los aspectos esenciales vinculados al acto médico.

67.4 El derecho a la protección de la salud del consumidor es irrenunciable. Sin perjuicio del pleno reconocimiento de estos derechos conforme a la normativa

de la materia, los consumidores tienen, de acuerdo al presente Código, entre otros, los siguientes derechos:

a. A que se les brinde información veraz, oportuna y completa sobre las características, condiciones económicas y demás términos y condiciones del producto o servicio brindado.

b. A que se les dé, en términos comprensibles y dentro de las consideraciones de ley, la información completa y continua sobre su proceso, diagnóstico, pronóstico y alternativas de tratamiento, así como sobre los riesgos, contraindicaciones, precauciones y advertencias sobre los productos o servicios brindados.

c. A que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio.

67.5 Lo previsto en el Código no afecta las normas que en materia de salud otorguen condiciones más favorables al usuario.

Artículo 68.- Responsabilidad por la prestación de servicios de salud

68.1 El establecimiento de salud es responsable por las infracciones al presente Código generadas por el ejercicio negligente, imprudente o imperito de las actividades de los profesionales, de los técnicos o de los auxiliares que se desempeñen en el referido establecimiento, sin perjuicio de las responsabilidades que les correspondan a estos.

68.2 El establecimiento de salud también es responsable por los actos de los profesionales que de manera independiente desarrollen sus actividades empleando la infraestructura o equipos del primero, salvo que el servicio haya

sido ofrecido sin utilizar la imagen, reputación o marca del referido establecimiento y esa independencia haya sido informada previa y expresamente al consumidor; sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo

68.1. La responsabilidad del establecimiento de salud conforme a esta norma es solidaria. Artículo 69.- Seguros de salud 69.1 Las empresas de seguros están en la obligación de informar clara y destacadamente al consumidor el tipo de póliza y la cobertura de los seguros de salud.

69.2 La prestación de servicios de seguros de salud y el contenido de sus contratos se sujetan a lo dispuesto por la regulación especial emitida por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

Artículo 70.- Planes y programas ofrecidos por los proveedores de servicios de salud Los proveedores de servicios de salud que ofrezcan programas o planes que otorguen beneficios similares o equivalentes a los seguros de salud, deben incluir en sus contratos las siguientes condiciones mínimas:

- a. Información clara y destacada sobre lo que es materia del servicio. Particularmente debe informarse al consumidor sobre las restricciones en lenguaje de fácil comprensión para una persona no versada en la materia.
- b. Entrega bajo cargo del documento escrito en el que consten las condiciones del contrato.
- c. Entrega bajo cargo de una hoja resumen en la que consten las exclusiones, coberturas y condiciones relevantes de la póliza en términos comprensibles.

- d. Información sobre el monto de los beneficios y el precio del programa o plan de salud. La posibilidad de cualquier modificación del precio debe ser advertida de manera destacada al consumidor.
- e. Información sobre las consecuencias de falta de pago del precio para acceder a los servicios y beneficios contratados.
- f. Información sobre el alcance, riesgos o circunstancias excluidas de la cobertura del programa o plan de salud, las fechas y modalidades de pago del producto o servicio.
- g. Información sobre los establecimientos en los cuales puede hacerse valer el servicio contratado y sobre el representante del proveedor encargado de atender los eventos.
- h. Información sobre la vigencia del producto o servicio y las condiciones para la renovación del contrato.

Artículo 71.- Financiamiento de los programas de salud por un tercero Cuando el precio por un programa o plan ofrecido por los proveedores de servicios de salud sea financiado por un tercero distinto a dichos proveedores, se genera una relación de crédito que es independiente del servicio contratado. En estos casos, la prestación de beneficios no está vinculada a la condición del cumplimiento de la obligación crediticia. Cuando el pago de la cuota de financiamiento sea condición para continuar bajo la cobertura del plan ofrecido, ello debe ser informado expresamente y por escrito a los consumidores de manera previa a la contratación.

Artículo 72.- Condiciones aplicables a los seguros de salud y planes y programas de salud Las empresas de seguros y los proveedores de servicios de salud no

pueden, mediante la variación unilateral de las condiciones referidas a preexistencias, eliminar las coberturas inicialmente pactadas. Esta disposición también se aplica para las renovaciones de los planes o seguros de salud.

Capítulo III Productos o servicios educativos

Artículo 73.- Idoneidad en productos y servicios educativos El proveedor de servicios educativos debe tener en consideración los lineamientos generales del proceso educativo en la educación básica, técnico-productiva y educación superior, asegurando la calidad de los servicios dentro de la normativa sobre la materia.

Artículo 74.- Derechos esenciales del consumidor en los productos y servicios educativos

74.1 Atendiendo a la especialidad de los productos y servicios educativos, el consumidor tiene derecho esencialmente a lo siguiente:

- a. Que se le brinde por escrito información veraz, oportuna, completa, objetiva y de buena fe sobre las características, condiciones económicas, ventajas y demás términos y condiciones del producto o servicio.
- b. Que se le cobre la contraprestación económica correspondiente a la prestación de un servicio efectivamente prestado por el proveedor de servicios educativos.
- c. Que se le informe antes de que se inicie el proceso de contratación sobre los documentos, certificaciones, licencias o autorizaciones con que cuenta el proveedor para desarrollar lícitamente la actividad.

- d. Que se le informe de manera clara y destacada sobre la naturaleza y condiciones de la certificación que será otorgada a la conclusión del programa y servicio contratado.
- e. Que no se condicione la entrega del documento que acredite, certifique o deje constancia del uso o desarrollo del producto o servicio a pago distinto del derecho de trámite, salvo en el caso de que el usuario registre deuda pendiente con la institución educativa, en concordancia con la legislación sobre la materia.
- f. Que se tomen medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes.
- g. Que la institución educativa difunda y promueva objetivamente las ventajas y cualidades que ofrecen a los usuarios.

74.2 La enumeración de los derechos establecidos en esta norma no excluye los demás que la Constitución Política del Perú o normas especiales garantizan ni otros de naturaleza análoga o que se fundan en el respeto de los derechos reconocidos en el presente Código.

Artículo 75.- Deber de informar de los centros y programas educativos Los centros y programas educativos antes de finalizar cada período educativo y durante el proceso de matrícula están obligados a brindar en forma veraz, suficiente, apropiada y por escrito al consumidor información sobre el monto, número y oportunidad de pago de las cuotas o pensiones del siguiente período educativo, así como la posibilidad de que se incremente el monto de las mismas.

Capítulo IV Productos o servicios inmobiliarios

Artículo 76.- Protección del consumidor en contratos inmobiliarios

El derecho del consumidor a la información obliga al proveedor de productos y servicios inmobiliarios a informar sobre las características del inmueble que está adquiriendo así como a proporcionar toda aquella documentación que acredite la existencia de autorizaciones municipales, el área del inmueble, el proceso de titulación, habilitación urbana, saneamiento, materiales empleados en la construcción y en los acabados, inscripciones registrales del terreno y Declaratoria de Fábrica o de Edificación, reglamento interno, independización y toda aquella documentación relevante.

Artículo 77.- Información mínima en el proceso de compra

77.1 Los proveedores deben establecer e implementar medidas para brindar, como mínimo, información clara y veraz sobre:

- a. La identificación del proveedor inmobiliario, del representante legal, en el caso de que se trate de personas jurídicas, la dirección completa del inmueble, los teléfonos de contacto y la dirección de correo electrónico o página web.
- b. La descripción del inmueble, cantidad de unidades inmobiliarias y características relevantes tales como el área exclusiva y común, de ser el caso, medidas perimétricas y acabados del inmueble. Asimismo, deben adoptar medidas para permitir que el consumidor acceda a esta información.

77.2 Los proveedores deben implementar y mantener procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato considerando los aspectos siguientes:

- a. Partida registral en el caso de bienes inscritos o título en el caso de bienes no inscritos, que acredite que quien suscribe el o los contratos de compraventa es

propietario del inmueble ofrecido o del inmueble matriz del cual se independizará el producto ofrecido.

b. Situación del proceso de habilitación urbana o de licencias de edificación, según corresponda. c. Plano del inmueble ofertado, precisando qué aspectos tienen carácter referencial, de ser el caso.

d. Identificación y características del inmueble: ambientes, área del inmueble, áreas comunes, acabados y servicios públicos domiciliarios con los que cuenta, diferenciando los servicios propios de los servicios comunes, tales como electricidad, agua potable y alcantarillado.

e. Precio de venta del inmueble ofertado, incluyendo la forma de pago, plazo, moneda en la que se realiza el pago, los gastos y tributos, promociones y descuentos, y cronograma de pagos debidamente desagregado.

f. Condiciones de la separación: vigencia, causales y efectos de la resolución (gastos administrativos y penalidades). En la venta de inmuebles sobre planos o de bienes futuros, el proveedor debe devolver el íntegro de los pagos adelantados efectuados por todo concepto a sola solicitud del consumidor, en el caso de que la prestación no se llegue a ejecutar por causas atribuibles al proveedor.

g. Datos del proveedor: Partida Registral de la Persona Jurídica, nombre de los representantes legales con sus vigencias de poder debidamente inscrito, Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Documento Nacional de Identidad (DNI), de ser el caso.

h. Tratándose de bienes futuros, el documento que acredite la aprobación del proyecto de habilitación urbana o el anteproyecto de arquitectura, según corresponda.

i. Vigencia de la oferta.

j. Tratándose de inmuebles terminados, copia de la Hoja de Resumen (HR), Predio Urbano (PU), acreditación de no adeudo de tributos o de la situación tributaria del inmueble, y partida registral donde conste la independización del inmueble, de ser el caso.

77.3 Cuando el financiamiento del precio de venta o parte de este sea ofrecido directamente por el proveedor, debe informar previa y detalladamente e incorporar en una hoja resumen con la firma del proveedor y del cliente lo siguiente:

a. El monto de los intereses y las tasas de interés aplicables conforme a las disposiciones del presente Código y las cláusulas penales, si las hubiera.

b. El monto y detalle de cualquier cargo adicional, si lo hubiera.

c. El número de cuotas o pagos a realizar, su periodicidad y la fecha de pago, asimismo, todos los beneficios pactados por el pago en el tiempo y forma de todas las cuotas.

d. La cantidad total a pagar por el inmueble, incluyendo el precio al contado más los intereses y gastos administrativos.

e. El derecho de efectuar el pago anticipado o prepago de los saldos, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las

cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

f. Los alcances y obligaciones puntuales de las garantías y avales, si los hubiera.

g. Cualquier otra información que sea relevante.

77.4 En caso de que el financiamiento del precio de venta o parte de este sea otorgado por una entidad financiera, es esta la que detalla las condiciones de aquel de acuerdo a las disposiciones contenidas en el presente Código y de las emitidas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

Artículo 78.- Información mínima del contrato de compraventa

78.1 Los proveedores deben establecer, implementar y mantener procedimientos para evidenciar que el contrato sea accesible y contenga como mínimo la siguiente información:

a. Identificación de las partes contratantes señalando sus respectivos domicilios legales.

b. Identificación del inmueble materia de venta.

c. Identificación de la partida registral del inmueble; en los casos de bien futuro, del inmueble matriz.

d. Área exclusiva y común, de ser el caso, medidas perimétricas, acabados del inmueble y las características relevantes del inmueble.

e. Precio de venta del inmueble ofertado.

f. Forma de pago y plazo.

- g. Plazo, fecha o condiciones expresas de entrega del inmueble y penalidades por incumplimiento que se hubieran pactado.
- h. Supuestos en los cuales se aplican penalidades y el monto de las mismas.
- i. La obligación del vendedor de firmar todos los documentos que sean necesarios para perfeccionar la transferencia del inmueble.
- j. Mecanismos para la solución de controversias.

78.2 A la firma de los contratos de compraventa debe entregarse al comprador la siguiente información: I. Cuando se trate de bienes futuros:

- a. Lotes: - Resolución emitida por la municipalidad correspondiente y plano de la aprobación del proyecto de habilitación urbana. - Plano de la lotización, en el que se detalle la ubicación del lote. - Plano del lote con indicación del área y medidas perimétricas. - Características de la habilitación urbana.
- b. Edificaciones: - Aprobación del anteproyecto o proyecto. - Plano de distribución. - Características de los acabados, servicios públicos domiciliarios, áreas comunes y otras características relevantes. II. Cuando se trate de bienes terminados -lotes o edificaciones -, copia de la partida registral, así como de los planos de las instalaciones de los servicios del inmueble y los planos de las instalaciones de servicios comunes, en el caso de propiedad común, entregándose esto último a la junta de propietarios respectiva.

Artículo 79.- Obligación de saneamiento del proveedor

Al momento de la entrega del inmueble, el consumidor tiene el derecho de expresar por escrito su aprobación respecto a las características, condiciones y estado en general del bien que se le entrega. De igual modo, el consumidor puede expresar su desaprobación siempre que esta entrega no corresponda a

características y condiciones previstas en el contrato, según las siguientes reglas: 1. En el caso de venta de terrenos dentro de un proceso de habilitación urbana, el consumidor puede expresar su desaprobación sobre cambios en el metraje que se encuentren fuera de los rangos acordados, ubicación del lote, mobiliario urbano circundante dentro del proyecto de habilitación urbana y en general aquellas que impidan o limiten su uso. 2. En el caso de venta de bienes futuros, el consumidor puede expresar su desaprobación sobre desperfectos, deficiencias u otras condiciones que desmejoren el valor del inmueble que se le entrega, o que impidan o limiten su uso. 3. En el caso de venta de bienes de segunda mano o que no son de estreno, el consumidor puede expresar su desaprobación si el proveedor modifica las características y condiciones del inmueble que se vende con posterioridad al contrato de compraventa. 4. De presentarse alguna de estas situaciones, el consumidor puede exigir, a través de los mecanismos legales pertinentes, la reparación, la reducción del precio o la resolución o rescisión del contrato, según corresponda.

Artículo 80.- Servicio posventa Los proveedores deben implementar y mantener procedimientos para ofrecer una información completa sobre lo siguiente:

- a. Los períodos de garantía, que son establecidos por el proveedor de acuerdo con los siguientes criterios: (i) si son componentes o materiales, de acuerdo con lo establecido por el proveedor de los mismos; (ii) si son aspectos estructurales, como mínimo cinco (5) años desde emitido el certificado de finalización de obra y recepción de obra por parte de la municipalidad.
- b. El manual de uso del propietario, que debe contener como mínimo la descripción de los componentes del inmueble, los cuidados que hay que

observar para el mantenimiento adecuado y los riesgos que pueden derivarse del mal uso.

c. Disponer de personal idóneo y ofrecer diferentes alternativas de contacto para la recepción de sugerencias, reclamos o solicitudes de servicios.

d. Ofrecer servicio de atención: dar respuesta dentro del plazo establecido por el proveedor e informar las causas ajenas al mismo que pueden afectar su cumplimiento.

e. Establecer un procedimiento de atención de quejas sencillo y rápido que incluya el registro y seguimiento de las mismas.

Capítulo V Productos o servicios financieros

Artículo 81.- Marco legal La materia de protección al consumidor de los servicios financieros prestados por las empresas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones se rige por las disposiciones del presente Código, así como por las normas especiales establecidas en la Ley núm. 28587, Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros, y las normas reglamentarias emitidas para garantizar su cumplimiento. La regulación y supervisión del sistema financiero así como los productos y servicios se rige en virtud del principio de especialidad normativa por la Ley núm. 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros.

Artículo 82.- Transparencia en la información de los productos o servicios financieros

Los proveedores de servicios financieros están obligados a informar a los consumidores o usuarios de manera clara y destacada la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) y la Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA), aplicable para operaciones activas en cuotas o pasivas, respectivamente. La TCEA y la TREA deben comprender todos los costos directos e indirectos que, bajo cualquier denominación, influyan en su determinación, de conformidad con lo dispuesto por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones mediante norma de carácter general. La Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones regula la información que las instituciones financieras deben proporcionar al consumidor o usuario en cualquier operación que conlleve el cobro de intereses, comisiones y gastos.

Artículo 83.- Publicidad en los productos o servicios financieros de crédito

En la publicidad de productos o servicios financieros de crédito que anuncien tasas de interés bajo el sistema de cuotas, el proveedor debe consignar de manera clara y destacada la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA), calculada para un año de trescientos sesenta (360) días. Cuando se anuncien tasas de interés bajo la modalidad de crédito revolvente, debe consignarse en la misma forma la Tasa de Interés Efectiva Anual (TEA) con el monto y detalle de cualquier cargo aplicable o remitir expresamente esta información complementaria a una fuente de información distinta fácilmente accesible y gratuita. No puede, bajo ninguna denominación, hacerse referencia a tasas de interés distintas a las indicadas.

Artículo 84.- Publicidad en los productos o servicios financieros pasivos En el caso de la publicidad de productos o servicios financieros que anuncien tasas de

interés pasivas, el proveedor debe anunciar la Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA) calculada para un año de trescientos sesenta (360) días.

Artículo 85.- Contratación de servicios financieros y modificaciones contractuales Sin perjuicio de la observancia de los derechos reconocidos al consumidor en el presente Código, las entidades del sistema financiero pueden decidir la contratación con los usuarios del servicio en función a las condiciones particulares de riesgo, el comportamiento crediticio, las características de los productos que se diseñen para los mercados y la falta de transparencia debidamente reglamentada por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones. Cuando las modificaciones o la resolución del contrato tengan por sustento la aplicación de normas prudenciales emitidas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, las empresas no se encuentran obligadas a cursar a sus clientes la comunicación previa que se exige en el artículo 5 de la Ley núm. 28587, Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros. Las normas prudenciales emitidas por la citada autoridad son aquellas tales como las referidas a la administración del riesgo de sobreendeudamiento de deudores minoristas o por consideraciones del perfil del cliente vinculadas al sistema de prevención del lavado de activos o del financiamiento del terrorismo.

Artículo 86.- Derecho a efectuar pagos anticipados Los consumidores tienen derecho, en toda operación de crédito a plazos bajo el sistema de cuotas o similares, a efectuar el pago anticipado o prepago de los saldos, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las

cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

Artículo 87.- Imputación de pagos Los consumidores tienen derecho a ser informados respecto a las condiciones aplicables a las distintas obligaciones que pueden ser asumidas en virtud de un mismo contrato de crédito, detallando para tal efecto las tasas de interés, demás cargos aplicables y la oportunidad de pago para cada una de dichas obligaciones, así como el orden de imputación de pagos de estas. En los contratos de crédito por adhesión o con cláusulas generales de contratación de empresas financieras sujetas al ámbito de supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, el orden de imputación de pagos pactado no puede conllevar un agravamiento desproporcionado del monto adeudado, salvo que la empresa acredite fehacientemente la existencia efectiva de negociación e informe adecuadamente al consumidor en documento aparte sobre las consecuencias e implicaciones económicas de la regla de imputación adoptada. La carga de la prueba de la existencia de negociación y de que se informó al consumidor corresponde al proveedor. De existir contratos de crédito por adhesión o celebrados en base a cláusulas generales de contratación con distintas obligaciones en los que no se haya pactado la aplicación de los pagos, o en caso de no ser preciso el convenio celebrado o genere dudas respecto a sus alcances, o no se haya cumplido con la obligación a cargo del proveedor a que se refiere el párrafo precedente, los pagos se aplican en primer lugar a la obligación menos garantizada, y de estar igualmente garantizadas, a la más onerosa, y de ser igualmente onerosas, a la más antigua. No se puede, sin el asentimiento del proveedor, aplicar los pagos al capital antes que a los gastos y a estos antes que a los intereses.

Artículo 88.- Reclamo de productos o servicios financieros y de seguros

88.1 Las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, deben resolver los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridad de Consumo.

88.2 El reclamo debe presentarse y registrarse en la forma que determinan las normas de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

88.3 En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el Indecopi, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.

Artículo 89.- Informe técnico de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones En los casos en que sea necesaria la interpretación de la Ley núm. 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, o las normas dictadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, el INDECOPI debe solicitar a esta un informe técnico.

Artículo 90.- Garantías de la reclamación

90.1 Con periodicidad trimestral, las entidades del sistema financiero están obligadas a remitir información a la autoridad competente sobre los reclamos que hayan tramitado, las decisiones que hayan adoptado y las acciones que hayan implementado para que los hechos que afectan a un consumidor, pero trasciendan a otros, sean corregidos sin necesidad de intervención del regulador.

90.2 En caso de identificar comportamientos derivados de acciones individuales que tengan repercusión en los demás consumidores, la autoridad competente remite esa información al INDECOPI para que inicie el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.

2.4 Definiciones conceptuales

Consumidores o usuarios: son las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor. 1.2 Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio. 1.3 En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.

Proveedores: Son las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes: Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

2. Productores o fabricantes: Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.
3. Importadores: Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.
4. Prestadores: Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

Proveedor Virtual: Se incorpora el término "proveedor virtual" definido como aquel proveedor con RUC que establece sus relaciones de consumo a través de portales web; y, en el caso de estos proveedores, el Libro de Reclamaciones Virtual deberá estar alojado en la página de inicio del portal web, deberá permitir la impresión de la Hoja de Reclamación y el envío automático al correo electrónico indicado por el consumidor, dejándose constancia de la fecha y hora de presentación del reclamo o queja

Producto: Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no.

Servicio: Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.

El Contrato De Adhesión: "El contrato por adhesión o con cláusulas generales de contratación (CGC) es una expresión de la contratación masiva, por la cual se realizan una gran cantidad de transacciones y una de las partes del contrato se limita a aceptar su contenido, sin que existiera una negociación entre ellas.

Se distingue entre contrato por adhesión y el celebrado con CGC: en el primero el adherente se limita a aceptar el contenido del contrato, sin que se pueda en ninguna circunstancia modificar su contenido (Art. 1390º del Código Civil); en cambio, en el segundo caso están incorporadas cláusulas redactada unilateralmente en forma general y abstracta y que excepcionalmente pueden ser negociadas por las partes. En realidad no existe en la actualidad una distinción sustantiva entre el contrato por adhesión y el celebrado con CGC, porque los contratos por adhesión son celebrados generalmente con CGC y la posibilidad de negociar algunas de éstas es casi residual y no desvirtúa la naturaleza del conjunto de contrato de que se celebra por adhesión"²²

"La contratación masiva es un mecanismo contractual de intercambio masivo que hace posible la concatenación de dos factores concurrentes, la producción masiva de bienes y servicios y el consumo masivo, dotándoles de vinculación jurídica. Constituye una forma de contratación a través de esquemas redactados previamente a su celebración por una de las partes. Este medio de contratación limita y en ciertos casos no admite ningún margen de negociación del contenido del contrato para una de las partes, el adherente o consumidor, pues lo que prima es la predisposición del esquema contractual, sin embargo, a cambio otorga rapidez en la contratación y mayor eficiencia al reducir los costos de transacción en el mercado"²³

"El propósito principal del derecho de consumo en materia contractual es procurar la libertad y consciencia del consumidor (libre de engaños, coacciones,

²² Villota Cerna , Marco Antonio, Artículo "CONTRATO DE CONSUMO, PROTECCIÓN MÍNIMA DEL CONTRATO DE CONSUMO Y CLÁUSULAS ABUSIVAS", web: http://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2015/12/EL_CONTRATO_DE_CONSUMO.pdf

²³ Rodriguez Chavez, Reyder Yulfo , Obra Citada.

seducciones o errores y razonablemente consciente sobre las circunstancias que influyen en la decisión de contratar"²⁴

Cláusulas Vejatorias: Son estipulaciones establecidas por el predisponente de un contrato masa que contraviniendo la regla de la buena fe objetiva causa un desequilibrio injustificado en la parte adherente; por ello se afirma que la vejatoriedad debe de ser valorada teniendo en cuenta dos elementos: la contrariedad a la buena fe objetiva y el desequilibrio significativo de los derechos y obligaciones que derivan del contrato.²⁵

Definición de Consumidor

Se consideran Consumidores, según lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley N° 29571), todas las Personas Naturales o Jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales Productos o Servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o Social, actuando así en un ámbito ajeno a una Actividad Empresarial o Profesional. No se considera Consumidor para efectos de este Código, a quien adquiere, utiliza o disfruta de un Producto o Servicio normalmente, destinado para los fines de su Actividad como Proveedor.

Tipos de Consumidores

Existen diferentes Modelos de Consumidores los cuales han sido establecidos por los propios Consumidores a través de Asociaciones, como es el caso de la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC), la cual, como representante de la propia comunidad organizada en torno a la problemática de

²⁴ Criado Castilla, Juan Felipe, tesis para optar el título de Maestro en Derecho, Cláusulas Abusivas en los Contratos de Consumo Universidad Nacional de Colombia Facultad de Derecho 2014, pag. 5

²⁵ Ximena Raquel Calderón Rojas Doris Valdcz Paredes Marco Obando Fernández Las cláusulas abusivas Revista Derecho y Sociedad * Nro 34 pág 153 y sgtes, Lima- Peru

consumo, ha realizado un Estudio con los Consumidores del Mercado peruano y ha llegado a establecer diferencias entre ellos, así podemos encontrar:

Consumista

Es aquel Consumidor compulsivo que no suele planificar sus compras, que casi nunca se informa antes de comprar. Que no compara precios ni calidad, le encantan las promociones y casi nunca reclama.

Consumidor Medio

Es aquel Consumidor que sólo a veces planifica sus compras, pero le gustan las ofertas. Sólo se informa del Producto cuando algo le preocupa. No es muy acucioso ni cuidadoso en sus compras, no se fija mucho en los detalles y sólo reclama cuando la cosa es grave.

Consumidor Razonable

Es aquel que lee las etiquetas especialmente las fechas de vencimiento. Compara precios y calidades antes de comprar y lee con cuidado los Contratos antes de firmarlos.

Consumerista

Es el Consumidor que compra responsablemente, pensando no sólo en su interés sino en su impacto en su familia, la comunidad y su medio ambiente. Este es el Consumidor ejemplar, podría decirse que es el ideal del Consumidor, aunque es escaso en una Sociedad como la nuestra que por razones económicas generalmente se orienta a comprar lo más barato. Este tipo de Consumidor no se logra de la noche a la mañana, sino que es Producto de la evolución del propio Mercado en la búsqueda constante por integrar las relaciones de negocio que se establecen entre Compradores y Vendedores todos los días.

Derechos del Consumidor

Los Derechos del Consumidor forman parte de una nueva clase de Derechos distintos a los Personales y su defensa debe hacerse en forma grupal. El hecho de que el Derecho del Consumidor sea una disciplina relativamente nueva no quiere decir que el Derecho anteriormente, no se haya preocupado por los **Consumidores.**

El único Artículo de la Constitución que se ocupa de la Persona es el Artículo 65°:

Constitución Política de 1993, Artículo 65°.- 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.

Los Derechos del Consumidor, son aquellos que posibilitan que la dignidad de la Persona también adquiera contenido en el Plano Económico.

- a. Derecho a una protección eficaz respecto de los Productos y Servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, Salud e integridad física (Artículo 1° Ley N° 29571).
- b. Derecho a acceder a Información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los Productos o Servicios (Artículo 1° Ley N° 29571).
- c. Derecho a la protección de sus intereses Económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e Información interesadamente equívoca sobre los Productos o Servicios (Artículo 1° Ley N° 29571).

- d. Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole (Artículo 1° Ley N° 29571).
- e. Derecho a la reparación o reposición del Producto, a una nueva ejecución del Servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias (Artículo 1° Ley N° 29571).
- f. Derecho a elegir libremente entre Productos y Servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el Mercado y a ser informados por el Proveedor sobre los que cuenta (Artículo 1° Ley N° 29571).
- g. A la protección de sus Derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las Autoridades competentes (Artículo 1° Ley N° 29571).
- h. Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del Consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita (Artículo 1° Ley N° 29571).
- i. Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las Disposiciones del presente Código y a la Normativa Civil sobre la materia (Artículo 1° Ley N° 29571).
- j. Derecho a asociarse con el fin de proteger sus Derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo (Artículo 1° Ley N° 29571).
- k. Derecho al pago anticipado o prepago de los Saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las Cláusulas Contractuales pactadas entre las partes, sin

que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar (Artículo 1° Ley N° 29571).

Proveedores

Se consideran Proveedores según la Ley N° 29571 (Código de Protección y Defensa del Consumidor), todas las Personas Naturales o Jurídicas, de Derecho Público o Privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran Productos o prestan Servicios de cualquier naturaleza a los Consumidores. (Artículo 4° Ley N° 29571).

Tipos de Proveedores

Según el Artículo 4° de la Ley N° 29571, en forma enunciativa y no limitativa se considera Proveedores a:

- a. Distribuidores o Comerciantes.- Las Personas Naturales o Jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, Productos o Servicios destinados finalmente a los Consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en Establecimientos abiertos al Público. (Artículo 4° Ley N° 29571).
- b. Productores o Fabricantes.- Las Personas Naturales o Jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman Bienes intermedios o finales para su provisión a los Consumidores. (Artículo 4° Ley N° 29571).
- c. Importadores.- Las Personas Naturales o Jurídicas que importan Productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional. (Artículo 4° Ley N° 29571).
- d. Prestadores.- Las Personas Naturales o Jurídicas que prestan Servicios a los Consumidores. (Artículo 4° Ley N° 29571).

Principales Obligaciones de los Proveedores

Las Disposiciones Legales en materia del Consumidor señalan una serie de Obligaciones de los Proveedores para garantizar el respeto del Derecho del Consumidor. En este sentido las dos principales Obligaciones giran en torno al Derecho a la Información y la Idoneidad de los Productos. En los Capítulos 2 y 3 del Título 1 de la Ley N° 29571 se hace referencia a las Obligaciones de los Proveedores, según el mismo las siguientes son las Obligaciones que los **Proveedores deben cumplir.**

Respecto al Derecho a la Información los Proveedores están obligados a:

Ofrecer al Consumidor toda la Información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los Productos o Servicios (Artículo 2° Ley N° 29571).

Brindar Información veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano (Artículo 2° Ley N° 29571).

Considerar los problemas de confusión que generarían al Consumidor el suministro de Información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del Producto adquirido o al Servicio contratado (Artículo 2° Ley N° 29571).

Omitir toda Información o presentación u omisión de Información que induzca al Consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los Productos o Servicios ofrecidos (Artículo 3° Ley N° 29571).

Respecto a la Idoneidad del Producto los Proveedores están obligados a:

Garantizar la autenticidad de las Marcas y leyendas que exhiben los Productos (Artículo 18° Ley N° 29571).

La veracidad de la propaganda comercial de los Productos (Artículo 18° Ley N° 29571).

Garantizar el contenido y vida útil del Producto indicado en el envase (Artículo 18° Ley N° 29571).

Respecto a los Productos, éstos no deben conllevar a un riesgo injustificado o no advertido para la Salud o Seguridad de los Consumidores (Artículo 28° Ley N° 29571).

Advertir los riesgos de aquellos Productos peligrosos o riesgosos para la Salud o la Seguridad de las Personas (Artículo 29° Ley N° 29571).

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

Por su carácter es una investigación no experimental de tipo descriptivo que busca explicar de qué manera los consumidores de productos y servicios específicos se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

Diseño y esquema de la investigación.

Se debe tener presente que la presente investigación es de diseño no experimental, porque para el desarrollo de la presente tesis se requiere conocer la opinión de los usuarios de residentes de Lima Cercado, en el año 2015. Y cuyo diseño transeccional descriptivo simple, tiene la siguiente fórmula:

$$M \text{ ----- } > O_1$$

Donde:

M = Muestras

O = Observación de la variable

Población y muestra

La circunscripción de Lima Cercado tiene una población de 271,814 habitantes, según el INEI en el año 2015. Este distrito como su nombre lo indica se encuentra ubicada en la zona centro de Lima rodeado de muchos distritos. Y Para el presente trabajo se tiene una población objetivo de la cuadra 2 de la calle Rufino Torrico, donde existen 118 vecinos.

MUESTREO ALEATORIO ESTRATIFICADO CON AFIJACIÓN PROPORCIONAL

Tamaño de la población objetivo				118
Tamaño de la muestra obtenida				80
Número de estratos considerados				5
Afijación simple: elegir de cada estrato			20.8	sujetos
Estrato	Identificación	Nº sujetos en el estrato	Proporción	Muestra del estrato
1	Amas de casa	8	6.8%	5
2	Padres de familia	54	45.8%	37
3	Profesionales diversos	23	19.5%	16
4	Jóvenes	27	22.9%	18
5	Comerciantes varios	6	5.1%	4
		Correcto	100.0%	104

d) Instrumentos de recolección de datos.

Se aplicó un cuestionario de 10 ítems a usuarios por muestreo aleatorio estratificado proporcional. El instrumento fue validado con la aplicación del Coeficiente de Correlación de Pearson, para determinar su validez de consistencia:

Sujetos	Puntuación X (1° aplicación)	Puntuación Y (2° aplicación)	X ²	Y ²	X.Y
1	10	12	100	144	120
2	20	19	400	361	380
3	15	15	225	225	225
4	13	15	169	225	195
5	8	9	64	81	72

6	10	12	100	144	120
7	11	11	121	121	121
8	17	16	289	256	272
9	20	19	400	361	380
10	5	4	25	16	20
N = 10	$\Sigma X = 129$	$\Sigma Y = 132$	$\Sigma X^2 = 1.893$	$\Sigma Y^2 = 1.934$	$\Sigma XY = 1.905$

$$r = \frac{\Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{N}}{\sqrt{\left[\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{N} \right] \left[\Sigma y^2 - \frac{(\Sigma y)^2}{N} \right]}}$$

$$r = \frac{1.905 - \frac{(129)(132)}{10}}{\sqrt{\left[1.893 - \left(\frac{(129)^2}{10} \right) \right] \left[1.934 - \frac{(132)^2}{10} \right]}} = \frac{202,20}{209,42} = 0,97$$

El coeficiente de confiabilidad es 0,97; lo cual indica una confiabilidad muy alta.

e) Técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos.

Para el recojo de la información se realizó una encuesta con un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra aleatoria estratificada de 80 usuarios de una población total de 118 vecinos usuarios de la cuadra 2 de la calle Rufino Torrico, del cercado de Lima, con el fin de establecer su percepción con respecto al cumplimiento de sus derechos como usuarios de servicios y productos en general.

Para el procesamiento de datos se aplicó el análisis cuantitativo descriptivo, con los atributos estadísticos: la media, la mediana, la moda y la varianza, sobre las cuales se realizaron los análisis respectivos.

Los resultados se presentan mediante gráficos y tablas, y fueron analizados e interpretados, sobre los resultados obtenidos en el trabajo de campo y en función del: problema de investigación, objetivos, hipótesis del estudio y el marco teórico de la investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

a) Resultados del trabajo de campo

Pregunta 1: Las reclamaciones de los usuarios son atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas

Tabla 1. Las reclamaciones de los usuarios son atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	34	26,2	26,2
A veces	9	6,9	33,1
Casi siempre	43	33,1	66,2
Siempre	44	33,8	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Casi el 67% de los usuarios sostiene que casi siempre y siempre las reclamaciones son atendidas y solucionadas exceder el plazo fijado para las mismas, frente a un 26% que declara “casi nunca” sus reclamos son atendidos y solucionados oportunamente. Complementando los datos, el promedio de respuestas es de 3,75, y la más respondida es 5 y ningún usuario marco la respuesta “nunca”.

Pregunta 2: Los procedimientos de reclamaciones de son atendidos y solucionados con las formalidades mínimas siempre que aseguren la adecuada protección a los derechos del usuario.

Tabla 2. Los procedimientos de reclamaciones de son atendidos y solucionados con las formalidades mínimas siempre que aseguren la adecuada protección a los derechos del usuario.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	34	26,2	26,2
A veces	18	13,8	40,0
Casi siempre	44	33,8	73,8
Siempre	34	26,2	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

El 60% entre casi siempre y siempre los clientes manifiestan que los procedimientos de reclamaciones de son atendidos y solucionados con las formalidades mínimas siempre que aseguren la adecuada protección a los derechos del usuario, frente a un importante 40% de clientes que sostiene que a veces y casi nunca que los procedimientos de reclamaciones de son atendidos y solucionados con las formalidades mínimas. Complementado la información el 50% de los datos está por debajo de 4 (casi siempre) corroborado por la moda que es 4, y ningún usuario marco la respuesta 1.

Tabla 3. La interposición de reclamaciones de los usuarios de servicios públicos es gratuita

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	26	20,0	20,0
A veces	44	33,8	53,8
Casi siempre	26	20,0	73,8
Siempre	34	26,2	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Entre casi nunca y a veces los clientes manifiestan que la interposición de reclamaciones de los usuarios de servicios públicos es gratuita, mientras que existe un 46% (siempre y casi siempre) manifiesta que estas interposiciones de reclamos son gratuitas. Complementado la información el promedio de respuestas es de 3.52, la Media de es 3, por tanto, el 50% de las respuestas

están debajo la respuesta a veces y ningún usuario respondió “nunca”.

Tabla 4. No se exige la presentación de documentos que contengan información que la propia entidad que los solicita posea o deba poseer por haber sido generada en cumplimiento de sus funciones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	44	33,8	33,8
A veces	34	26,2	60,0
Casi siempre	26	20,0	80,0
Siempre	26	20,0	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Más del 33.8% de usuarios manifiestan que “casi nunca” no se exige la presentación de documentos que contengan información que la propia entidad que los solicita posea o deba poseer por haber sido generada en cumplimiento de sus funciones, mientras que un 46% manifiesta entre a veces y casi siempre que no se exigen documentos de la propia entidad. Complementando la información con la mediana de 3, es decir el 50% de datos está por debajo esta respuesta, mientras que la moda es 2, por tanto, la respuesta más común es “casi nunca”.

5. El derecho a que se les brinde información veraz, oportuna y completa sobre las características, condiciones económicas y demás términos y condiciones del producto o servicio brindado, es respetado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	44	33,8	33,8
Casi nunca	17	13,1	46,9
A veces	34	26,2	73,1
Casi siempre	17	13,1	86,2
Siempre	18	13,8	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

El 33.8% de usuarios manifiesta que “nunca” se respeta el derecho a que se les brinde información veraz, oportuna y completa de las características, condiciones económicas y demás términos y condiciones del producto o servicio brindado, frente a un 26% que declara que “a veces” se respeta el derecho en cuestión; por su parte un 14% de usuarios sostiene que siempre se respeta el derecho a la información y demás elementos que involucra el ítem. Complementariamente, la Moda es 1, es decir fue la respuesta más respondida.

Tabla 6. El derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio, es respetado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	43	33,1	33,1
A veces	69	53,1	86,2
Casi siempre	9	6,9	93,1
Siempre	9	6,9	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

El 53% de clientes sostiene que “a veces” se respeta el derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio, contrariamente un importante porcentaje de usuarios (33%) manifiesta que “casi nunca” se respeta el derecho a que se les comunique de forma suficiente entre otras cosas previa a la entrega de un producto o servicio. Complementariamente se puede afirmar la Moda es 3, por tanto, la respuesta más común fue “a veces”.

Tabla 7. El derecho a que se le cobre la contraprestación económica correspondiente a la prestación de un servicio efectivamente prestado por el proveedor de servicios educativos, es respetado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	43	33,1	33,1
Casi nunca	26	20,0	53,1
A veces	43	33,1	86,2
Casi siempre	9	6,9	93,1
Siempre	9	6,9	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Una tercera parte de los clientes encuestados manifestaron que “nunca” se respeta el derecho a que le cobre la contraprestación económica por un servicio efectivamente prestado en educación, así mismo, la otra tercera parte (33%) expresa que “a veces” se respeta el cobro por la prestación educativa; y contrariamente 1 de cada 10 usuarios establecen que casi siempre y siempre se respeta los derechos de contraprestación económica por el servicio educativo prestado. Complementariamente la mediana es 2, por tanto, el 50% de las respuestas restantes están por encima de esta respuesta y la respuesta más marcada fue el 1 (nunca).

Tabla 8. El derecho a que se tomen medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes es respetado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	13,1	13,1
	Casi nunca	34	26,2	39,2
	A veces	52	40,0	79,2
	Casi siempre	9	6,9	86,2
	Siempre	18	13,8	100,0
	Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

El 40% de los usuarios manifestaron que “a veces” se respeta a que se tomen medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes, por otro lado, existe un porcentaje importante de clientes (26%) que manifiesta que “casi nunca” se respeta el derecho a que se tomen medidas inmediatas de protección; mientras que uno de cada 10 sostiene que “siempre” se respetan los derechos en cuestión. Complementariamente, la mediana nos indica que el 50% de las respuestas restantes están por encima de la respuesta 3, la respuesta más contestada, según la moda, fue (3) “a veces”.

Tabla 9. El derecho a que la institución educativa difunda y promueva objetivamente las ventajas y cualidades que ofrecen a los usuarios es respetado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	35	26,9	26,9
Casi nunca	9	6,9	33,8
A veces	60	46,2	80,0
Casi siempre	9	6,9	86,9
Siempre	17	13,1	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

El 46% de clientes manifiestan que “a veces” se respeta el derecho a que la

institución educativa difunda y promueva objetivamente las ventajas y cualidades que ofrecen a los usuarios es respetado, contrariamente un 30% de clientes afirma que “nunca” se respeta el derecho en cuestión. Complementariamente, se puede afirmar que la respuesta más común fue “a veces”.

Tabla 10. Los proveedores establecen e implementan medidas para brindar, como mínimo, información clara y veraz

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	35	26,9	26,9
Casi nunca	60	46,2	73,1
A veces	18	13,8	86,9
Casi siempre	9	6,9	93,8
Siempre	8	6,2	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Los usuarios en un 46% manifiestan que “casi nunca” los proveedores establecen e implementan medidas para brindar, como mínimo, información clara y veraz, frente a un 27% de usuarios que declara que “nunca” los proveedores establecen e implementan medidas.

Tabla 11. Los proveedores implementan y mantienen procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	35	26,9	26,9
Casi nunca	60	46,2	73,1
A veces	27	20,8	93,8
Siempre	8	6,2	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Los usuarios en un 46% manifiestan que “casi nunca” los proveedores implementan y mantienen procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato, frente a un 26.9% de usuarios que declara que “nunca” los proveedores establecen e implementan y mantienen procedimientos. Por otro lado, existe un 20% de usuarios que establecen que a veces los proveedores establecen y mantienen procedimientos para proporcionar información.

Tabla 12. Los proveedores establecen, implementan y mantienen procedimientos para evidenciar que el contrato sea accesible y contenga la información necesaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	35	26,9	26,9
Casi nunca	9	6,9	33,8
A veces	78	60,0	93,8
Siempre	8	6,2	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Los usuarios en un 60% manifiestan que “a veces” los proveedores establecen, implementan y mantienen procedimientos para evidenciar que el contrato sea accesible y contenga la información necesaria, frente a un 26.9% de usuarios que declara “nunca” los proveedores establecen, implementan y mantienen procedimientos. Por otro lado, existe un 6% de usuarios que establecen que siempre los proveedores establecen implementan y mantienen procedimientos.

Tabla 13. Las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, resuelven los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	35	26,9	26,9
Casi siempre	87	66,9	93,8
Siempre	8	6,2	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Los usuarios en un 66.9% manifiestan que “casi siempre” las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, resuelven los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridades, frente a un 26.9% de usuarios que declara “nunca” las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, resuelven los reclamos dentro del plazo establecido. Por otro lado, existe un 6% de usuarios que establecen que siempre las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, resuelven los reclamos dentro del plazo establecido.

Tabla 14. En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	87	66,9	66,9
A veces	35	26,9	93,8
Siempre	8	6,2	100,0
Total	130	100,0	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Los usuarios en un 66.9% manifiestan que “nunca” en caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable, frente a un 26.9% de usuarios que declara “a veces” el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable. Por otro lado, existe un 6% de usuarios que establecen que siempre el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

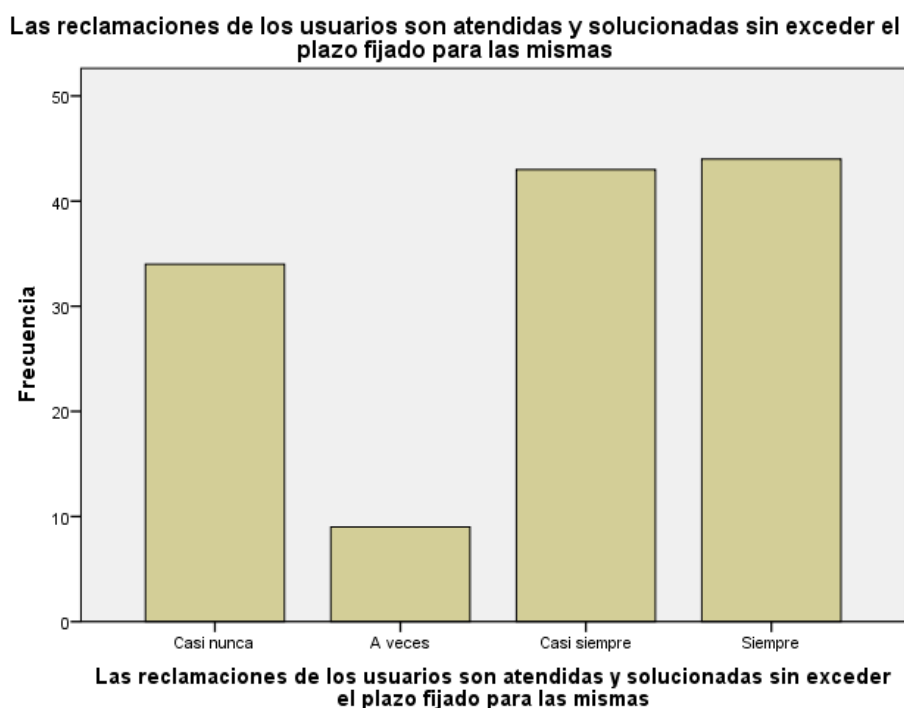
Este capítulo tiene el propósito de presentar el proceso que conduce a la demostración de la hipótesis propuesta en la investigación sobre la “Protección del consumidor”, el cual comprende el cumplimiento de los siguientes objetivos:
Objetivo general: Explicar de qué manera los consumidores de productos y servicios específicos se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

Y los problemas específicos:

- a) Explicar de qué manera los consumidores de servicios públicos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- b) Explicar de qué manera los consumidores de productos y servicios de salud regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- c) Explicar de qué manera los consumidores de productos y servicios educativos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- d) Explicar de qué manera los consumidores de productos y servicios inmobiliarios regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor
- e) Explicar de qué manera los consumidores de productos y servicios financieros regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

a) Contrastación de los resultados

Si el objetivo explicar de qué manera los consumidores de servicios públicos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor, se realiza el análisis de la variable “reclamaciones de los usuarios” del presente cuadro sobre la percepción de los reclamos de los usuarios:



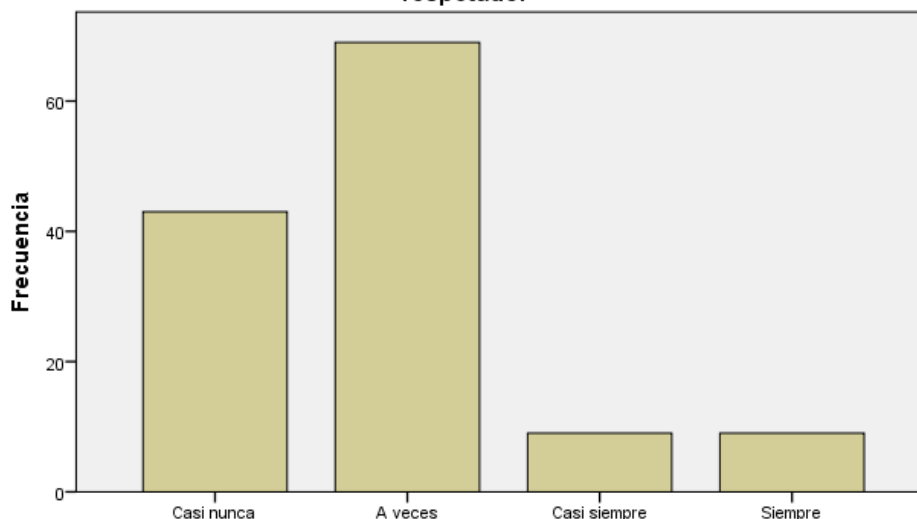
Los consumidores de servicios públicos regulados mayoritariamente perciben que “casi siempre” y “siempre” sus reclamos son atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas, en ese sentido si las entidades cumplen los plazos establecidos, significa que se respeta el código del consumidor, por tanto, los usuarios sí se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor. Córdova (2012) sostiene con respecto a los contratos masa que son necesarios y útiles en la sociedad por lo que no deben eliminarse.

Al respecto el Artículo 65, sostiene que los prestadores de los servicios públicos deben implementar un sistema en el que deben registrarse todas las reclamaciones que presenten los usuarios de los servicios públicos. Este registro

debe permitir hacer un seguimiento de estas desde su inicio hasta la emisión de la resolución correspondiente por parte de la empresa proveedora del servicio público. Registrada una reclamación, la empresa proveedora del servicio público informa al usuario respecto del número o código de registro de la misma. La empresa proveedora del servicio público debe remitir al organismo regulador correspondiente, periódicamente, un reporte de las reclamaciones presentadas, de acuerdo a su respectiva regulación sectorial.

Ahora para explicar de qué manera los consumidores de productos y servicios de salud regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor, veamos la variable “derecho a que se les comunique claramente por el servicio de salud”:

El derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio, es respetado.



El derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio, es respetado.

Los usuarios en su mayoría perciben que “a veces” se respeta su derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara y oportuna para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega del producto o servicio de salud

ofrecido, seguido de un importante porcentaje de usuarios que percibe que casi nunca se respeta el derecho en cuestión; por tanto, en cuanto de qué manera los consumidores de productos y servicios de salud regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor, claramente existe la percepción de que no se sienten protegidos por el código materia de la presente investigación.

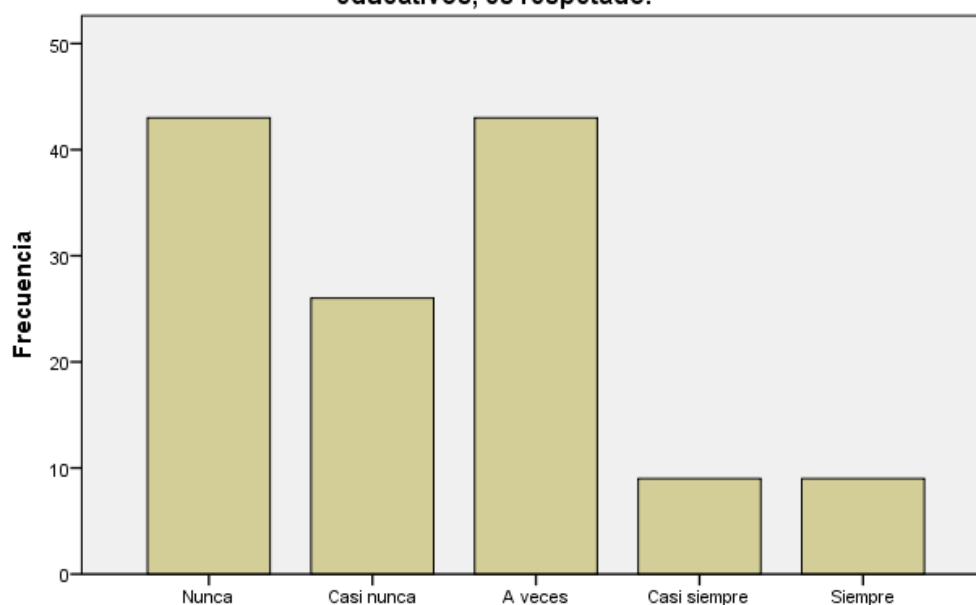
Al respecto el Artículo 70, sostiene los proveedores de servicios de salud que ofrezcan programas o planes que otorguen beneficios similares o equivalentes a los seguros de salud, deben incluir en sus contratos las siguientes condiciones mínimas como:

- a. Información clara y destacada sobre lo que es materia del servicio. Particularmente debe informarse al consumidor sobre las restricciones en lenguaje de fácil comprensión para una persona no versada en la materia.
- b. Entrega bajo cargo del documento escrito en el que consten las condiciones del contrato.
- c. Entrega bajo cargo de una hoja resumen en la que consten las exclusiones, coberturas y condiciones relevantes de la póliza en términos comprensibles.
- d. Información sobre el monto de los beneficios y el precio del programa o plan de salud. La posibilidad de cualquier modificación del precio debe ser advertida de manera destacada al consumidor.
- e. Información sobre las consecuencias de falta de pago del precio para acceder a los servicios y beneficios contratados.
- f. Información sobre el alcance, riesgos o circunstancias excluidas de la cobertura del programa o plan de salud, las fechas y modalidades de pago del producto o servicio.
- g. Información sobre los establecimientos en los cuales puede hacerse valer el servicio contratado y sobre el representante del proveedor encargado de atender los eventos.
- h. Información sobre la vigencia del producto o servicio y las condiciones para la renovación del contrato.

Con respecto a estos derechos existe una clara percepción de que sus derechos no son respetados adecuadamente, por el contrario, ellos sienten que casi nunca se respeta su derecho a la comunicación correcta y adecuada información del servicio de salud a recibir.

Con respecto a saber de qué manera los consumidores de productos y servicios educativos regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor, se contrasta con la variable “derecho a que se le cobre la contraprestación económica correcta por el servicio prestado”, y la percepción se ve reflejada en el siguiente gráfico:

El derecho a que se le cobre la contraprestación económica correspondiente a la prestación de un servicio efectivamente prestado por el proveedor de servicios educativos, es respetado.



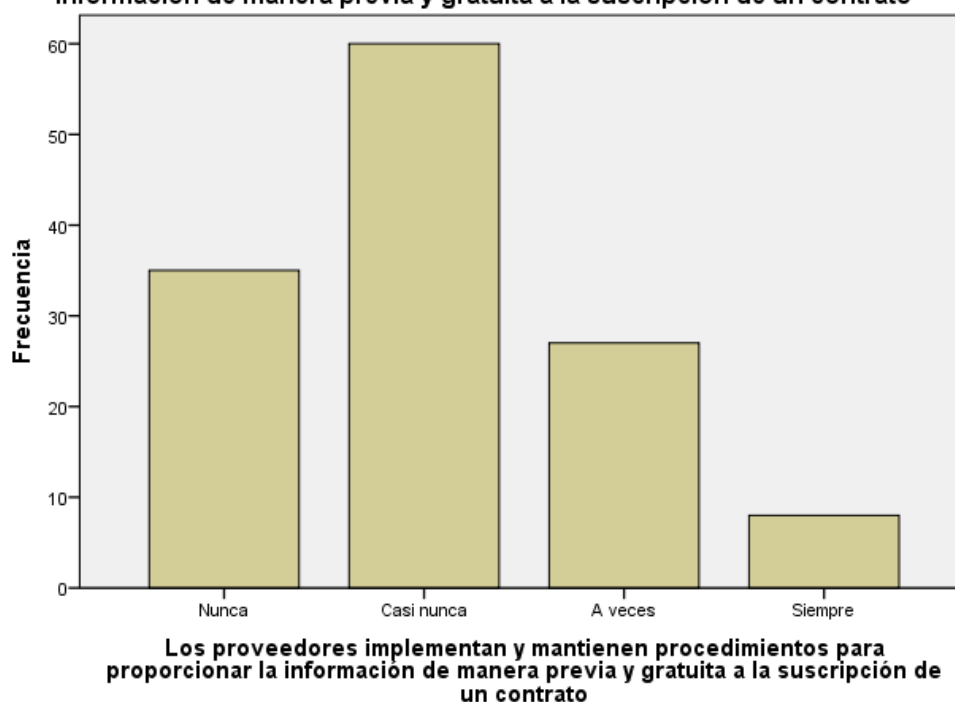
El derecho a que se le cobre la contraprestación económica correspondiente a la prestación de un servicio efectivamente prestado por el proveedor de servicios educativos, es respetado.

Se advierte claramente que existe un alto porcentaje de usuarios sienten que “nunca” se les cobra de manera adecuada por la contraprestación del servicio educativo, por tanto, se establece que la manera como los consumidores en cuanto a productos y servicios educativos sienten claramente que no se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor. Al respecto el

Artículo 74, sostiene que los derechos esenciales del consumidor en los productos y servicios educativos y atendiendo a la especialidad de los productos y servicios educativos, el consumidor tiene derecho esencialmente a lo siguiente en el inciso f. Que se tomen medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes. Al respecto se aprecia que los usuarios sienten claramente que no se respeta ese derecho de protección de sus menores por parte de la entidad educativa que presta el servicio.

Así mismo, contrastaremos el resultado sobre los consumidores de productos y servicios inmobiliarios regulados y si se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor, para ello se tomó la variable “proveedores implementan y mantienen procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la firma del contrato”, con el siguiente gráfico de percepción:

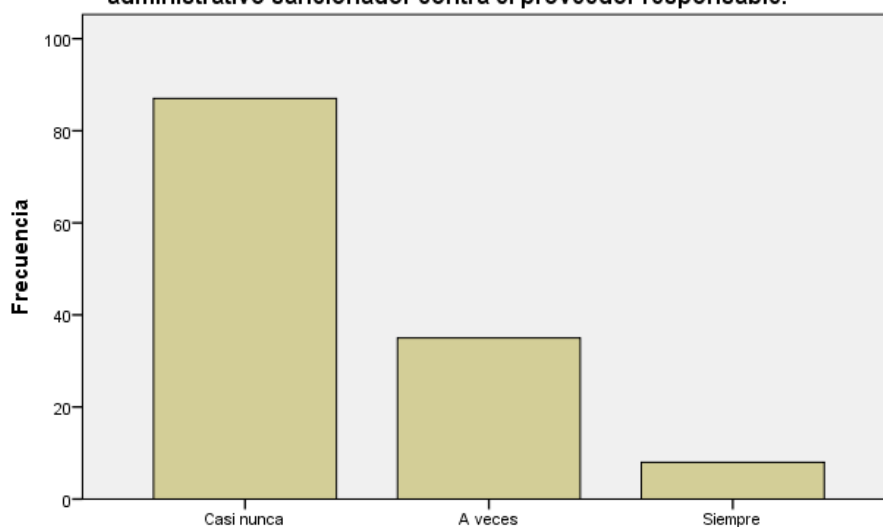
Los proveedores implementan y mantienen procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato



Los usuarios perciben mayoritariamente entre nunca y casi nunca los proveedores inmobiliarios no mantienen procedimientos para proporcionar información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato, en consecuencia, en el aspecto inmobiliario los usuarios perciben que no se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

Finalmente se contrastó de qué manera los consumidores de productos y servicios financieros regulados se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor, utilizando la variable “En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable”, con la percepción de los usuarios en el siguiente cuadro:

En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.



En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.

Mayoritariamente los usuarios manifiestan que casi nunca el INDECOPI inicia de oficio o por denuncia procedimiento sancionador con el proveedor responsable, en consecuencia, es evidente que los usuarios en este aspecto no se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

Al respecto el artículo 76, establece que la protección del consumidor en contratos inmobiliarios, tiene el derecho a la información obligada por el proveedor de productos y servicios inmobiliarios a informar sobre las características del inmueble que está adquiriendo así como a proporcionar toda aquella documentación que acredite la existencia de autorizaciones municipales, el área del inmueble, el proceso de titulación, habilitación urbana, saneamiento, materiales empleados en la construcción y en los acabados, inscripciones registrales del terreno y Declaratoria de Fábrica o de Edificación, reglamento interno, independización y toda aquella documentación relevante, al respecto se puede concluir que los usuarios perciben en mayoría que en este caso no se respeta ese derecho a ser informado claramente, tal como lo establece el artículo en cuestión.

A su vez, en el Artículo 88, establece para los efectos del reclamo de productos o servicios financieros y de seguros, las entidades del sistema financiero y de seguros,

en todas sus oficinas en la República, deben resolver los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridad de Consumo; al respecto se apreció que existe una tasa de buena percepción sobre el respeto y cumplimiento de este derecho en los usuarios por los proveedores del sistema financiero, en comparación a los otros servicios y productos, el servicio financiero tiene una mejor referencia en los usuarios.

b) Contrastación de la hipótesis general

La prueba de hipótesis se realiza contrastando los resultados de cada ítem relacionado con la hipótesis correspondiente. A continuación, se prueba la hipótesis general de investigación:

– ***Hipótesis General: Ha***

- De manera satisfactoria los consumidores de productos y servicios específicos se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

– ***Hipótesis General: Ho***

- De manera insatisfactoria los consumidores de productos y servicios específicos no se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor.

Y teniendo el ítem 1 que guarda relación con Ha: Las reclamaciones de los usuarios son atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas. Y de acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 01.

Tabla N° 01 ¿Cree Usted que al no tener claro el concepto de feminicidio repercute en una inadecuada tipificación?		
Ítem 1	Parcial	%
Casi nunca	34	26,2%
A veces	9	6,9%
Casi siempre	43	33,1%
Siempre	44	33,8%
Media	21	
Desviación estándar	39	
TOTAL	130	100.00%

Se enunció las hipótesis nula y alternativa

$$H_0 = 17$$

$$H_a > 17$$

Luego, se estableció el nivel de confianza

$$\alpha = 5\%$$

$$Z_c = 1.64$$

Posteriormente, se halló Z_p :

$$Z_p = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{\alpha}{\sqrt{n}}} = \frac{27 - 58}{\frac{39}{\sqrt{130}}} = \frac{-31}{\frac{39}{8.9}} = \frac{-31}{4.38} = 7.1$$

Decisión: se rechaza H_0

Conclusión: Se puede afirmar que existe plena la satisfactoria los consumidores de productos y servicios específicos se sienten protegidos por el código de defensa y protección del consumidor, con un nivel de confianza del 95%.

CONCLUSIONES

1. Los consumidores perciben mayormente que sus reclamaciones son atendidas y solucionadas al exceder el plazo fijado para las mismas. En ese sentido concluye que los usuarios hacen uso de su derecho y a la vez existe la percepción que se respeta de su derecho en esta instancia.
2. La población analizada percibe medianamente que se respeta el derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio.
3. La población sujeta de estudio percibe medianamente que se respetan las medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes, por otro lado.
4. Una gran cantidad de encuestados generalmente no perciben que los proveedores implementan y mantienen procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato.
5. La mayoría de los usuarios manifiestan que las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, resuelven los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridades.
6. La Protección del Consumidor es parte de la Economía Social de Mercado, en el contexto de dicho Artículo que promueve la libertad de comercio y de contratación, es decir la libre iniciativa privada, la Defensa del Consumidor adquiere importancia en este Sistema, porque todas las normas destinadas a promover la concurrencia empresarial, de una u otra forma, tienen siempre como destinatario y beneficiario final al Consumidor.

SUGERENCIAS

1. Se recomienda una reforma constitucional donde se establezcan la defensa y protección del consumidor.
2. Implementar un mecanismo de control efectivo, en el cumplimiento estricto y respeto de los derechos de los consumidores.
3. Mejorar el procedimiento administrativo en la atención de los administrados y el estricto de los plazos establecidos en el TUPA de cada institución

BIBLIOGRAFÍA

1. Alpa, Guido. Derecho del Consumidor. Ed. Gaceta Jurídica 1era edición. Lima, 2004, p. 191.
2. Alterini, Atilio A. Contratos civiles comerciales de consumo, Teoría General. Abeledo- Perrot.. Buenos Aires, 1999, p.131
3. Arias Shereiber Pezet, Max. Exégesis del Código Civil Peruano de 1984 Segunda Edición. Gaceta Jurídica. Lima. 2000,p. 156 162.
4. Bullard Gonzales, Alfredo. ¿Es el consumidor un idiota?, el falso dilema entre el consumidor razonable el consumidor ordinario. [En línea]. Consultado el 13 de Marzo de 2016. Disponible en: <http://servicio.indecopi.gob.pe/revistaCompetencia/castellano/articulos/otono2010/AlfredoBullard.pdf>
5. Bullard Gonzales, Alfredo. Código Del consumo: el discreto encanto del socialismo. Artículo del Diario El Comercio. Lima. 2010
6. Castañeda, Eugenio. Derechos de los Contratos Tomo I. Editorial San Marcos. Lima, 1962, p 40 41.
7. Catalán Vergara, Rodolfo Eduardo " Las Condiciones Generales de Los Contratos y la Protección del Consumidor frente a las Cláusulas Abusivas en los Contratos de Adhesión Universidad Austral de Chile 2004.
8. Criado Castilla, Juan Felipe, tesis para optar el título de Maestro en Derecho, Cláusulas Abusivas en los Contratos de Consumo Universidad Nacional de Colombia Facultad de Derecho 2014
9. De la Puente y Lavallo, Manuel. El Contrato en General Tomo I. Palestra. Lima, 2007, p. 300.
10. De la Puente y Lavallo, Manuel. El contrato en general. Pontífice Universidad Católica del Perú. Lima. 1993, p. 76. Del Tomo III.

11. Echeverri Salazar, Verónica María, El control a las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión con consumidores, Revista opinión jurídica, Universidad de Medellín, Colombia pagina 125 volumen 10
12. Espinoza Espinoza, Juan. Las cláusulas vejatorias en los contratos estipulados unilateralmente. Themis Numero 38. Lima. 2015, p148 -150.
13. García Vicente, José Ramón, Obra Contratación con consumidores, Medellín Colombia págs. 1449 a 1451.
14. Lazarte Álvarez, Carlos. Manual sobre protección del consumidor y usuarios. Dykinson. Madrid, 2003, p. 135.
15. Merino Acuña, Rogger. Los fundamentos de la regulación de las cláusulas abusivas. Revista Jurídica del Perú. Lima. 201, p. 312.
16. Merino Acuña, Rogger. Los fundamentos de la regulación de las cláusulas abusivas. Revista Jurídica del Perú. Lima. 201, p. 316.
17. Revista virtual lus 360, pag web: G:\consumidor\Las cláusulas abusivas en los contratos con los consumidores_ a propósito del último pronunciamiento del tribunal de defensa de la competencia y la propiedad intelectual del INDECOPI
18. Rodríguez Chávez , Reyler Yulfo . TUTELA DEL CONSUMIDOR CONTRA CLÁUSULAS ABUSIVAS, Web www.derechoycambiosocial.com , Fecha de publicación: 01/01/2014
19. Rodríguez Chávez , Reyler Yulfo . TUTELA DEL CONSUMIDOR CONTRA CLÁUSULAS ABUSIVAS, Web www.derechoycambiosocial.com, Fecha de publicación: 01/01/2014
20. Rodríguez Chávez , Reyler. Tutela del consumidor contra cláusulas abusivas. Revista Oficial de Poder Judicial N° 8. 2012 -2013, p. 285.

21. R6mero-Perez Jorge Enrique, "Derechos del Consumidor" Investigaci6n para la Universidad de Costa Rica 2002 Citado por Oyaneder Davies, Breves consideraciones en torno a los contratos por adhesi6n, las condiciones generales de contrataci6n y las cl6usulas abusivas. Chile. [sede web] P.5. Disponible en: <http://www.oyanederabogados.cl>
22. Soto Coaguila, Carlos A. Las cl6usulas generales de contrataci6n y as cl6usulas abusivas en los contratos predispuestos. Universidad Javeriana Colombia. [En l6nea] Consultado el 23 de Abril de 2016, p.48. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/825/82510617.pdf>
23. Soto Coaguila, Carlos Alberto, Investigaci6n LAS CL6USULAS GENERALES DE CONTRATACI6N Y LAS CL6USULAS ABUSIVAS EN LOS CONTRATOS PREDISPUUESTOS, Revista VNIVERSITAS, diciembre 2003, Pontificia Universidad Javeriana de Colombia.
24. Tafur Asenjo, Karina del Pilar, "LA DESPROTECCI6N DEL CONSUMIDOR FRENTE A LAS VENTAS AGRESIVAS. LA IMITACI6N INSUFICIENTE DE LA NORMATIVA EUROPEA" 2012, Tesis PUCP.
25. Villota Cerna, Marco Antonio "CONTRATO DE CONSUMO, PROTECCI6N M6NIMA DEL CONTRATO DE CONSUMO Y CL6USULAS ABUSIVAS" , Web http://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2015/12/EL_CONTRATO_DE_CONSUMO.pdf
26. Yris Cordova Cutipa, Las cl6usulas generales de contrataci6n en el Per6 y su relaci6n con el estado de desprotecci6n de los derechos del consumidor Universidad San Marcos 2012.

ANEXOS

Conceptualización de la variable

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Ítem	Respuesta
Consumidores de productos y servicios específicos		Servicios públicos regulados	Principios generales aplicables a los procedimientos de reclamaciones en materia de servicios públicos regulados	Las reclamaciones de los usuarios son atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
				Los procedimientos de reclamaciones de son atendidos y solucionados con las formalidades mínimas siempre que aseguren la adecuada protección a los derechos del usuario.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
				La interposición de reclamaciones de los usuarios de servicios públicos es gratuita.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
				No se exige la presentación de documentos que contengan información que la propia entidad que los solicita posea o deba poseer por haber sido generada en cumplimiento de sus funciones.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
		Productos o servicios de salud	Planes y programas ofrecidos por los proveedores de	El derecho a que se les brinde información veraz, oportuna y completa sobre las características, condiciones económicas y demás términos y condiciones del producto o servicio brindado, es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca

			servicios de salud	El derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio, es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
		Productos o servicios educativos	Derechos esenciales del consumidor en los productos y servicios educativos	El derecho a que se le cobre la contraprestación económica correspondiente a la prestación de un servicio efectivamente prestado por el proveedor de servicios educativos, es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
				El derecho a que se tomen medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
				El derecho a que la institución educativa difunda y promueva objetivamente las ventajas y cualidades que ofrecen a los usuarios es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
		Productos o servicios inmobiliarios	Información mínima del contrato de compraventa	Los proveedores establecen e implementan medidas para brindar, como mínimo, información clara y veraz	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
				Los proveedores implementan y mantienen procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca

				Los proveedores establecen, implementan y mantienen procedimientos para evidenciar que el contrato sea accesible y contenga la información necesaria	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
		Productos o servicios financieros	Reclamo de productos o servicios financieros y de seguros	Las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, resuelven los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridad de Consumo	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
				En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca

ANEXO2: ENCUESTA ANONIMA DE PERCEPCION DE SATISFACCION DEL CONSUMO DE SERVICIOS ESPECIFICOS		
Estimado usuario a continuación se presenta un conjunto de afirmaciones en el que usted debe marcar una respuesta que considere correcta.		
	Ítem	Respuesta
1	Las reclamaciones de los usuarios son atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
2	Los procedimientos de reclamaciones de son atendidos y solucionados con las formalidades mínimas siempre que aseguren la adecuada protección a los derechos del usuario.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
3	La interposición de reclamaciones de los usuarios de servicios públicos es gratuita.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
4	No se exige la presentación de documentos que contengan información que la propia entidad que los solicita posea o deba poseer por haber sido generada en cumplimiento de sus funciones.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
5	El derecho a que se les brinde información veraz, oportuna y completa sobre las características, condiciones económicas y demás términos y condiciones del producto o servicio brindado, es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
6	El derecho a que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio, es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
7	El derecho a que se le cobre la contraprestación económica correspondiente a la prestación de un servicio efectivamente prestado por el proveedor de servicios educativos, es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
8	El derecho a que se tomen medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
9	El derecho a que la institución educativa difunda y promueva objetivamente las ventajas y cualidades que ofrecen a los usuarios es respetado.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca

10	Los proveedores establecen e implementan medidas para brindar, como mínimo, información clara y veraz	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
11	Los proveedores implementan y mantienen procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
12	Los proveedores establecen, implementan y mantienen procedimientos para evidenciar que el contrato sea accesible y contenga la información necesaria	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
13	Las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, resuelven los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridad de Consumo	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
14	En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.	5: Siempre 4: Casi siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca