



**UNIVERSIDAD RICARDO PALMA**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

**“PROPUESTA DE COMPENSACIÓN AL CONSUMIDOR EN VÍA  
ADMINISTRATIVA”**

**TESIS**

Para optar el título profesional de abogado

**Autor**

CÓRDOVA ESPINOZA, JAIRO OMAR (0000-0002-9512-4756)

**Asesor**

MAGISTER HUARAG GUERRERO ENRICO MARCEL (0000-0001-9985-  
5313)

Lima – Perú

2023

## **Metadatos Complementarios**

### **Datos de autor**

Córdova Espinoza, Jairo Omar

DNI: 74528537

ORCID: 0000-0002-9512-4756

### **Datos de asesor**

Magister: Huarag Guerrero, Enrico Marcel

DNI: 10148010

ORCID: 0000-0001-9985-5313

### **Datos del jurado**

Doctor: Prado Meza, Jesús Manuel

DNI: 08217547

ORCID: 0000-0002-8166-6044

Magister: Huarag Guerrero, Enrico Marcel

DNI: 10148010

ORCID: 0000-0001-9985-5313

Magister. Soria Alarcón, Manuel Felipe

DNI: 07930691

ORCID: 0000-0003-0280-0565

Magister Boy Roca, Samantha Patricia

DNI: 43094060

ORCID: 0000-0001-9057-7222

Doctor: Neyra Villanueva, Javier Alejandrino

DNI: 41440286

ORCID: 0000-0003-3210-9433

### **Datos de la investigación: Tesis**

Campo del conocimiento OCDE: 5.05.00

Código del Programa: 421056

### ***Dedicatoria***

*El presente trabajo se lo dedico a mi padre Arístides y mi madre Bertila, que desde el cielo me guían en cada decisión y paso que doy.*

## Tabla de contenido

RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
<b>CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>7</b>
1.1. Descripción del problema	7
1.2. Formulación del problema	12
1.3. Importancia del estudio	13
1.4. Justificación del estudio	13
1.5. Objetivos	14
1.6. Hipótesis	14
1.7. Viabilidad y limitaciones de la investigación	15
<b>CAPITULO II. ANTECEDENTES</b>	<b>16</b>
2.1. Antecedentes internacionales	16
2.2. Antecedentes nacionales	18
<b>CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO</b>	<b>20</b>
3.1. Relación de consumo	20
3.2. El Consumo como Fenómeno Social	22
3.3. Principios Esenciales en el Código de Protección y Defensa del Consumidor	25
3.4. Principios para unas buenas prácticas comerciales según las Directrices de las Naciones Unidas.	26
3.5. Normas que protegen los derechos al consumidor	28
3.6. Derechos del Consumidor	31
3.7. Responsabilidad civil en el Derecho del consumidor	37
3.8. Daños al consumidor	45
3.9. Sanciones Administrativas	47
3.10. Resarcimiento al consumidor	50
3.11. Indecopi	51
3.12. Definición de términos básicos	52
<b>CAPITULO IV: METODOLOGIA ADOPTADA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>	<b>56</b>
4.1 Metodología adoptada	56
4.1.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	56
4.1.2 Procedimientos para la recolección de datos	56
4.1.3 Población de estudio	57
4.1.4 Diseño muestral	57
	iv

4.2 Análisis de Resultados	58
CAPITULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS	79
5.1 Comprobación de la hipótesis general.	79
5.2 Comprobación de la hipótesis específica.	82
5.3. Demostración teórica de las hipótesis	85
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	96
APORTE AL DERECHO O PROPUESTA JURÍDICA	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXO 1: ENCUESTA APLICADA	107
ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA	110
ANEXO 3: TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DEL PROBLEMA	110

## RESUMEN

*En la presente investigación desarrollada bajo el título “Propuesta de compensación al consumidor en vía administrativa”, se planteó el cuestionamiento mencionado a continuación: ¿Es conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores?, para lo cual, se estableció como objetivo general el siguiente: Establecer si es conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores; Nuestra hipótesis preliminar de trabajo es que resulta conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores, porque:*

- a) Generaría incentivos para que el consumidor denuncie las vulneraciones a su derecho a la información e idoneidad de los productos o servicios, incrementando la capacidad de detección de estas infracciones;*
- b) Incrementaría el monto de las multas aplicadas, desincentivando de manera eficaz las infracciones y su reincidencia;*
- c) Brindaría al consumidor una reparación efectiva frente a los daños sufridos por la infracción.*

*A lo largo de la presente investigación, intentaremos demostrar la validez de esta hipótesis.*

*Este trabajo de investigación fue desarrollado en un enfoque cuantitativo con el tipo de diseño de investigación no experimental y el método hipotético deductivo. Palabras clave: Derechos del consumidor. Indecopi.*

## ABSTRACT

*In the present investigation carried out under the title "Granting consumers percentages of the fines imposed for infringements of their rights", the following question was raised: Is it convenient to grant the consumer a percentage of the administrative fine imposed by Indecopi to the offending suppliers ?, for which the following general objective was established: Establish whether it is convenient to grant the consumer a percentage of the administrative fine imposed by Indecopi to the offending suppliers; Our preliminary working hypothesis is that it is convenient to grant the consumer a percentage of the administrative fine imposed by Indecopi to the offending suppliers, because:*

- a) It would create incentives for consumers to report violations of their right to information and the suitability of products or services, increasing the ability to detect these infractions;*
- b) It would increase the amount of fines applied, effectively discouraging infractions and their recidivism;*
- c) It would provide the consumer with effective reparation for the damages suffered by the infringement.*

*Throughout the present investigation, we will try to demonstrate the validity of this hypothesis.*

*This research work was developed in a quantitative approach with the non-experimental type of research design and the hypothetical deductive method.*

**Keywords:** *Consumer rights. Indecopi.*

## INTRODUCCIÓN

Según los datos históricos, en el Perú, la protección de los Derechos del Consumidor, según Araujo (2015) presenta sus raíces en el DS 036-83JUS, una de las primeras normas con especialidad en materia económica. No obstante, la materia de protección al consumidor propiamente dicha se concretó en avances legislativos alrededor de los años 90 del siglo pasado, a través del Decreto Legislativo N° 716 y de la creación del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Esto marcó una postura fuerte enfocada en la defensa del libre mercado y, paralelamente, una labor estatal de defensa de los consumidores, en su papel de soberanos del mercado. Esta postura se termina de consagrar en la Constitución de 1993, que eleva, en su artículo 65, la protección al consumidor a rango constitucional, Luego, la Ley de Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor extendió los supuestos de protección. Diversas normas sectoriales también comenzaron a preocuparse por la situación del consumidor. La labor normativa se consuma en el año 2010, con la promulgación de la Ley N° 29571, el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

A pesar de la existencia de diversos dispositivos normativos que protegen al consumidor, ninguno contempla el resarcimiento efectivo del daño que este sufre como producto de la adquisición de un bien o servicio no idóneo, o defectuoso. Esto se debe, en esencia, a que el objetivo del procedimiento administrativo sancionador no es el resarcimiento. Este se encuentra reservado al Poder Judicial y, por excepción, a la jurisdicción arbitral. Si bien esta opción legislativa puede sonar sensata, genera al menos dos problemas: la imposibilidad práctica del consumidor a ser resarcido por los daños causados por la conducta infractora del proveedor, y la ausencia de incentivos reales para que el



proveedor brinde productos o servicios idóneos (lo que sí constituye uno de los objetivos del procedimiento administrativo sancionador en la materia). Por ejemplo, en el sector financiero, las entidades bancarias registran más de cuatro mil reclamos diarios, que se repiten día a día, mes a mes y año a año. La labor del Indecopi para desincentivar las conductas infractoras parece ser infructuosa.

En materia de protección a los usuarios de los denominados “servicios públicos”, existen normas especiales. En muchos de estos casos, se crea un organismo regulador (como OSIPTEL, OSINERGMIN, entre otros). Los usuarios deben realizar, en primera instancia, su reclamo ante la propia empresa prestadora. Solo en caso de que la empresa no brinde una solución al reclamo, el usuario, en vía de apelación, puede recurrir al organismo regulador. En el caso de los bancos, los procedimientos administrativos sancionadores pueden ser iniciados por los usuarios sin necesidad de reclamo previo. De acuerdo con los datos brindados por el portal Ojo Público (2018), los bancos registran alrededor de 2 millones de quejas, es decir, casi 4 mil por día. Este nivel de insatisfacción de los usuarios se ha mantenido desde hace más de 3 años.

En los dos primeros trimestres, de acuerdo con Ojo Público (2019), Indecopi ha registrado 12,941 reclamos ante entidades bancarias. En ese primer semestre, se registraron de mayor a menor los reclamos contra las siguientes empresas BCP con un 15%, Financiera Oh! 12%, Interbank 11%, Scotiabank 9% y BBVA 8%. Respecto al BBVA, se puede resaltar que los reclamos se encuentran concentrados en la venta de sus productos y servicios ofrecidos mediante redes sociales. Cabe destacar que un gran número de reclamos se encuentra presente en los servicios relacionados a las tarjetas de crédito, ocupando un 50%

del total de los reclamos que se presentan en materia bancaria ante Indecopi, convirtiéndose así en un bloque importante a considerar.

Antes que el Ministerio de Salud publicara el reglamento dirigido a transferir de funciones del Indecopi en materia de reclamos del sector salud a la Superintendencia Nacional de Salud (SuSalud), entre los años 2011 y 2015, Indecopi sancionó a más de 30 clínicas por afectar gravemente los derechos de sus usuarios, de acuerdo con la información publicada por Ojo Público (2020). No obstante, solo una de ellas, Clínica Santa Isabel, pagó la multa impuesta. Las otras clínicas sancionadas no han pagado las multas impuestas, las mismas que ascienden a más de 9 millones de soles. El perjuicio al sistema de protección al consumidor es evidente.

En términos estadísticos, se observa que en un lapso de 4 años las denuncias atendidas superan las 600. Solo poco más de la mitad resultaron favorables para los consumidores, Asimismo, se puede verificar con datos estadísticos como en un rango de 4 años, el número de denuncias atendidas supera las 600 en donde apenas un poco más de la mitad obtuvieron resultados favorables, siendo Lima la ciudad que registró la tercera parte de toda la actividad.

**Tabla 1: Denuncias resueltas en materia de protección del consumidor ante el Indecopi, que fueron presentadas por las asociaciones de consumidores, según departamentos (2014-2017)**

Departamento	2014	2015	2016	2017	Total
					2014 - 2017
Lima	14	35	45	87	181
Áncash	18	53	25	29	125
Piura	7	1	0	64	72
Ica	9	15	16	32	72
Lambayeque	0	0	0	58	58
Arequipa	0	0	12	32	44
Junín	0	14	8	9	31
Cusco	7	3	3	4	17
Tacna	1	0	2	9	12
Loreto	2	0	2	7	11
La Libertad	1	2	1	6	10
Puno	0	0	0	1	1
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>123</b>	<b>114</b>	<b>338</b>	<b>634</b>

Fuente: Estadísticas Institucionales del Indecopi Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi.

La protección al consumidor en el Perú se materializa en un sistema de procedimientos administrativos sancionadores, cuya finalidad principal es evitar que los proveedores infrinjan los derechos de consumidores. Las sanciones administrativas no tienen una finalidad resarcitoria, sino desincentivadora de infracciones. No obstante, el consumidor siempre puede acudir el Poder Judicial a solicitar la indemnización por los daños y perjuicios sufridos.

Sin embargo, son muy pocos los consumidores que recurren al Poder Judicial a exigir la indemnización respectiva. Los montos, la debilidad del consumidor ante las empresas proveedoras, el tiempo que tarda en resolver el Poder Judicial, y la defensa cautiva generan costos que los consumidores no pueden asumir.

Por esta razón, deberíamos pensar en un sistema que compense al consumidor que ha visto vulnerados sus derechos. Nuestra propuesta consiste en el uso de parte de la multa impuesta a los infractores para compensar a los consumidores por los daños sufridos. Jurídicamente, la idea es viable, y ya se aplica en el caso de las asociaciones de consumidores. Se hace en aplicación del principio pro asociativo, previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Por otro lado, no se trata de una idea excéntrica. En una entrevista brindada al diario Gestión (2018). Ivo Gagliuffi, ex presidente de Directorio del Indecopi señaló la necesidad de reformar la Constitución para permitir la entrega de una indemnización a los consumidores por el servicio mal recibido. En ese sentido, precisó que los usuarios, en muchas ocasiones, sufren graves afectaciones y daños patrimoniales como resultado de los servicios inidóneos, por lo que resulta justo otorgarles una indemnización.

Ha habido algunos esfuerzos por brindar una solución a una realidad tan injusta, que se materializaron en dos Proyectos de Ley a favor de los consumidores. El Proyecto de Ley 3352/2018-CR fue presentado el 27 de agosto de 2018 por el congresista Yohny Lescano Ancieta. Plantea que se reconozca la lesión hacia los consumidores y se proponga una devolución de hasta la mitad de la sanción impuesta por el Indecopi. De igual forma, en 2019, el congresista Clayton Flavio Galván presentó el Proyecto de Ley 4089/2018-CR para brindar a los consumidores un porcentaje (determinado caso por caso por el Indecopi) de las multas impuestas a los proveedores, en los casos en que la infracción perjudique a los consumidores. No obstante, ambos proyectos quedaron paralizados en la Comisión de Defensa de Consumidor del Congreso de la República.

Por todo lo expuesto, el objetivo de la presente tesis es demostrar la conveniencia de otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores. Para ello, abordaremos tanto los potenciales beneficios de la propuesta para el consumidor, como su efecto para desincentivar el incumplimiento de las normas de protección de los consumidores.

## **CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción del problema**

En nuestro país, la defensa del consumidor se encuentra consagrada constitucionalmente en el artículo 65 de la Constitución Política del Perú. Dicho artículo establece el rol estatal la protección de los derechos de los usuarios o consumidores, en toda actividad comercial que realicen. En cierta forma, se entiende que el consumidor no tiene las mismas ventajas que una persona jurídica o especializada en actividades comerciales. Se entiende, por tanto, que existen razones por las cuales el consumidor podría tener dificultades para su desempeño en el mercado. En consecuencia, se entiende que es deber del Estado reestablecer el equilibrio entre las partes de las transacciones comerciales, para permitir su eficiente desenvolvimiento.

Entre consumidor y proveedor, se establece una relación jurídica, que vamos a conocer como relación del consumo. Esta se basa en la adquisición de un bien o de un servicio, en un escenario en el que existe desigualdad en la información que manejan tanto vendedores como compradores. A esto se le conoce como asimetría de información. La existencia de esta asimetría de información, que produce distorsiones en los mercados, genera la necesidad de un manto de protección estatal destinado a atenuarla, al menos hasta el punto de que el consumidor pueda saber qué está comprando y en qué condiciones. Esta es la justificación para la existencia de un derecho tuitivo al que conocemos como Derecho del Consumidor.

El Derecho del Consumidor considera que la experiencia del proveedor sobre el producto o servicio comercializado le da una ventaja informativa sobre el consumidor, conformándose así una relación asimétrica. Para recuperar la equidad en la transacción, se crea una obligación legal para el proveedor: brindar al consumidor la información necesaria sobre las características y

funcionalidades de los productos o servicios comercializados. Este es el deber de información, una de las dos claves maestras de la protección del consumidor.

Una vez adquirido el producto o servicio, el consumidor puede constatar si este coincide o no con aquello ofrecido por el proveedor mediante la información proporcionada, tanto a nivel de cumplimiento del deber de información, como de la publicidad. Esta coincidencia es conocida como idoneidad. El Derecho del Consumidor establece para el proveedor el deber de garantizar la idoneidad de los productos o servicios comercializados. Esta es la segunda clave de la Protección del Consumidor.

Sobre el deber de idoneidad, la legislación peruana construye una serie de garantías: implícitas, contractuales y legales. Todas ellas son exigibles por el consumidor. Cuando un producto o servicio no resulta idóneo, es posible que el consumidor ejecute estas garantías, que se traducen en un deber del proveedor de reparar el bien, restituirlo, o devolver el dinero. El incumplimiento del deber de idoneidad habilita al consumidor a iniciar un procedimiento administrativo sancionador ante la autoridad correspondiente, en este caso, el Instituto de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). Si se verifica la infracción, el Indecopi está facultado por la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, a imponer sanciones y medidas correctivas. No obstante, no hay un deber de indemnizar al consumidor por los perjuicios causados, al menos en vía administrativa.

De conformidad con los artículos 156 al 159 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, y en aplicación del principio pro asociativo, las Asociaciones de Protección a los Consumidores pueden beneficiarse hasta con la mitad de la multa impuesta, toda vez que esos fondos les brindan los medios económicos necesarios para realizar actividades que beneficien y

protejan a los consumidores en general. Esto incluye la defensa de intereses difusos, la denuncia de infracciones en contra de los consumidores y, obviamente, el financiamiento de sus gastos de funcionamiento. En ese sentido, cabe señalar que de acuerdo con el Informe 005-2017/DPC-INDECOPI y el 127-2017/DPC- INDECOPI, entre los años 2010 y 2016, se ha realizado un desembolso por la suma de S/ 811,123.04 hacia dos asociaciones de protección de los consumidores,

No obstante, no existe algo similar para el consumidor que padece los efectos de una infracción por parte del proveedor. No tiene participación en las multas impuestas a los proveedores en los procedimientos administrativos ante el Indecopi, a pesar de ser parte de ellos. El resarcimiento del daño solo puede ser ordenado por el Poder Judicial. Pero los montos involucrados, así como la demora de los procesos judiciales hacen, en la práctica, imposible la indemnización de los daños padecidos por los consumidores. El Estado renuncia así a su obligación de defender prioritariamente el interés de los consumidores y usuarios, conforme a lo dispuesto en el artículo 65 de la Constitución.

Por otro lado, es necesario tener en consideración que los procedimientos administrativos sancionadores de protección a los consumidores tienen una doble finalidad: proteger al consumidor frente a la vulneración de sus derechos, recogidos en la legislación de protección al consumidor; y, desincentivar conductas que claramente contraviene dicha legislación. Además, se contempla la competencia de la autoridad administrativa de ordenar medidas correctivas que reviertan los efectos de la conducta infractora al estado anterior de la afectación. No obstante, los efectos del daño producido no son reparados.



La propuesta de plantear la participación de los consumidores en las multas administrativas impuestas por el Indecopi tiene doble finalidad: por un lado, compensar a los consumidores individuales por los daños sufridos por la infracción de sus derechos por parte de los proveedores; y, desincentivar las conductas infractoras, pues al incrementar el importe de las multas, se generan incentivos en los proveedores para evitar ser multados.

La potestad para imponer sanciones administrativas (como las multas) se originan en la facultad punitiva del Estado. El objetivo de las sanciones, aplicadas mediante un procedimiento administrativo sancionador, es desincentivar. Para ello, se emplean criterios de graduación, que incluyen elementos atenuantes o agravantes, en función de la infracción cometida. El importe de las multas termina formando parte del tesoro público. No obstante, el Código de Protección y Defensa del Consumidor prevé una excepción:

*“El Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos pueden celebrar convenios de cooperación institucional con asociaciones de consumidores reconocidas y debidamente inscritas en el registro especial. La firma del convenio de cooperación institucional otorga la posibilidad de que el Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos puedan disponer que un porcentaje de las multas administrativas impuestas en los procesos promovidos por estas asociaciones de consumidores les sea entregado. En cada caso, dicho porcentaje no puede exceder el cincuenta por ciento (50%) de la multa impuesta y constituye fondos públicos.” (Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).*

Lo que plantea la siguiente investigación es brindar a los consumidores que denuncian una infracción, una vez determinada la responsabilidad del proveedor en un procedimiento

administrativo sancionador, un beneficio similar al que disfrutaban las asociaciones de consumidores. El objeto de esta medida es la reparación de los daños padecidos por el consumidor, mediante la entrega de una cantidad previamente determinada por la autoridad de consumo, y que se obtiene del importe de las multas aplicadas. Es claro que una medida como esta también aumentaría el monto de las sanciones impuestas, pero creemos que esto puede resultar en un incentivo más efectivo para desincentivar las infracciones a las normas de protección al consumidor.

Si bien la propuesta es razonable, se enfrenta a algunos obstáculos jurídicos. A nivel Constitucional, el artículo 139 establece el principio de la unidad y exclusividad de la función jurisdiccional. En ese sentido, señala expresamente que no puede existir ni puede establecerse jurisdicción alguna de modo independiente a la judicial, salvo en la vía militar como la arbitral, siendo imposible un proceso judicial por comisión o delegación. En consecuencia, no puede contemplarse un resarcimiento por daños en vía administrativa toda vez que la determinación de la responsabilidad de estos corresponde exclusivamente a la jurisdicción civil. Esto obliga a que el consumidor que sea afectado por los daños producidos por la infracción del proveedor tenga necesariamente que recurrir a un proceso civil para poder exigir la reparación de los daños y perjuicios. La única vía alternativa sería la arbitral. En ambos casos, por los tiempos y costos procesales, resulta poco práctico para el consumidor exigir esta indemnización, teniendo en cuenta los montos involucrados en la relación de consumo. Por esta razón, el inciso 7 de la Ley N° 29571 se cuida de precisar que las medidas que puede imponer la autoridad administrativa al proveedor infractor tienen un carácter reparatorio, con el objeto de corregir los efectos de la infracción, más no tienen una finalidad indemnizatoria. De esta manera, mantiene la discusión fuera de las competencias del Poder Judicial. Por otro lado, se ha intentado implementar un sistema de arbitraje

de consumo, cuya norma existe, pero hasta el momento no tiene una aplicación práctica, dada la renuencia de los proveedores a comprometerse a su realización mediante una cláusula arbitral.

Por estas consideraciones, cabe plantearse si es posible corregir de manera integral los efectos de la infracción sufrida por el consumidor. Incluir la participación del consumidor de parte de la multa impuesta al proveedor es una medida que debe ser considerada como la herramienta idónea para este fin.

Por otro lado, es posible comprobar la elevada reincidencia de las infracciones a los derechos de los consumidores por parte de varios proveedores. Esto nos lleva a plantearnos si es que las sanciones impuestas por el Indecopi son lo suficientemente elevadas como para desincentivar las conductas infractoras. Otorgar a los consumidores participación en las multas impuestas a los proveedores tendría como efecto indirecto el incremento de las multas. Con ello, creemos, se incrementarían los costos de infringir la normativa de protección del consumidor.

## **1.2. Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Es conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores?

### **Problema específico**

¿Son las sanciones aplicadas por el Indecopi suficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores por la prestación no Idónea de servicios y bienes?

### **1.3. Importancia del estudio**

Esta investigación es importante porque explora, desde una perspectiva jurídica y económica, la viabilidad de una reparación integral al consumidor en vía administrativa. Ello, teniendo en consideración que la vía judicial para exigir indemnizaciones se encuentra, en la práctica, cerrada al consumidor. Actualmente, esta reparación integral no se produce, pero es jurídicamente posible. Por otro lado, nuestra propuesta potenciaría el efecto disuasivo del procedimiento administrativo sancionador, al incrementar el costo de infracción (las multas) y la capacidad de detección (pues incentiva que el consumidor denuncie las infracciones contra sus derechos).

### **1.4. Justificación del estudio**

La **justificación teórica** del estudio radica en la necesidad de idear métodos que permitan una reparación integral del consumidor, evitando el uso de figuras que, de facto, se encuentra fuera del alcance del consumidor, visto desde la óptica del Derecho y la Economía.

La **justificación práctica** se encuentra en la necesidad de reparar de manera integral los efectos de las infracciones al derecho de idoneidad padecidas por los consumidores y, de otro lado, evitar la incidencia y gravedad de las infracciones cometidas por los proveedores.

La **justificación metodológica** se sustenta la necesidad de utilizar herramientas metodológicas como el análisis económico del Derecho (AED) para evaluar la reparación de los efectos de las infracciones y, desde el punto de vista metodológico normativo, brindar soluciones eficientes a este problema.

## **1.5. Objetivos**

### **Objetivo General**

Establecer si es conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores.

### **Objetivo específico**

Determinar si las sanciones aplicadas por el Indecopi son suficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de consumidores.

## **1.6. Hipótesis**

### **Hipótesis general**

Resulta conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores, porque:

- a) Generaría incentivos para que el consumidor denuncie las vulneraciones a su derecho a la información e idoneidad de los productos o servicios, incrementando la capacidad de detección de estas infracciones.
- b) Incrementaría el monto de las multas aplicadas, desincentivando de manera eficaz las infracciones y su reincidencia.
- c) Brindaría al consumidor una reparación efectiva frente a los daños sufridos por la infracción.

## **Hipótesis específica**

Las sanciones aplicadas por el Indecopi son muy leves para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores, lo que produce un mayor número de infracciones y un mayor perjuicio al consumidor.

### **1.7. Viabilidad y limitaciones de la investigación**

La presente investigación requirió de recolección de datos de la realidad, a fin de proceder a su análisis. En ese sentido, se ha utilizado como instrumento una encuesta realizada a distintos operadores del Derecho. El aislamiento social obligatorio, consecuencia de la pandemia de COVID-19, ha sido la principal fuente de limitaciones al estudio, pues nos ha obligado a reducir las muestras, y a recurrir a fuentes no presenciales. En ese sentido, las encuestas han tenido que ser aplicada de manera virtual, y las fuentes consultadas se han debido limitar a publicaciones virtuales.

Con todo, nuestra investigación sí fue viable. Se pudo realizar a pesar de las limitaciones antes señaladas. Nos hemos cuidado, además, de incluir un análisis doctrinario teórico que se pudo realizar al consultar las fuentes nacionales e internacionales.

## **CAPITULO II. ANTECEDENTES**

La investigación que estamos emprendiendo implica un tema que es relativamente novedoso. No se ha planteado a gran escala a nivel internacional, pues en la mayoría de otros países, la mayor parte de la protección al consumidor se realiza mediante procesos judiciales. Con ello, se consigue que en un mismo procedimiento se realice la sanción del proveedor infractor como la indemnización de los daños padecidos por el consumidor. No obstante, si hubo una creciente preocupación por la integridad de la reparación al consumidor.

### **2.1. Antecedentes internacionales**

Espinoza K. (2021) considera que, ante fallas en el bien entregado del sector inmobiliario, el consumidor deberá repararlo o, en su defecto, reponer el bien según lo prometido. Esto debe entenderse en un marco de defensa al consumidor, puesto que se prioriza su interés como uno de los principios para plasmar las garantías en materia de consumo y la buena fe.

Si bien el autor señala la existencia de una norma en el país que permite atender reclamos, solo se refiere a la supervisión técnica sobre lo pactado y entregado, más no, sobre posibles daños que surjan por deficiencia o la no idoneidad del bien. Finalmente, el autor concluye que existe una necesidad de protección a los consumidores y exige a las empresas del sector inmobiliario a no fijarse únicamente en las especificaciones técnicas al momento de la entrega, sino responder por daños propios del inmueble en fechas posteriores.

Molina M. (2021) analiza el comercio de bienes y responsabilidad de los vendedores en tres sistemas distintos, principalmente para determinar si existe un marco de protección al consumir en las ventas en línea. Sobre ello, se puede constatar la existencia de un marco no legal

de garantía sobre los bienes, en la cual puede actuar el reembolso o sustitución del bien cuando este sea no idóneo o defectuoso, es decir, cuando exista diferencia entre lo prometido y recibido. Una comparación de la situación en diversos países nos muestra que, en Chile, esta figura se presenta únicamente en los comercios registrados y aptos para comercio electrónico. En cambio, en Australia, se asume la existencia de una relación de consumo en la cual las partes han de actuar en privado y responder en privado. Por ello, en el ordenamiento australiano, es imposible hablar de una responsabilidad legal. En el caso de Europa, las obligaciones y responsabilidades del proveedor se extienden a toda persona natural o jurídica que brinde bienes o servicios. En ese sentido, se extiende la responsabilidad por la idoneidad de los productos a todos los comerciantes. El autor concluye en que la legislación comunitaria europea regula a la totalidad de relaciones de consumo, y ello puede limitar los emprendimientos. En Chile, en cambio, la responsabilidad alcanza únicamente a las grandes empresas, formalmente registradas. En el caso de Australia, la responsabilidad del proveedor se encuentra diluida, puesto que no es posible ejercer un reclamo por los bienes o servicios recibidos en una vía distinta a la privada.

Rodríguez, V. (2020) estudia la articulación de distintos factores que intervienen en la relación de consumo. Así, ilustra cómo la cartelización genera daños en los consumidores, pues la concertación entre los vendedores mantiene una homogeneidad de precios y calidad de bienes para controlar y repartirse el mercado, en desmedro del interés de los consumidores. Considera que las prácticas anticompetitivas dañan al consumidor, que no ve sus derechos tutelados por el Estado. En muchos de estos casos, los bienes y servicios comercializados no cumplen con los criterios de idoneidad. En un sistema anticompetitivo, la inexistencia de competidores anula el incentivo para el progreso y mejora constante. Finalmente, la autora señala que las sanciones imponibles únicamente son medidas correctivas. Además, plantea la cuestión de la determinación de la



idoneidad de los productos, que se encuentra en un débil margen de división entre lo prometido y brindado. Si esta brecha no es quebrada, es imposible para la autoridad estatal atender a la responsabilidad la responsabilidad del proveedor. Solo en caso de que, producto de la falta de idoneidad, se causase perjuicio al consumidor, es posible que la entidad nacional de Industria y Comercio intervenga para obligar a reponer el bien.

## **2.2. Antecedentes nacionales**

Soles, D. (2017) estudia los mecanismos empleados para la protección al consumidor, en sede administrativa, que buscan desaparecer la desventaja que exista entre el proveedor y consumidor. En principio, esto debería plasmar un marco de protección a nivel completo. Sin embargo, al no poder cobrar una indemnización o reparación, este procedimiento no satisface completamente al usuario afectado, el cual, para validar su derecho, debe recurrir a la vía judicial y perseguir la indemnización. La autora considera necesario que el Indecopi posea la autoridad y competencia para determinar indemnizaciones cuando se afecte la calidad del bien prometido y se ponga en riesgo la buena fe en los negocios. De esta manera, el consumidor tendría una protección eficaz por parte del Estado. Así, plantea una protección integral a fin de crear un ambiente sano y de confianza, como de exigencia, ante la burla por parte del proveedor al usuario.

Escudero, L. (2017) investiga cómo el organismo de control peruano ha permitido el desarrollo de gran parte de los conceptos recogidos por el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Para este autor, gran parte de regulación en materia de protección al consumidor tiene por finalidad evitar abusos por parte de los comerciantes. Esta protección comprende tanto la adquisición de bienes como de servicios. También encuentra que en este tipo de relaciones de consumo se encuentra los presupuestos de la responsabilidad civil, pues la entrega de un bien o

servicio a cambio de una contraprestación es, en la práctica, un contrato. Por ello, el comerciante debe responder por la calidad de lo brindado, o por las situaciones que compliquen el funcionamiento del producto y lo vuelvan inútil para su fin. Para el autor, la responsabilidad civil es clave y necesaria para que el consumidor reclame justicia. Para ello, tiene tres vías, la judicial, administrativa y privada. No obstante, la reposición y atención a los daños causados necesariamente responden a la misma vía, y sólo podrían ser atendidos ante exigencia legal o acuerdo mutuo.

Agreda, K., y Peralta, J. (2019) plantean la existencia de una relación entre la responsabilidad civil y administrativa, pues ambas permiten al consumidor reclamar al comerciante ante vulneración de derechos. En estos escenarios, si existe una deficiencia en el bien, la persona que lo entregó se encuentra obligada a responder en el mismo. Sin embargo, la materia indemnizatoria no es exigible en la responsabilidad administrativa, pues la naturaleza de sanción y el ejercicio de la potestad sancionatoria no encuentran un sustento legal para imponer indemnizaciones. Finalmente, demuestran cómo, ante daños por transgresiones de derechos, las empresas no pueden ser obligadas a reparar el daño causado, si no, únicamente reponer el bien. De esta manera, el procedimiento administrativo solo atiende a la responsabilidad y antijuricidad, más no a la función reparatoria.

## CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO

### 3.1. Relación de consumo

Villegas, B. (2017), explica que “la relación de consumo es comprendida como aquel nexo en el que el usuario compra un producto o adquiere un servicio con un proveedor, a cambio de una suma de dinero” (p. 7).

En ese sentido, es la relación de un bien con su adquirente, pues el consumidor va a utilizar o emplear el bien o servicio para un fin, y ello debe entenderse como el acto del consumo que no debe confundirse con la adquisición.

Según Danós, J. (2013) la define como la relación propiamente dicha del consumo y debe considerarse en un amplio entendido los aspectos económicos de la contraprestación y su finalidad para la cual es consumido, en este interés es que existe un margen de derechos que van a actuar en defensa del consumidor ante figuras irreales o que no prometan lo pactado, pues esto se configurará como un abuso en la figura del consumo donde a fin de priorizar la venta se burlen los aspectos de especificaciones.

Broy, C. (2009), manifiesta que para la relación de consumo se requiere de elementos para su formación y lo describe del siguiente modo: Consumidor, Proveedor, bien y servicio.

#### **Consumidor**

Broy (2009) define al “consumidor como el sujeto con capacidades físicas o morales que adquieren, poseen o utilizan un bien o servicios emplazados en el seno del sistema económico” (p. 8).

En efecto, tal como lo manifiesta el autor, el consumidor es una persona física que compra o adquiere un determinado bien o servicio con la finalidad de contribuir con la actividad económica.

Según Cáliz (1995) manifiesta que “todo consumidor es aquella persona que adquiere un bien y servicio para su satisfacción de su necesidad” (p. 3).

Efectivamente, tal como lo refiere el autor, el consumidor debe comprenderse como el sujeto con aptitudes y poder económico que adquiera un bien bajo un precio, este acto de compra le otorgará al sujeto la calidad de comprador, asimismo, al realizar este acto deberá ser con un fin de atención a una necesidad privada, por lo que, el bien adquirido debe cumplir con sus expectativas y promesas, ya que el rol de éste es el impulso del mercado económico.

En razón a ello Sheoihort. (2016) precisa como el consumidor es la figura que va a impulsar la economía a partir de su consumo, pues la contraprestación responde a una necesidad por satisfacer intereses, y es por esa necesidad que se abre un abanico de posibilidades en un libre mercado donde el sujeto es libre de elegir el que mejor se adapte a sus necesidades; para hacerse esta competencia e idoneidad debe presentarse una información clara y precisa por parte del comerciante para identificar adecuadamente el producto necesario, sin embargo, cuando esto no sucede se menciona una lesión a la buena fe y se podrían provocar daños hacia el consumidor, lo cual podría conllevar a una responsabilidad por parte del proveedor.

### **Proveedor**

Según Broy (2009) manifiesta que el proveedor es:

Aquella persona natural o jurídica que realizan actividades de producciones, fabricaciones, distribuciones o comercializaciones de bienes o prestación de servicios a los consumidores, cobrando un precio por ello, por lo tanto, las obligaciones del proveedor es brindar informaciones completas y exactas sobre los productos y servicios que presta, garantizando el suministro de éstos. (p. 9)

### **Servicios**

En palabras de Broy (2009) define al servicio como “una de las actividades productivas remuneradas no tangibles e inmateriales que se ofrecen en el mercado, con el propósito de satisfacer las necesidades cuyos resultados pueden ser tangibles o intangibles” (p. 11).

### **Bienes**

Según Broy (2009) conceptualiza al bien como “todo lo destinado a satisfacer la necesidad o el deseo humano y que se consume con su empleo o su uso, lo que pueden suceder de modos inmediatos o a lo largo de mucho tiempo” (p. 11).

## **3.2. El Consumo como Fenómeno Social**

Bauman (2007) precisa como a partir de los fines de las guerras se impulsaron las industrias, pues existió una necesidad de crecimiento y recuperación económica, teniendo como ideología el capitalismo y la necesidad de la inversión en tecnologías para recuperar y mejorar la calidad de vida de las personas.

Siendo así, esta industrialización ha ido suministrando a la sociedad tanto bienes como servicios que han provocado en la sociedad un cambio de patrones y conductas, pues éstas se han dirigido a la competencia y satisfacción de la sociedad, dado que el desarrollo de bienes y servicios

se han ido orientando hacia otorgar un mayor número de facilidades en la vida de las personas y al mismo tiempo se ha podido percibir como estos individuos se encuentran en una cierta comodidad, pues se les resta tareas y actividades o facilita por los bienes adquiridos; desde el sentido del hogar las familias han apreciado una reducción del tiempo de las tareas cotidianas con las máquinas lavadoras y en las gestiones de oficina con las máquinas de escribir, éstas reemplazaron la exhausta labor de la redacción a mano, posteriormente las fotocopiadoras permitieron la reproducción del texto simplificando las labores de oficina.

Visto desde este apartado se puede notar como el rol social se vio fuertemente influenciado por el desarrollo del consumismo y su generalización.

Prada (2005) manifiesta que el factor social siempre se consideró hasta antes del desarrollo industrial como apartados separados, sin embargo, la complejidad de la tecnología y su visión de facilitación de las labores en todos los aspectos han ido creando más que una comodidad, una necesidad de dependencia del consumismo, donde la finalidad cambió a ya no satisfacer una necesidad, si no, proponer estar a la vanguardia en una rama en específico.

Lo que expone el autor se puede seguir explicando con el ejemplo anteriormente planteado, donde la necesidad de satisfacción mediante el uso de la lavadora, era la necesidad de optimización del tiempo de la familia, la prevención del contacto constante con el agua que pudiera dejar a las personas expuestas a ante fiebres o resfriados, sin embargo, el consumismo actual ya no busca únicamente satisfacer una necesidad, si no, presentar bienes a la vanguardia no siempre necesarios; actualmente es posible encontrar una lavadora doméstica que permite trabajar con agua caliente, contiene distintos tipos de lavados, prevé la posibilidad de conectarse a los dispositivos móviles

para notificar que se ha terminado el ciclo de lavado y demás cuestiones que se van encaminadas a incorporar un status antes que una satisfacción.

Respecto a las máquinas de escribir y fotocopiadoras, es posible en el tiempo actual contar con computadoras y lectores e-reader, estos últimos cumplen la única función de realizar la lectura de documentos y transporte, en comparación con las computadoras y dispositivos móviles, encontramos que estos realizan la misma función, donde la distinción la realiza un status sobre un dispositivo especializado para dicha labor que, sin embargo, no muestra mejora o relevancia alguna.

En este punto se muestra como el consumismo se ha visto impulsado por el desarrollo pleno del capitalismo, lo que permite a la sociedad denominarla como de consumo vivir de ella y depender de la misma, siendo que, para el día a día las personas consumen bienes para su subsistencia, por lo que, existe una dependencia fuerte a los mismos.

Respecto al consumismo, Marx (1862) detalla como este necesariamente requiere de una producción y esta se realiza a cambio de una paga, esto crea un círculo económico en la cual el consumidor necesariamente en su adquisición es el que motiva y financia la producción, por lo que, se puede indicar como el motor principal del proceso económico y del valor depende del consumidor, en razón a él es que el propio mercado se debe.

Mientras Baudrillard (1983) explica como el consumo y consumismo encuentran una diferencia que no debe ser confundida, la primera se dirige a la adquisición de un bien o servicio aislado para satisfacer una necesidad, mientras el consumismo se orienta a adquirir bienes y servicios para mantener una cierta vanguardia, donde no se priorice tanto el factor de necesidad.

### **3.3. Principios Esenciales en el Código de Protección y Defensa del Consumidor**

#### La autonomía y soberanía del consumidor

Conforme a Broy (2009), la autonomía y soberanía se dirigen a la posibilidad de la defensa de los derechos de los consumidores, en el ejercicio de su Tutela, por lo que estos deben tener la autonomía de su decisión de recurrir a la justicia o negociar. Sin embargo, en la parte administrativa estos suelen ser limitados en su autonomía de ejercicio, debido a la representación de oficio por parte del Indecopi.

#### Corrección de la Asimetría Informativa

Rodríguez (2017) explica que, este principio menciona como el proveedor conoce a la perfección su producto, por tanto, se encuentra en una posición ventajosa frente al consumidor, sobre el cual poco pueda conocer o recién se está enterando, en este orden de ideas es necesario que la entidad exija al proveedor a manifestar completamente las características del producto. También se entiende que, ante la falta de idoneidad, el vendedor es el conocedor de los posibles desenlaces, pues habría información que no cumplió con detallar al momento de la venta.

#### Iniciativa Pro-Consumidor

Velásquez (s.f.), menciona que este principio nace por la necesidad de protección al consumidor, pues esta debe ser en razón a la normativa y hechos, atendiendo en conjunto a sus respectivas interpretaciones siempre y cuando se susciten dudas, debido a que para el Estado el fin de protección ante abusos se inclina ante este supuesto al consumidor.



### Principio de Transparencia

La Ley N° 29571 (2011) establece que los proveedores deben facilitar la información certera sobre el producto que ofrecen. En consecuencia, están en la obligación de actuar adecuadamente, conforme a la buena fe y transparencia que debe exigirse en todos los acuerdos comerciales, pues estos principios respaldan la confianza en los negocios.

### **3.4. Principios para unas buenas prácticas comerciales según las Directrices de las Naciones Unidas. (2016)**

#### Trato justo y equitativo

De la Cerda (2007) manifiesta que, este principio es componente esencial de los más importantes Acuerdos de Promoción y Protección a las Inversiones. Las empresas deben tratar a los consumidores de manera justa y honesta en todas las etapas de su relación, como parte esencial de su cultura corporativa. Las empresas deben evitar comportamientos que sean ofensivos para los consumidores, especialmente aquellos en circunstancias vulnerables y desfavorecidas.

#### Conducta comercial

Las empresas no deben permitir, bajo ninguna circunstancia, que los consumidores participen en engañosas, ilegales o discriminatorias, como tácticas de marketing abusivo. Otras circunstancias pueden generar riesgos o daños innecesarios para los consumidores.

#### Divulgación y transparencia.

Alejos (2015), define este principio como fuente de confianza en la empresa, ya que cualquier acto de transparencia que realice una organización causa en los stakeholders un clima de fiabilidad, veracidad y aporta mayor credibilidad a la actividad que realizan. Las empresas deben

proporcionar información completa, precisa y no engañosa sobre bienes y servicios, términos, condiciones, tarifas aplicables y costos finales, para que los consumidores puedan tomar una decisión informada.

### Educación y sensibilización

Las empresas deben desarrollar programas y mecanismos cuando sea apropiado para apoyar a los consumidores en cuanto a la adquisición de conocimientos y habilidades necesarias para reconocer los riesgos incluidos los riesgos financieros, y tomar decisiones informadas. Transparencia y acceso a servicios de apoyo y asesoramiento competentes y profesionales, preferiblemente proporcionados por terceros independientes, si es necesario.

### Controversias y reclamaciones de los consumidores.

Las empresas deben proporcionar a los consumidores mecanismos de quejas que les permitan resolver disputas de manera oportuna, justa, transparente, económica, accesible y eficiente, sin cargas ni gastos innecesarios. Las empresas deben considerar la adopción de estándares nacionales e internacionales para los procedimientos internos de resolución de disputas, los servicios alternativos de resolución de disputas y las reglas de satisfacción del cliente. Las Naciones Unidas (2018) señalan que, el derecho del consumidor a acceder a la solución de controversias y obtener una compensación debería considerarse en el contexto más amplio del derecho de los consumidores a acceder a la justicia. Para que los derechos del consumidor sean eficaces, deben ser ejecutables, y todo daño sufrido por un consumidor debe prever una compensación adecuada.

Este principio es importante dado que es meollo de la investigación, Según las Directrices de las Naciones Unidas indica expresamente que; *los Estados Miembros deben establecer o mantener medidas legales o administrativas para permitir que los consumidores obtengan compensación mediante procedimientos oficiales o extraoficiales que sean rápidos, justos, transparentes, poco costosos y accesibles*. Asimismo, se debe informar sobre estos procedimientos a los consumidores y apoyarlos, dado que, mayormente están en situación de vulnerabilidad y desventaja. Por ende, se debe facilitar el acceso a vías de recurso que no supongan costos o demoras y que, al mismo tiempo, no impongan cargas excesivas o indebidas a la sociedad y las empresas.

### **3.5. Normas que protegen los derechos al consumidor**

#### Constitución Política del Perú

Según De Otto (s.f) alude al conjunto de las normas cuyo objetivo es la organización del Estado, los poderes de sus órganos, las relaciones de éstos entre sí y sus relaciones con los ciudadanos. Se entiende que, los derechos de cada uno de los ciudadanos del Perú están protegidos en la Constitución Política del Perú, sin embargo, en su Título III dedicado al régimen económico del país, capítulo I, hace mención a los principios generales, dentro de los cuales hallamos el artículo 65, donde expresa literalmente en su contenido, dadas las características en el espacio de las relaciones jurídicas patrimoniales, la defensa al consumidor haciendo hincapié en el principio de defensa de los consumidores y los usuarios, ello debido a que, el Perú se ejerce bajo el marco de economía social de mercado, por lo tanto, es preciso redundar en que, tal disposición abarca uno de los principios generales del régimen económico de la Constitución;

*“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.”*

A raíz de dicha disposición queda claro que, la Constitución protege a ambos sujetos, en el presente caso denominados agentes económicos y uno de ellos quien es el meollo de la presente investigación; el consumidor.

### LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Según Espinoza (2006) el Código de Protección y Defensa del Consumidor continúa con este mecanismo de tutela efectiva de los derechos del consumidor. Ello debido a que se entiende que, el presente Código es el conjunto de normas que reconocen y protegen particularmente los derechos de los consumidores, está regido bajo los parámetros del artículo 65 de la Constitución Política y el Régimen de Economía Social del Mercado, tiene como finalidad que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección. Sin embargo, es motivo de la presente investigación el hecho de que se protege el derecho del consumidor, pero no se le atribuye una indemnización ante la vulneración de este.

Cabe recalcar que la Ley mencionada tuvo modificaciones mediante Ley 31537, respecto al artículo 24 y 152, en donde reducen el plazo a 15 días hábiles improrrogables, referente a las quejas y libro de reclamaciones remitidas a INDECOPI.

Es importante señalar que, la ley se ha desarrollado idóneamente dentro del Régimen de Economía Social de Mercado, puesto que, el artículo 65 de la Constitución es matriz de la regulación normativa de la protección al consumidor en el Perú ello según Echaiz (2012).

Del mencionado principio de defensa de los consumidores deslindan tres puntos importantes respecto a las funciones principales del Estado;

- a) El estado debe asumir un papel defensor para los consumidores y los usuarios, es importante señalar que la función del estado es meramente regulatoria, mas no intervencionista, respetando así el modelo económico de mercado establecido.
- b) El estado garantiza que el usuario respete el derecho a la información que los proveedores deben brindar a los consumidores, respecto a los productos y servicios que se encuentran en el mercado.
- c) El estado vela por la seguridad y la salud de los ciudadanos.

Así, para Victor Hugo Montoya Chávez (2009), [...] es menester enfatizar que la satisfacción de las necesidades del consumidor y del usuario (artículo 65 de la Constitución) es el punto de referencia que debe tenerse en cuenta al momento de determinar el desenvolvimiento eficiente del mercado, y es así como surge la función reguladora que debe cumplir.

Decreto Legislativo N° 1033, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, está facultado para proteger y defender los derechos del consumidor frente a la adquisición de productos y servicios con la intención de que sean idóneos, conforme a la Ley N° 29571 antes mencionada. La presente normativa es clave para la defensa de los consumidores y por ende para la investigación planteada. La entidad en mención será detallada a cabalidad posteriormente.

### **3.6. Derechos del Consumidor**

Para comprender la figura del derecho del consumidor es necesario comprender, como bien señala Álvarez (2000), que este derecho encuentra su esencia en la naturaleza económica que genera la relación jurídica consumidor – proveedor, pues esta figura es solo configurable ante una contraprestación de bienes o servicios, por lo que los medios siempre pueden cambiar debido a la relación, necesidades y naturaleza de los bienes.

Como argumenta Castañeda (2002), la relación de consumo cumple un orden de naturaleza privada, pues el consumo se realiza en un acuerdo entre el consumidor y el productor-intermediario; siendo importante los precios y la calidad, pues permiten establecer la necesidad de la transparencia, esta información sirve para realizar una evaluación interna por parte del sujeto (jurídico o humano) a fin de comparar con otras opciones del mercado.

La comparación es la herramienta de libertad económica que posee el consumidor. Esta determina la calidad conforme al poder adquisitivo, la imagen asociada al producto y, sobre todo, la durabilidad. Existe otro valor que viene a incrementarse básicamente por la expansión del capitalismo, el status que un bien pueda dar y como este va a darle una reputación dentro de su círculo social.

Es necesario precisar que el consumidor no necesariamente tiene una necesidad de consumo. Sin embargo, el marketing y las técnicas de publicidad inducen a la persona a crear necesidad no vital sobre una gama de bienes, como las esencias de perfumes y el valor adicional que dará la marca al vender un status. Esta presencia de marcas reconocidas es lo que genera un valor agregado en el producto, donde el sujeto tiene una apertura mayor en su abanico de decisiones, teniendo bienes de similar calidad. Por ejemplo, en un apartado podemos encontrar los

productos con marca y genéricos, productos que, a pesar de mantener una misma propiedad, las cualidades otorgadas por una marca crean en este un valor adicional y ante ambas opciones el consumidor aún no se satisface hasta haber adquirido alguno de los dos bienes.

Respecto al deber de brindar al consumidor información completa sobre la calidad del bien, encontramos dos vertientes: la primera es la transparencia y la segunda sustentar el valor del bien. Para la segunda, es conveniente resaltar las cualidades frente a los genéricos, a fin de atraer al consumidor, pues el concepto de sobreutilidad va a servirle al proveedor como el agente capitalizador para la generación de industria y tecnología que, bajo el libre mercado, permite mejorar el producto o implementar mejoras tecnológicas con la finalidad de hacer a futuro un producto más competitivo para ser seleccionado como preferencia ante otros posibles consumidores.

Resulta pertinente hacer la distinción entre el usuario y consumidor. El primero se refiere a quien usa cotidianamente un servicio, pues la conducta será constante e ininterrumpida donde únicamente se mantendrá la relación de consumo con un sujeto y no valorará otras alternativas: es lo que se conoce como la fidelidad comercial. En el segundo supuesto, este consume en rara ocasión y en una oportunidad, donde aún no existe un avance ideológico económico ni ataduras de contrato, por lo que, este podrá ser cualquier usuario que adquiera un bien en aisladas ocasiones y no mantenga la periodicidad.

Según Lasarte (2007), para la legislación no existe una diferencia clara entre consumidor y usuario, lo que se considera preocupante, pues existen cuestiones únicas a cada figura necesarias de regular y que se refieren a contextos distintos como lo son la confianza ya extendida, la buena fe y el cumplimiento del nexo contractual.

Para Caycedo (2013) tratar sobre el derecho del consumidor es necesario y relevante para el mercado laboral, puesto que es una protección efectiva del usuario que evita un abuso por parte de los proveedores, especialmente cuando se pretende entregar un producto con una calidad distinta de lo ofrecido. La necesidad de protección al mismo encuentra un gran marco legal olvidado a lo largo de la historia por el poder económico que, sin embargo, en los últimos tiempos adquiere relevancia por la propia naturaleza del contrato social

Los consumidores tienen el derecho a ser protegidos por las normas nacionales en cuanto al consumo y adquisición de productos, así como sostener las responsabilidades de los proveedores que ofrecen los productos a consumir. Son muy frecuentes los casos de reclamo por parte del consumidor por productos no idóneos y ofrecidos negligentemente por el proveedor, causando daños a la integridad del cliente. En nuestro país existe la tendencia a olvidar; los usuarios prefieren no reclamar para evitarse problemas. Sin embargo, en realidad tienen expedito su derecho para poder interponer ante Indecopi un reclamo. Hay que considerar que el usuario es la parte fundamental en las relaciones comerciales ya que será el agente encargado de entregar la contraprestación económica por el intercambio de un determinado bien o servicio. Por ello, es que con una buena base de protección se impulsa el movimiento financiero y por ende el motor económico de la sociedad.

Esto justifica la existencia de una protección al consumidor, en la que los deberes del proveedor responden a existencia de una garantía, mediante la cual se espera que el consumidor pueda tener todo el acceso a la información sobre las características del producto. Esta se mide a través de tres parámetros:

- Calidad.



- Idoneidad.
- Seguridad.

La confirmación de deficiencias en algunos de estos tres parámetros se estaría lesionado las garantías del consumidor, lo que lo habilita para ejercer sus derechos al reclamo. La puerta de acceso a este, en una primera línea, es el libro de reclamaciones, el cual presentará en redacción simple la molestia y lesión para que Indecopi pueda tomar conocimiento. No obstante, también existe la posibilidad de recurrir directamente a la entidad para la presentación del reclamo.

Luego de presentado el reclamo, la autoridad administrativa dispone de un plazo de 10 días hábiles para la comprobación de los hechos, a fin de dar inicio al procedimiento administrativo sancionador y, sobre este, notificar proveedor y al consumidor, pues es su derecho conocer el estado y avance de su reclamo.

La formalización de este proceso no es excluyente para que el proveedor pueda reparar el daño otorgando otro bien de las características prometidas o reparando lo entregado. Sin embargo, ante la dificultad logística que esto podría conllevar, es posible asumir un pago económico por la lesión y/o incomodidad causada.

Esta propuesta de pago estaría destinada a reparar el bien o el costo de su restitución, más carece de naturaleza indemnizatoria. El nexo en común entre ambos sujetos (consumidor y proveedor) son los derechos y obligaciones originados en su relación con el bien, tanto percibido como brindado. Resulta necesario un análisis técnico y/o un informe para determinar la idoneidad del bien y el valor de su reparación.

Tallone (2002) señala que, a pesar de que en algunas ocasiones pueda no haber un reconocimiento expreso sobre las garantías aplicables a un bien, este debe ser entendido como implícito en todo producto comercializado. De esta manera se hace posible el ejercicio de la tutela del consumidor mediante la vía administrativa o judicial.

De esta manera, en opinión del autor, a pesar de no existir una garantía expresa o acordada, el proveedor se ve obligado a responder por los daños o la no idoneidad del bien comercializado. La buena fe en los negocios otorga un clima de seguridad y confianza que debe respetarse. Esta buena fe se expresa en congruencia entre la garantía y responsabilidad, pues este nexo comercial extiende relevancia jurídica donde el fin es proteger los derechos del consumidor, esta nueva imagen es de entenderse como la seguridad jurídica.

Por su parte, la Directiva Comunitaria 85/374/CEE del Consejo de la Unión Europea determinar que existe una vulneración a los derechos del consumidor cuando el producto brindado sea no idóneo o defectuoso, para lo cual es necesario evaluar los siguientes escenarios:

- La imagen del producto.
- El fin prometido.
- La información consignada de su calidad.

Si se confirma una infracción en cualquiera de estos tres escenarios, podemos determinar que se ha producido una lesión a los derechos del consumidor y, por tanto, se configura la responsabilidad del proveedor por el producto brindado.

En el mismo sentido, Villalba manifiesta que:

“El deber de seguridad tiene un contenido muy extenso, y en sentido amplio implica la obligación que tiene el productor y/o el proveedor de poner solo productos seguros en el mercado y dado el caso, responder por la salud e integridad física del consumidor o de sus bienes”. (Villalba, 2014, p. 20)

De acuerdo con este autor, cuando un producto no cumple con los parámetros de seguridad, se estaría dañando al consumidor ya que se pondría en riesgo su integridad, y se lesionaría la confianza de este en el mercado ante la no idoneidad del bien.

Sobre ello, Tamayo (2016) indica que, ante la lesión de derechos en cualquier materia, actúa la figura de la responsabilidad, sobre esta se hace exigible el supuesto de reclamo y atención al pedido pues la naturaleza de la materia es responder entre lo prometido y lo brindado.

Para Echeverri (2014), la responsabilidad en materia de protección al consumidor debe denominarse como económica de mercado, toda vez que los derechos del consumidor comprenden su naturaleza económica y comercial, la cual puede ser reclamada en vía administrativa como judicial.

Sin embargo, si nos enfocamos en las competencias del Indecopi, es necesario precisar que esta solamente alcanza a la responsabilidad administrativa en materia de protección al consumidor. La responsabilidad civil por los productos defectuosos y/o inidóneos corresponde a quien tenga jurisdicción para conocer la materia contractual involucrada en el conflicto, aunque en el camino ignore la materia económica propiamente dicha.

### **3.7. Responsabilidad civil en el Derecho del consumidor**

Para entender a la responsabilidad civil en materia de protección al consumidor, es necesario referirse a Sandoval (2016), quien señala que la responsabilidad civil, frente a defectos, opera como una determinación para la responsabilidad y el daño, los cuales requieren que se determine la causalidad, el daño y la existencia del bien causante. La concurrencia de estos tres elementos, mediante la actuación de prueba suficiente, permite imputar responsabilidad por la provisión de bienes defectuosos.

Solé i Feliu (1997) expresa que es imposible que el usuario tenga la carga de demostrar totalmente el defecto del producto, debido a la existencia de asimetría de la información. Por ello, corresponde invertir la carga, de manera que sea el proveedor quien deba demostrar la idoneidad del producto. De ser el caso, corresponderá a la autoridad administrativa actuar de oficio.

Respecto a los productos defectuosos, este autor señala que estos no solo corresponden a información no brindada por el proveedor. El proveedor debe, dada su actividad y actuación en el mercado, ser conocedor de su propio producto. En ese sentido, debe conocer y diferenciar entre los distintos tipos de defectos, sin desentenderse de su responsabilidad:

- En diseño.
- Elaboración.
- Información.

Por su parte, Tamayo (2016) señala la necesidad de cautelar la seguridad del consumidor. Por ello, debe ampliarse el factor atributivo de responsabilidad, aceptando tanto el dolo como la

culpa ya que el comercializador debe mantener un estándar de seguridad y protección, a fin de actuar conforme a derecho, sin afectar la buena fe en los negocios.

En el mismo sentido, Zintl (1995) defiende la existencia de un estándar de calidad esperado: el producto no debe variar entre lo prometido y entregado, siendo que una situación distinta conlleva una valoración distinta y, en consecuencia, un uso diferente al consignado. Para el derecho del consumidor, esto es visto como características distintas a las prometidas y, por ende, a la confirmación de que un bien no resulta idóneo, sino defectuoso. Con ello, se quiebra la confianza del consumidor, y se genera un daño. Este daño se evita o merma con la ejecución de las garantías establecidas sobre el bien.

Respecto a los defectos de producción, estos pueden deberse a actuaciones directas del productor, y ajenas al comercializador. Dado que este es ajeno a la producción, y muchas veces desconoce que el producto adolece de la falla que es imperceptible, nos encontramos ante un defecto que no resultó previsible para las partes de la relación de consumo. Es imposible ejecutar una responsabilidad sobre el comerciante, pues este no tenía por qué conocer los defectos de la fabricación. La responsabilidad correspondería al productor, siendo el comercializador un simple nexo.

En la misma línea, Saavedra afirma que la responsabilidad civil “es una obligación que se atribuye al sujeto que genero un daño. El agente del hecho dañoso queda obligado ante la víctima del daño, vale decir que a consecuencia del daño se genera una indemnización a favor del lesionado” (Saavedra, 2004, p. 34).

Ante una eventual responsabilidad del proveedor, puede operar la reposición del bien o la devolución por el concepto de falta de idoneidad del bien o de la calidad prometida. En cierta

medida, esto es producto de la garantía implícita presente en el contrato de consumo. Se produce un supuesto de responsabilidad civil por la falta de idoneidad o los daños producidos por los productos defectuosos. Es cierto que la responsabilidad civil solo puede ser conocida por el juez en un proceso civil de conocimiento. No obstante, esto no se opone a la idea de plantear la reparación sobre el bien, así como la entrega de una compensación monetaria por el tiempo durante el cual el consumidor no pudo utilizar el bien o padeció los efectos de un bien defectuoso.

Según Shina, la garantía es un “derecho esencial que los productores de bienes y servicios les deben a los consumidores.” (Shina, 2014, p. 402)

Asimismo, para el autor, la garantía sería la responsable de extender la responsabilidad, inherente a la labor de comercialización. Esta debe operar sin margen de error, pues se presume siempre su veracidad como eficacia, a fin de que el consumidor pueda verse atendido, y permitir una tutela frente a la justicia. Esta no debe limitarse únicamente a los comercializadores, si no, con más razón extenderse a los productores, pues ellos toman conocimiento de primera mano ante deficiencias en la elaboración.

Siendo así, la garantía se explica como un derecho a obligarse y tutelarse. Además, para Stiglitz (1994) cumple con “asegurar la eficacia del bien o servicio, para el cumplimiento de la finalidad a la que están destinados, a fin de satisfacer plenamente el interés del consumidor, y, asimismo, evitar que del consumo resulte dañino a su persona o bienes.” (Stiglitz, 1994, p. 317)

De esta manera, para el autor, la garantía se emplea como herramienta de aseguramiento del valor y respeto por el consumidor. De esta manera, no se ignora su relevancia como agente económico. Tiene por finalidad la satisfacción del consumidor, toda vez que las lesiones pueden tanto a sus derechos como a sus bienes.

Así, la responsabilidad civil se encuentra vinculada a la garantía. Esta responsabilidad civil, a criterio de Aragón & Ruiz (2017), debe comprender los siguientes elementos:

### Responsabilidad subjetiva

Entendida como aquella netamente relacionada a la conducta de la persona, tanto en acción como omisión de los sujetos; es decir, el omitir una conducta en la cual el sujeto se ve obligado o actuar a sabiendas que el hecho pudiera producir una lesión. Para que esta responsabilidad opere, necesariamente se requerirá de una lesión a la persona o una norma, generando así la obligación a reparar el daño.

### La culpabilidad

Está contenida dentro de la responsabilidad, puede ser subjetiva u objetiva. En el primer caso, la conducta deber ser negligente, mientras el segundo no es necesario la intención o negligencia, sino solamente la existencia de daño.

### El dolo

Este punto refiere a la intención y conocimiento de querer causar el daño al agente.

### La necesidad de cuidado

Este elemento es vital, puesto que el proveedor se encuentra por principio obligado a actuar en respeto y protección al consumidor, pues provocarle un daño no debe ser un interés por la parte, por ello, debe comprenderse como él mismo está obligado a cuidar al consumidor y de no hacerlo deberá repararlo.

### Responsabilidad objetiva

A diferencia de la responsabilidad subjetiva, que valora las actuaciones de quien causa daño, la responsabilidad objetiva solamente valora la existencia de la lesión causada. En ese sentido, puede afirmarse que emana de la necesidad de atención del daño provocado. Basta con demostrar la existencia de un daño atribuible al agente responsable.

### Conducta antijurídica.

Este elemento consiste en la verificación de una conducta que lesione una norma previa expresa. Se configura cuando la actuación del agente causante transgrede la norma, tanto en su regulación como en sus principios.

### El daño

Este es uno de los conceptos más complejos de definir. Requiere ser verificado, y que su existencia produzca una afectación a otro. Esta afectación puede ser de naturaleza jurídica o material, actual o potencial. No existe responsabilidad sin daño. Podríamos clasificarlo en:

- a. El daño emergente: Es aquella lesión contra los bienes del consumidor por el no cumplimiento de una actuación que genere un perjuicio. Se conceptualiza también como la pérdida que sobreviene en el patrimonio de la persona afectada; conocido también como la disminución o pérdida de la esfera patrimonial del lesionado o dañado. (Casación N° 14158-2017, Callao)
  
- b. El lucro cesante: Puede ser definido como el impedimento de realizar una labor que, de manera regular, producía un beneficio económico al afectado. Puede



coexistir con el daño emergente, pues si aquel estaba constituido por el daño directo al bien, este corresponde al impedimento de realizar la actividad productora regular.

- c. La lesión moral o daño moral: Este tipo de daño se produce cuando se ve afectada la esfera psicológica del individuo. Dentro de este, podríamos encontrar la ansiedad, el sufrimiento, la desesperación o alguna otra afectación de la misma naturaleza. (Bolaños, 2004).

### El nexa casual

Es la relación de causalidad existente entre el accionar del sujeto y el daño producido. Estas actuaciones pueden ser positivas (actos) o negativas (omisiones). Podríamos clasificarlas en:

- a. De naturaleza adecuada: Se refiere a las actuaciones del sujeto que resultan más idóneas para la producción del daño.
- b. De naturaleza directa: Referida como un actuar específico que desencadena la lesión o un número de causas que desembocan una lesión.

### El factor de atribución

Se refiere a las formas de establecer la responsabilidad de un agente causante, que irán desde la evaluación de factores subjetivos (dolo/culpa), hasta consideraciones objetivas (riesgo, defecto), pasando por criterios de eficiencia (Deep pocket, cheapest cost avoider, etc.).

### Finalidad de teoría de la responsabilidad civil

Para Aragón & Ruiz (2017), el fin de la responsabilidad civil es determinar las figuras y elementos claves como su diferenciación para poder reparar la lesión, así como restaurar el bien, y, además, obligar a responder al causante que, de no actuar, recibe una sanción.

### Funcionalidad

De acuerdo con Aragón & Ruiz (2017), la responsabilidad civil cumple una serie de funciones, entre las que se encuentran la prevención de la lesión y la necesidad de atender la reparación. Así, de acuerdo con el autor, tenemos las siguientes funciones:

- a. Demarcatoria: Se denomina así a aquella que propone la creación de las normas que contengan las obligaciones y deberes de las partes. Estas prometen actuarse y cumplirse para no producir lesiones pues, a pesar de la libertad de actuación, se imponen límites para la protección de las personas y sus bienes.
- b. Compensatoria: Esta función busca satisfacer la necesidad de respuesta por atender al daño, pues este es producto del quebrantamiento de la norma jurídica, y causa una afección injusta a la persona. Por ello, se genera una obligación legal de reparar por la lesión o compensar ante el daño.
- c. Distributiva: Esta función se encuentra referida a la distribución del riesgo y de los daños resultantes. De esta manera, se evalúa la conducta realizada para determinar el riesgo que conlleva, y asignar la obligación de responder en función de ello.

- d. Preventiva: Esta función, quizás la principal de la responsabilidad civil, consiste en convertirla en un instrumento de prevención de daños, mediante la creación de deberes de cuidado y de incentivo a la toma de precauciones. Cuando un sujeto no toma las precauciones adecuadas para evitar el daño, se le hace responsable.
- e. Admonitoria: Consiste en una función de consejo o amonestación. Es propia del common law, y consiste en que las sanciones por responsabilidad civil tienen una función ejemplificadora, esto es, sirven de ejemplo para que otros adopten las medidas necesarias para no producir el daño y, en consecuencia, no recibir una sanción.
- f. Sancionatoria: Esta función consiste en la sanción de la infracción del deber de cuidado o del deber de no hacer daño a otro. Mediante esta función, se traslada el valor del daño padecido a quien sea considerado responsable de este. En ese sentido, se traslada el costo del daño a manera de sanción por una actuación ilegítima e ilícita que provocó que este se produjese.
- g. Punitiva: Esta función es propia del derecho anglosajón, y se traduce en la imposición de los denominados “daños punitivos”. Es labor estatal la represión de las conductas que generan un daño considerable a las personas. Así, cuando una conducta sea particularmente inexcusable, no basta la simple reparación económica del daño, sino que además, resulta necesaria la represión de la conducta mediante una afectación económica considerable. Es una función reservada a los supuestos de responsabilidad civil más graves.

### Finalidad de la responsabilidad civil.

Para efectos de la responsabilidad por productos defectuosos o no idóneos, consideramos que la finalidad de la responsabilidad civil se encamina a la reparación o restitución del bien no idóneo. Esto atiende a dos concepciones teóricas:

#### Respuesta universal patrimonial

Esta posición señala que ante una lesión, el suministrante de un bien no idóneo o defectuoso debe atenderlo y repararlo con todo su patrimonio. En caso contrario, deberá indemnizarlo de la misma manera, sin límite alguno sobre sus bienes.

#### La restitución total.

Para esta posición, la respuesta ante una lesión provocada por un bien no idóneo o defectuosos, el proveedor debe responder con la reparación del bien, dejándolo en el estado prometido.

### **3.8. Daños al consumidor**

Conforme a Laborde (2019), al hablar de daños al consumidor necesariamente tenemos que hacer referencia a la responsabilidad civil, pues el vínculo de estos con aquella podrá determinar cómo se ha producido una lesión al consumidor, y como obrar ante esta. Conforme a Lekachman (1962), se deberá tener especial atención en la relación del bien con el suministrante y el consumidor. Es de esta relación de la que surge la necesidad de respuesta del proveedor para atender el daño causado por el bien defectuoso o no idóneo.

También resulta conveniente estudiar la postura de Hernández (2013), quien explica que, ante los daños, se debe probar la relación del proveedor con el bien. En cambio, más no es relevante verificar la existencia de una intención por parte del proveedor al causar daño. De esta manera, la relación entre los sujetos se encuentra vinculada al bien, más no entre los sujetos entre sí.

De acuerdo con Corral (2011), puede haber daños ocasionados por productos, en los cuales no se relacione directamente al proveedor, como aquellos en los que haya una actuación negligente o temeraria del consumidor. No obstante, en la mayoría de casos, los daños por productos defectuosos o no idóneos resultan de las deficiencias en la producción. Cuando un producto con defectos ocasiona daños, podríamos pensar en una participación directa del proveedor, más que en la participación de un tercero.

Por ejemplo, en Cooperativa.cl (2021), se ilustra el caso Nutrisa. En este, se demanda a la marca por un producto adquirido por el consumidor. Las galletas adquiridas contenían hongos, perjudiciales para el consumo humano. En este caso, opera la responsabilidad por negligencia, pues es obligación del productor verificar y garantizar la calidad de sus productos. Si la calidad de lo comercializado es distinta a la prometida, se produce un supuesto de responsabilidad.

Se puede afirmar que el daño al consumidor incluso podría ocurrir, a pesar de no causarse directamente una lesión. Ante este supuesto, opera la responsabilidad por el no cumplimiento de la labor de supervisión y fiscalización del proveedor sobre sus productos.

En el Caso Falabella vs Rodríguez, la empresa comercializó el servicio de vacaciones. En el hotel, la familia del consumidor se vio intoxicada, lo que hacía imposible que disfrute del viaje contratado, debido al estado delicado de salud. Para la Corte de Apelaciones de Valparaíso (2017), si bien la empresa que proporciona el viaje no es directamente responsable de la intoxicación, si

tiene responsabilidad sobre la supervisión de los servicios dependientes al servicio principal. Por tanto, la empresa debía responder por el servicio secundario y tomar responsabilidad ante la falta de supervisión.

En el caso Estacionamientos Cencosud, el consumidor del servicio de estacionamiento de la empresa sufre un hurto en su vehículo en las instalaciones. La demanda gira en torno a si la empresa tiene responsabilidad o no sobre el daño sufrido por el consumidor. Para ello, resulta relevante demostrar el vínculo entre ambas partes y los servicios accesorios. Se demuestra que el cobro del estacionamiento es para mantener el vehículo aparcado en un espacio privado únicamente. Sin embargo, la empresa contaba con personal de seguridad y cámaras. Por tanto, su responsabilidad era extender este servicio a sus consumidores. De esta manera, se atribuye responsabilidad a Cencosud por falta de atención al prestar un servicio, al no resultar suficiente la imagen de seguridad y cuidado sobre el servicio dado.

### **3.9. Sanciones Administrativas**

Según Cusirramos (2018), deben entenderse como aquellas aplicaciones de la justicia que, ante la comisión de una lesión, van a imponer un castigo a modo de reprehensión o reparación. Para esto, se valoran los elementos de restricción y retribución para el responsable de la conducta que causó la lesión. Esta acción, en materia administrativa, puede iniciarse de oficio, y se basa en el conocimiento de la verdad material, sin ignorar los descargos presentados.

Para el autor, la sanción planteada debe conducir a retribuir el daño causado y repararlo. Es el castigo lógico sobre el incumplimiento del buen actuar y buena costumbre en los negocios. Pero debe valorarse la correcta medición entre la sanción a imponer, la lesión y la multa o medida en relación con la magnitud del daño y lesión.

Para Román (2006), las sanciones administrativas son medidas aplicadas por la administración que buscan castigar una conducta. Para ello, la autoridad administrativa buscará seguir un procedimiento donde el interés público sea lo principal, que debe ser resguardado para prevalecer sobre intereses e imponer el bien común.

Danós (2013) señala que “la sanción es una imposición por un acto grave que transgrede la norma administrativa, su objetivo es reprimir la conducta del infractor” (p. 542).

Según García de Enterría (2004), las sanciones administrativas son medidas como consecuencia de un actuar que quiebra la norma. Por ello, la autoridad administrativa, a través de una resolución, podrá imponer alguna sanción limitando derechos o imponiendo obligaciones a realizar o pagaren función a la lesividad de la conducta sancionada.

Para comprender mejor el derecho administrativo y sus sanciones se debe hacer mención del procedimiento sancionador de protección al consumidor. Este tiene una naturaleza tuitiva hacia el consumidor. A fin de no ser inquisidor, también prevé garantías que permiten a la contraparte (proveedor) ejercer sus derechos.

Conforme a lo mencionado por Alarcón (2010), el procedimiento debe verse como un estado en donde se harán valer los derechos de las personas y se llegará a demostrar la responsabilidad del proveedor y, de demostrarse esta, se aplicarán las sanciones conforme a la regulación.

Debe señalarse, sin embargo, que las sanciones de materia administrativa no pueden aplicarse sin que previamente se demostrara la relación y culpabilidad a fin de no cometer una arbitrariedad.

Respecto al procedimiento administrativo sancionador, señala Peláez lo siguiente:

“Está orientado a determinar las reglas de conducta que vayan en contra de las normas del derecho administrativo, que están dentro de un Estado social y democrático, no siendo necesario que recurran por la vía judicial, siendo las manifestaciones que están dentro del ejercicio del *Ius Puniendi* del Estado.”

(Peláez, 2014, p. 217).

Efectivamente, tal como refiere el autor, la finalidad del procedimiento administrativo sancionador es castigar la infracción que genere un daño a la colectividad. La función administrativa actúa aun cuando no exista un daño cometido, sino cuando se detecten deficiencias con la labor de las empresas que pudieran desembocar en lesión, a fin de mantener un marco protector para los potenciales consumidores.

Por ello, Martín (2014) afirma que este procedimiento, distinto al judicial, procura aplicar una sanción y no buscar generar un análisis sobre la controversia y responsabilidades en materia de fondo. En ese sentido, busca demostrar la comisión de una conducta contraria a una normativa específica.

El procedimiento en cuestión puede ser bilateral, porque participan únicamente dos sujetos, la entidad estatal y el infractor. La entidad administrativa formula la imputación de presunta responsabilidad e identifica la conducta por la que tendría que responder la empresa. Se caracteriza por realizarse de oficio desde la fiscalización. Esta última podrá ser incentivada desde la propia inspección rutinaria o desde la notificación de un tercero sobre la infracción. Ello en vista de la necesidad de atender al bien social y público.



### **3.10. Resarcimiento al consumidor**

Según Naveira (2004), el resarcimiento de basa en la necesidad que existe de reparar una lesión causada en un mismo nivel, pues la conducta que provocó esta situación no se realizó en una situación de idoneidad ni valoró los daños posibles para el consumidor. Esto genera una fuerte responsabilidad de los proveedores sobre los resultados y por su actuar, a diferencia de la indemnización, en donde se pretende compensar la situación. Esta no se dedica a prever una restitución del estado de la cosa antes del daño.

El resarcimiento presente dos escenarios. En el primero, se encuentra el sujeto que genera la lesión, el cual tiene la obligación de reparar y restaurar el estado. En el segundo se encuentra la víctima, cuya persona es la lesionada y se encuentra en un estado de desventaja. Por ello, es necesario actuar para desaparecer el perjuicio.

De acuerdo con lo señalado por Indecopi (2021), el resarcimiento debe ser determinado por la Secretaría Técnica a partir de la demostración de un daño causado por una conducta infractora. De comprobarse las conductas, la entidad emite resolución administrativa que permite al sujeto exigir un resarcimiento mediante la vía judicial.

El resarcimiento también podría ser exigible si en la vía administrativa se determina la responsabilidad, pues ello otorgaría el título habilitante para su exigibilidad en la vida judicial. Una forma de abreviar este camino podría consistir en permitir al consumidor percibir parte del monto de la sanción impuesta a la empresa infractora, como resarcimiento.

### **3.11. Indecopi**

Para Araujo (2015), el Indecopi tiene por finalidad principal promover, proteger y hasta defender los derechos de los consumidores en cuanto a recibir productos y servicios de calidad. Exige a los proveedores que cumplan sus obligaciones de brindar los productos que ofertan, venden y suministran, de acuerdo con la información que haya difundido con su producto / servicio, a efectos de que llegue a satisfacer plenamente la demanda y necesidad del cliente o usuario – consumidor. Es el organismo estatal responsable de la aplicación de las leyes de protección en materia de propiedad intelectual y competencia. Tiene como fin ser el protector de la lealtad y honestidad en el mercado comercial en el Perú. Además, es una institución creada para administrar los regímenes del control y la protección en la materia de propiedad intelectual como competencial de todas las formas prohibidas que atenten contra las mismas y que están contempladas en nuestra legislación. Cabe mencionar, por otra parte, que, conforme a lo dispuesto por el Decreto Ley N° 25868, cumple con el mandato de mantener una protección legal de los consumidores y un sano ambiente del mercado a fin de regularlos. Así, se evita que existan practicas deshonestas que puedan perjudicar un sano desarrollo del mercado. También se considera en sus funciones la protección al material intelectual con relación a las patentes.

De acuerdo con el propio Indecopi (s.f.), su función no solo se limita a defender a los derechos de los consumidores desde la individualidad, sino que busca una protección común en cuanto a la ciudadanía y la economía, pues la leal competencia, de quebrarse, generaría daños no sólo económicos, sino también políticos. Esta entidad es reconocida internacionalmente por la OCDE y el BID, que tienen como función la promoción de una economía económica justa y abierta.

### **3.12. Definición de términos básicos**

- Proveedor.

Según Alonso (2005) es el sujeto suministrante de bienes o servicios brindado hacia un usuario o consumidor. Desde esta figura se extienden tantos derechos como obligaciones a fin de exigir y responder en relación a los bienes o servicios brindados.

- Daño.

De acuerdo con Baudrillard (1991), es la lesión causada en el consumidor por la no idoneidad o en la afectación al propio bien, que lo vuelve inutilizable para el fin adquirido.

- Consumidor.

Para Elster (1997), es aquella persona que adquiere un bien o servicio mediante una contraprestación económica en una única ocasión o de manera no habitual. Es la que disfruta del bien y se ve beneficiada por esta misma.

- Usuario.

Para Lyon (2000), son los previos consumidores que se ven envueltos en una habitualidad de consumo y permanencia a cambio de una contraprestación económica constante. Esta habitualidad, aparte de derechos y obligaciones, engloba un compromiso económico y legal frente a un contrato verbal o escrito.

- Responsabilidad Civil

Para Liza (2018) es la relación que hay entre dos sujetos sobre un bien, que requiere de un nexo causal para ser exigida. Suele reclamarse mediante vía judicial. El proveedor responde por los efectos que pudieran causar los bienes o servicios brindados.

- Procedimiento administrativo sancionador.

Según Muñoz (2015), es la vía por la cual se va a demostrar la responsabilidad sobre una conducta contraria al ordenamiento administrativo, que deriva en la imposición de una sanción. Esta sanción puede ser de distinta naturaleza, consistiendo normalmente en una multa.

- Bien.

De acuerdo con Renessi (2006), es el objeto tangible con valor económico que será objeto de la comercialización. Este va a vincular tanto al productor como al consumidor. Además, él mismo debe cumplir con determinadas características, tanto prometidas por el proveedor, como exigidas por el consumidor.

- Servicio.

Para Reyes (2006), es la prestación continua que puede brindarse tanto en conocimiento como conectividad. La finalidad es obtener y mantener un estado prometido, el cual engloba determinadas características que deben ser cumplidas por el prestador, en función a su capacidad del sujeto, infraestructura y valor económico.

- La reparación

Según Lasarte (2007), debe ser entendida como aquella reposición del bien o servicio a su estado inicial o prometido, a fin de emplearse para lo requerido. Esta puede darse también a través de una compensación económica, siempre y cuando sea usada para reponer el bien.

- La buena fe en los negocios.

Para Estébanez (2013), son principios y actitudes sobreentendidas, en función a la costumbre comercial, que guían las actuaciones en los negocios por parte de los comerciantes y consumidores. Presuponen una actuación leal, justa, de total transparencia y honestidad.

- Protección al consumidor.

De acuerdo con Guzmán (2014), la protección del consumidor debe ser vista en función a un deber de protección estatal basado en la existencia de una relación de asimetría en la información entre las partes. Cuando en esta relación de consumo, asimétrica, se vulnera el derecho del consumidor como parte débil, el Estado acoge la tutela de sus derechos y ejerce mecanismos legales para su protección.

- Tutela al consumidor.

De acuerdo con Morales (s.f.), esta figura es vista como un régimen especial. Las protecciones se relacionan con la cautela del interés de la comunidad, en función a los principios del derecho a la información, buena fe y salud. Para ello, se establece un régimen especial de protección, con el objeto de proteger al consumidor de las vulneraciones a sus derechos.

- Relación de causalidad.

Tallone la define como “la relación de causalidad refiere a la vinculación que debe existir entre un hecho y el daño, para que el autor de ese comportamiento deba indemnizar el perjuicio. El hecho debe ser el antecedente, la causa del daño, y, por tanto, el detrimento menoscabo aparece como el efecto o la consecuencia de ese obrar” (Tallone, 2002, p. 64).

Para Llamas (2021), esta consiste en la conducta, tanto por acción como omisión, que genere un resultado de lesión a los derechos de los consumidores. Esta debe ser probada y no debe caber dudas sobre su existencia y sus consecuencias. Sobre estas, se imputarán las responsabilidades previstas por la norma.

## **CAPITULO IV: METODOLOGIA ADOPTADA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **4.1 Metodología adoptada**

El tipo de diseño de investigación es NO EXPERIMENTAL, puesto que en el estudio no se ha realizado una alteración de las variables para su estudio.

Es de enfoque cuantitativo por cuanto se examinan los datos según las variables planteadas, a partir de los cuales buscaré una comprensión explicativa de la realidad problemática.

El método de investigación es el hipotético Deductivo

#### **4.1.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

El análisis documental, tanto de normas legales, como de las denuncias formuladas por los consumidores ante el Indecopi. También se analizará la jurisprudencia del INDECOPI, asimismo el análisis del Registro de Datos, respecto de la información obtenida en el análisis documental de normas legales, jurisprudencia y denuncias administrativas presentadas ante la autoridad administrativa (Indecopi), el cual fue relevante para la obtención de la información que se ha consignado en la presente investigación.

La encuesta realizada a los operadores jurídicos lo cual permitió elaborar los cuadros estadísticos que fueron materia de interpretación.

#### **4.1.2 Procedimientos para la recolección de datos**

El procedimiento de recolección de datos se realizó mediante encuestas virtuales, y su procesamiento se hizo través del programa SPS27

### **4.1.3 Población de estudio**

La población de estudio es finita y fue de 2,000 consumidores, 2,000 abogados litigantes que laboran en Lima, así como 300 funcionarios de Indecopi.

### **4.1.4 Diseño muestral**

La muestra fue NO probabilística, siendo la técnica muestra intencional, quedando a criterio del investigador, 20 consumidores, 10 abogados y 5 exfuncionarios. Hay que señalar que el tamaño de la muestra es relativamente pequeño, dadas las circunstancias de la pandemia. Lo que se ha querido analizar es la percepción, respecto a los problemas planteados, de los operadores del Derecho, pero de ninguna manera hemos pretendido que esto implique una extrapolación a las opiniones de todos los operadores del Derecho.

De la misma forma, la elección de la técnica de muestreo intencional fue adoptada por las limitaciones que se presentan por el problema de la alarma sanitaria. En el caso de los consumidores, se eligieron a aquellos que hayan interpuesto algún reclamo ante el Indecopi. En el caso de los abogados, se eligió a aquellos que tuviesen la especialidad en Derechos de Consumidor. Finalmente, en el caso de los exfuncionarios, se eligió a aquellos que hubiesen laborado en el área de Protección al Consumidor en el Indecopi.

Asimismo, nos apoyamos en la técnica de muestreo de la Bola de nieve, es decir, que pedimos referencias a los entrevistados para que nos recomienden con otros encuestados, ya que fue a criterio del investigador la selección de las unidades de análisis que fueron objeto de encuesta.



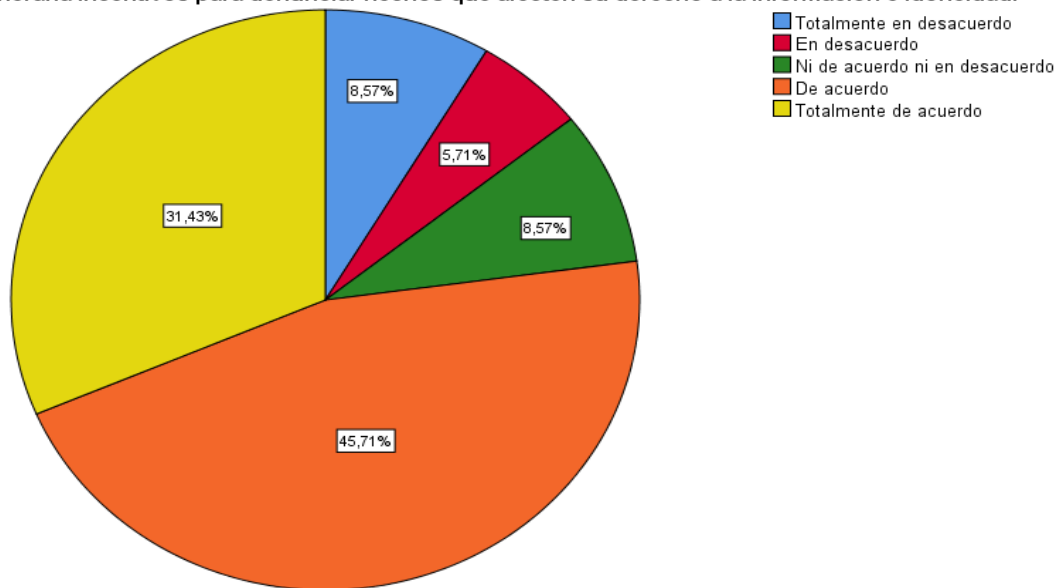
## 4.2 Análisis de Resultados

Con el objetivo de realizar el análisis, así como, la interpretación de los resultados es menester tomar en consideración, tal como se estableció en el capítulo previo, que los operadores jurídicos participantes en la encuesta son:

**Gráfico No.1**

### Información porcentual

1.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa a favor de los consumidores dado que generaría incentivos para denunciar hechos que afecten su derecho a la información e idoneidad.



### Análisis:

Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos a partir del gráfico No.1, se deduce lo siguiente:

- 31,43% establecen una posición totalmente de acuerdo.

- 45,71% establecen una posición de acuerdo.
- 8,57% establecen una posición ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- 5,71% establecen una posición en desacuerdo.
- 8,57% establecen una posición totalmente en desacuerdo.

De tal forma que, podemos apreciar que los encuestados se encuentran de acuerdo con lo afirmado en la presente, siendo 45,71% el porcentaje más alto.

**Tabla No. 1**

**Información porcentual**

**Tabla cruzada 1.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa a favor de los consumidores dado que generaría incentivos para denunciar hechos que afecten su derecho a la información e idoneidad.\*TIPO DE ENCUESTADO**

	TIPO DE ENCUESTADO			Total
	Consumidor	Abogado especialista en Derecho del consumidor	Ex Funcionario Público	
Totalmente en desacuerdo	1 5,0%	0 0,0%	2 40,0%	3 8,6%
En desacuerdo	1 5,0%	0 0,0%	1 20,0%	2 5,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2 10,0%	1 10,0%	0 0,0%	3 8,6%
De acuerdo	9 45,0%	5 50,0%	2 40,0%	16 45,7%
Totalmente de acuerdo	7 35,0%	4 40,0%	0 0,0%	11 31,4%
<b>Total</b>	<b>20</b> 100,0%	<b>10</b> 100,0%	<b>5</b> 100,0%	<b>35</b> 100,0%

**Fuente: Elaboración Propia.**

### **Interpretación:**

De la tabla No. 1. Se aprecia que los porcentajes acumulados por operadores jurídicos que se encuentra de acuerdo, es de 45,7%:

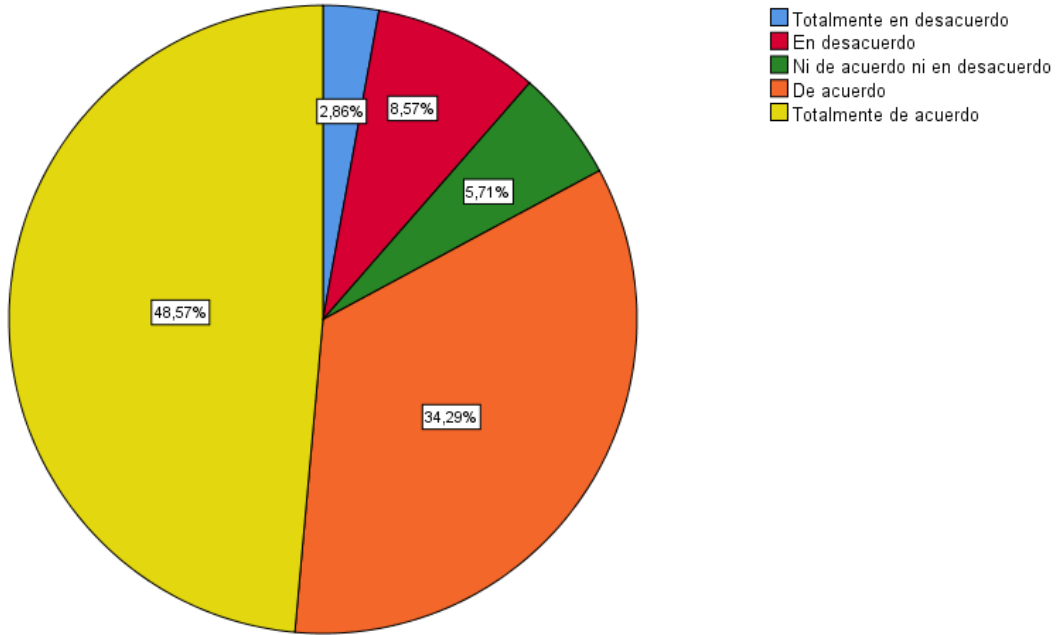
- 45,0% Consumidor.
- 50,0% Abogados especialistas en Derecho al consumidor.
- 40,0% Ex funcionario público.

Siendo así que 45,7% de operadores, por ser la opción mayoría asumen la posición de acuerdo; por lo que generaría incentivos, resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativas a favor de los consumidores por la prestación inidónea de servicios y bienes suministrados por los proveedores.

## Gráfico No.2

### Información porcentual

2.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa dado que incrementaría la capacidad de detección de infracciones.



Fuente: Elaboración Propia.

### Análisis:

Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos a partir del gráfico No.2, se deduce lo siguiente:

- 48,57% establecen una posición totalmente de acuerdo.
- 34,29% establecen una posición de acuerdo.
- 5,71% establecen una posición ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- 8,57% establecen una posición en desacuerdo.

- 2,86% establecen una posición totalmente en desacuerdo.

De tal forma que, podemos apreciar que los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con lo afirmado en la presente, siendo 48,57% el porcentaje más alto.

**Tabla No. 2**

**Información porcentual**

**Tabla cruzada 2.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa dado que incrementaría la capacidad de detección de infracciones.**

**\*TIPO DE ENCUESTADO**

	TIPO DE ENCUESTADO			Total
	Consumidor	Abogado especialista en Derecho del consumidor	Ex Funcionario Público	
Totalmente en desacuerdo	1 5,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 2,9%
En desacuerdo	2 10,0%	0 0,0%	1 20,0%	3 8,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2 10,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 5,7%
De acuerdo	2 10,0%	7 70,0%	3 60,0%	12 34,3%
Totalmente de acuerdo	13 65,0%	3 30,0%	1 20,0%	17 48,6%
Total	20 100,0%	10 100,0%	5 100,0%	35 100,0%

**Fuente: Elaboración Propia.**

## **Interpretación:**

De la tabla No. 2. Se aprecia que los porcentajes acumulados por operadores jurídicos que se encuentra totalmente de acuerdo, es de 48,6%:

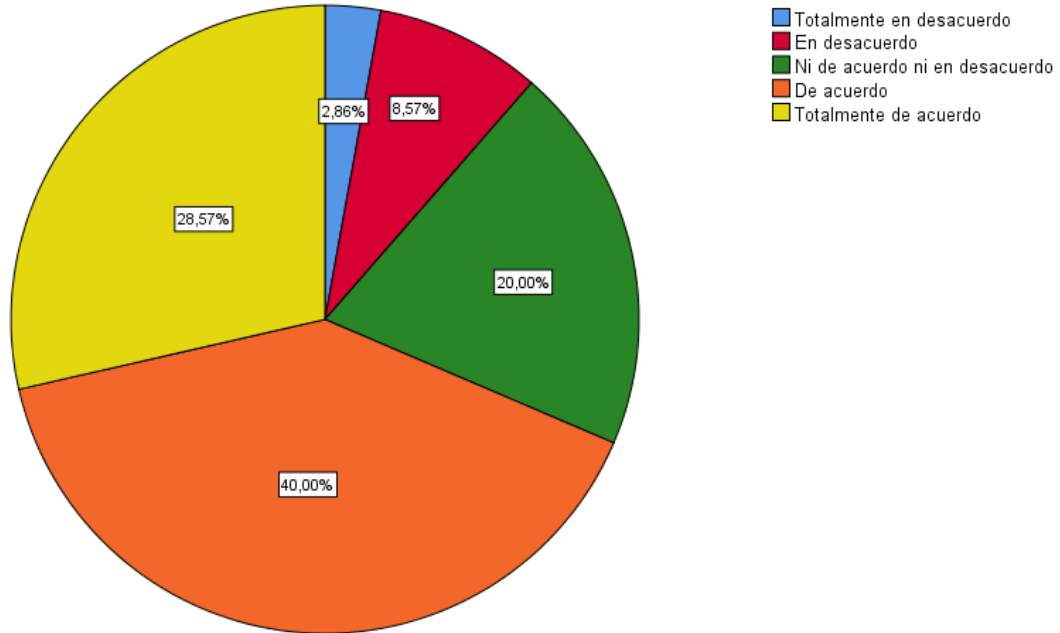
- 65,0% Consumidor.
- 30,0% Abogados especialistas en Derecho al consumidor.
- 20,0% Ex funcionario público.

Siendo así que 48,6% de operadores, por ser la opción mayoría asumen la posición totalmente de acuerdo; por lo que incrementaría la detección de servicios inidóneos, resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativas a favor de los consumidores por la prestación inidónea de servicios y bienes suministrados por los proveedores.

### Gráfico No.3

#### Información porcentual

3.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa dado que permitirá la reparación efectiva al consumidor.



Fuente: Elaboración Propia.

#### Análisis:

Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos a partir del gráfico Nro.3, se deduce lo siguiente:

- 28,57% establecen una posición totalmente de acuerdo.
- 40,00% establecen una posición de acuerdo.
- 20,00% establecen una posición ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- 8,57% establecen una posición en desacuerdo.

- 2,86% establecen una posición totalmente en desacuerdo.

De tal forma que, podemos apreciar que los encuestados se encuentran de acuerdo con lo afirmado en la presente, siendo 40,00% el porcentaje más alto.

**Tabla No. 3**

**Información porcentual**

**Tabla cruzada 3.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa dado que permitirá la reparación efectiva al consumidor.\*TIPO DE ENCUESTADO**

	TIPO DE ENCUESTADO			Total
	Consumidor	Abogado especialista en Derecho del consumidor	Ex Funcionario Público	
Totalmente en desacuerdo	1 5,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 2,9%
En desacuerdo	1 5,0%	1 10,0%	1 20,0%	3 8,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 20,0%	2 20,0%	1 20,0%	7 20,0%
De acuerdo	8 40,0%	4 40,0%	2 40,0%	14 40,0%
Totalmente de acuerdo	6 30,0%	3 30,0%	1 20,0%	10 28,6%
Total	20 100,0%	10 100,0%	5 100,0%	35 100,0%

**Fuente: Elaboración Propia.**



### **Interpretación:**

De la tabla No. 3. Se aprecia que los porcentajes acumulados por operadores jurídicos que se encuentra de acuerdo, es de 40,0%:

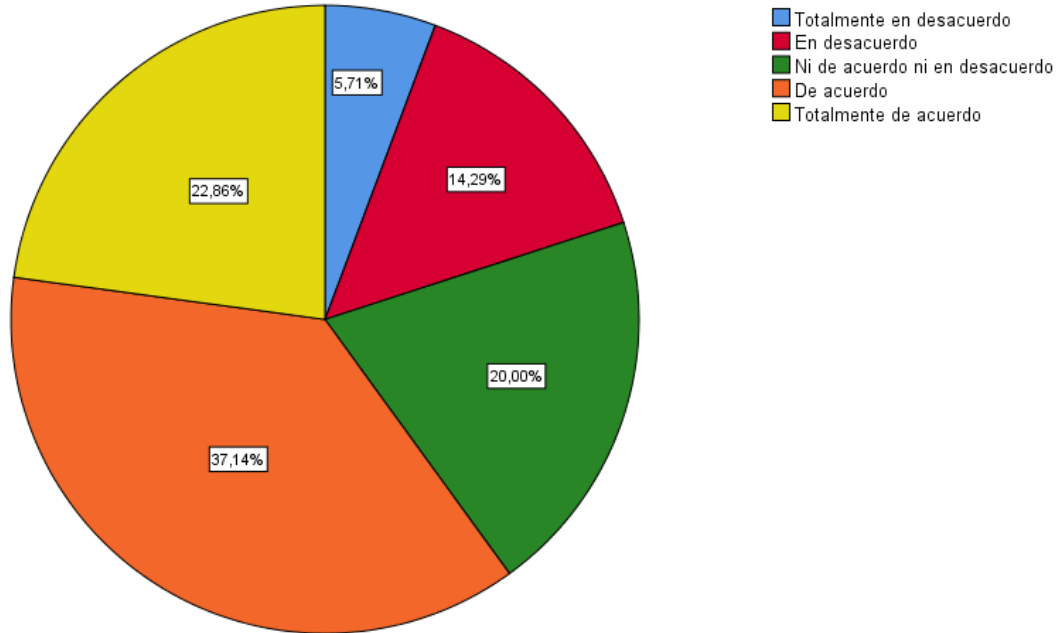
- 40,0% Consumidor.
- 40,0% Abogados especialistas en Derecho al consumidor.
- 40,0% Ex funcionario público.

Siendo así que 40,0% de operadores, por ser la opción mayoría asumen la posición de acuerdo; por lo que permitirá la reparación efectiva, resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativas a favor de los consumidores por la prestación inidónea de servicios y bienes suministrados por los proveedores.

## Gráfico No.4

### Información porcentual

4.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para reprochar administrativamente a los proveedores por brindar la prestación de un servicio inadecuado.



Fuente: Elaboración Propia.

#### Análisis:

Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos a partir del gráfico No.4, se deduce lo siguiente:

- 22,86% establecen una posición totalmente de acuerdo.
- 37,14% establecen una posición de acuerdo.
- 20,00% establecen una posición ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- 14,29% establecen una posición en desacuerdo.

- 5,71% establecen una posición totalmente en desacuerdo.

De tal forma que, podemos apreciar que los encuestados se encuentran de acuerdo con lo afirmado en la presente, siendo 37,14% el porcentaje más alto.

**Tabla No. 4**

**Información porcentual**

**Tabla cruzada 4.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para reprochar administrativamente a los proveedores por brindar la prestación de un servicio inidóneo.\*TIPO DE ENCUESTADO**

	TIPO DE ENCUESTADO			Total
	Consumidor	Abogado especialista en Derecho del consumidor	Ex Funcionario Público	
Totalmente en desacuerdo	1 5,0%	1 10,0%	0 0,0%	2 5,7%
En desacuerdo	4 20,0%	0 0,0%	1 20,0%	5 14,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5 25,0%	1 10,0%	1 20,0%	7 20,0%
De acuerdo	7 35,0%	4 40,0%	2 40,0%	13 37,1%
Totalmente de acuerdo	3 15,0%	4 40,0%	1 20,0%	8 22,9%
Total	20 100,0%	10 100,0%	5 100,0%	35 100,0%

**Fuente: Elaboración Propia.**

## **Interpretación:**

De la tabla No. 4. Se aprecia que los porcentajes acumulados por operadores jurídicos que se encuentra de acuerdo, es de 37,1%:

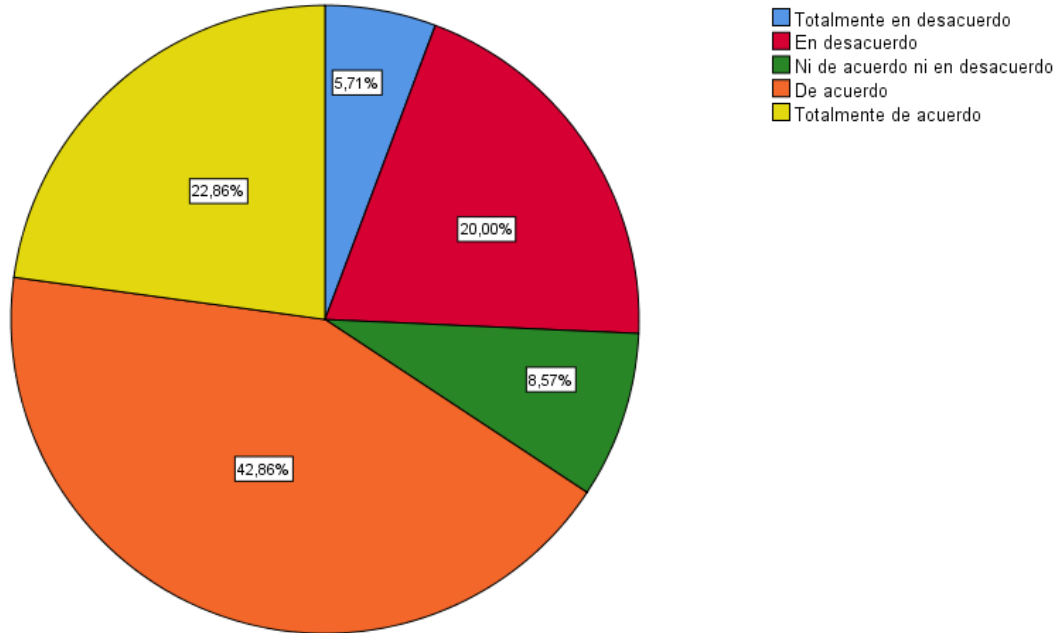
- 35,0% Consumidor.
- 40,0% Abogados especialistas en Derecho al consumidor.
- 40,0% Ex funcionario público.

Siendo así que 37,1% de operadores, por ser la opción mayoría asumen la posición de acuerdo; por lo que permite un reproche administrativo efectivo, justifica otorgarle un porcentaje de las multas administrativas a favor de los consumidores por la prestación inidónea de servicios y bienes suministrados por los proveedores.

## Gráfico No.5

### Información porcentual

5.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores por brindar la prestación de un servicio inadecuado.



Fuente: Elaboración Propia.

#### Análisis:

Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos a partir del gráfico Nro.5, se deduce lo siguiente:

- 22,86% establecen una posición totalmente de acuerdo.
- 42,86% establecen una posición de acuerdo.
- 8,57% establecen una posición ni de acuerdo ni en desacuerdo.

- 20,00% establecen una posición en desacuerdo.
- 5,71% establecen una posición totalmente en desacuerdo.

De tal forma que, podemos apreciar que los encuestados se encuentran de acuerdo con lo afirmado en la presente, siendo 42,86% el porcentaje más alto.

**Tabla No. 5**

**Información porcentual**

**Tabla cruzada 5.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores por brindar la prestación de un servicio inidóneo.\*TIPO DE ENCUESTADO**

	TIPO DE ENCUESTADO			Total
	Consumidor	Abogado especialista en Derecho del consumidor	Ex Funcionario Público	
Totalmente en desacuerdo	1 5,0%	1 10,0%	0 0,0%	2 5,7%
En desacuerdo	3 15,0%	2 20,0%	2 40,0%	7 20,0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3 15,0%	0 0,0%	0 0,0%	3 8,6%
De acuerdo	9 45,0%	4 40,0%	2 40,0%	15 42,9%
Totalmente de acuerdo	4 20,0%	3 30,0%	1 20,0%	8 22,9%
<b>Total</b>	<b>20 100,0%</b>	<b>10 100,0%</b>	<b>5 100,0%</b>	<b>35 100,0%</b>

**Fuente: Elaboración Propia.**

## **Interpretación:**

De la tabla No. 5. Se aprecia que los porcentajes acumulados por operadores jurídicos que se encuentra de acuerdo, es de 42,9%:

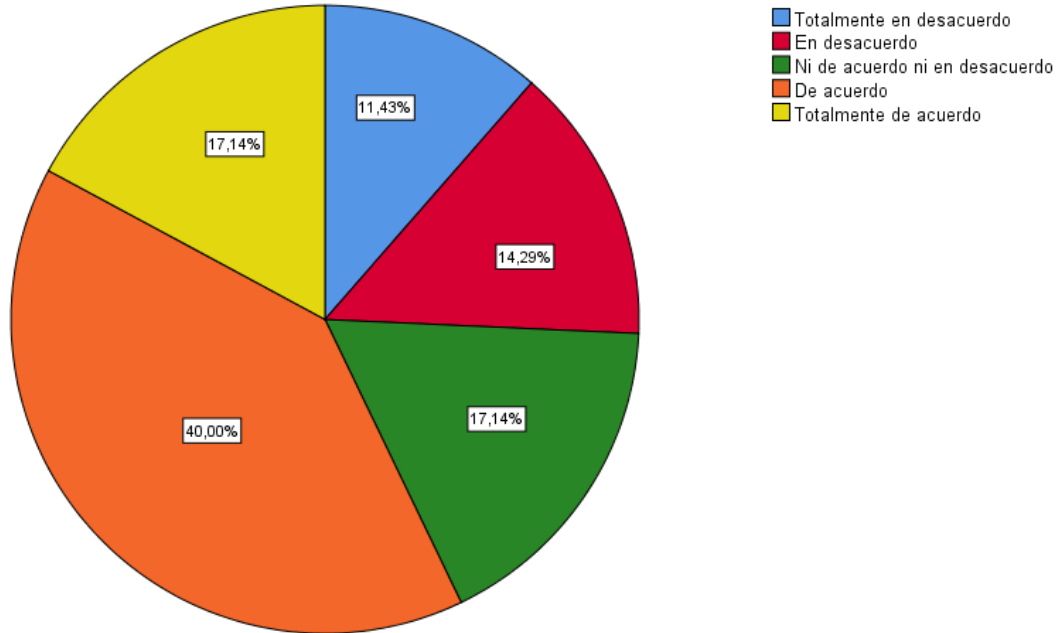
- 45,0% Consumidor.
- 40,0% Abogados especialistas en Derecho al consumidor.
- 40,0% Ex funcionario público.

Siendo así que 42,9% de operadores, por ser la opción mayoría asumen la posición de acuerdo; por lo que evita la reincidencia justifica otorgarle un porcentaje de las multas administrativas a favor de los consumidores por la prestación inidónea de servicios y bienes suministrados por los proveedores.

## Gráfico No.6

### Información porcentual

6.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para brindar protección al consumidor frente a la prestación de un servicio inadecuado.



Fuente: Elaboración Propia.

### Análisis:

Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos a partir del gráfico No.6, se deduce lo siguiente:

- 17,14% establecen una posición totalmente de acuerdo.
- 40,00% establecen una posición de acuerdo.
- 17,14% establecen una posición ni de acuerdo ni en desacuerdo.



- 14,29% establecen una posición en desacuerdo.
- 11,43% establecen una posición totalmente en desacuerdo.

De tal forma que, podemos apreciar que los encuestados se encuentran de acuerdo con lo afirmado en la presente, siendo 40,00% el porcentaje más alto.

**Tabla No. 6**

**Información porcentual**

**Tabla cruzada 6.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para brindar protección al consumidor frente a la prestación de un servicio inidóneo.  
\*TIPO DE ENCUESTADO**

	TIPO DE ENCUESTADO			Total
	Consumidor	Abogado especialista en Derecho del consumidor	Ex Funcionario Público	
Totalmente en desacuerdo	3 15,0%	0 0,0%	1 20,0%	4 11,4%
En desacuerdo	2 10,0%	1 10,0%	2 40,0%	5 14,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5 25,0%	1 10,0%	0 0,0%	6 17,1%
De acuerdo	8 40,0%	5 50,0%	1 20,0%	14 40,0%
Totalmente de acuerdo	2 10,0%	3 30,0%	1 20,0%	6 17,1%
<b>Total</b>	<b>20 100,0%</b>	<b>10 100,0%</b>	<b>5 100,0%</b>	<b>35 100,0%</b>

**Fuente: Elaboración Propia.**

## **Interpretación:**

De la tabla No. 6. Se aprecia que los porcentajes acumulados por operadores jurídicos que se encuentra de acuerdo, es de 40,0%:

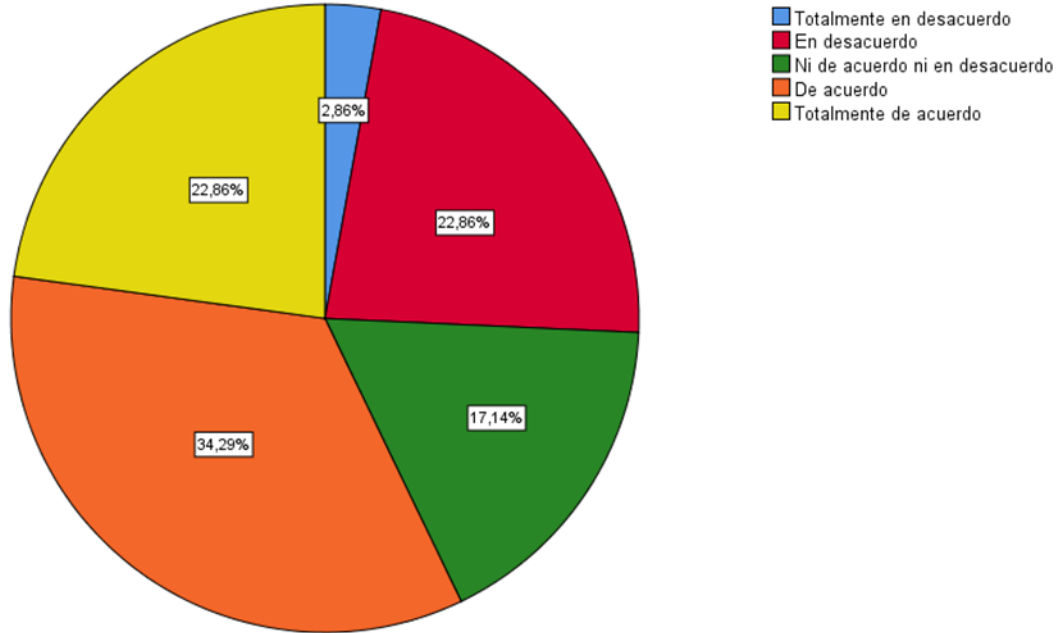
- 40,0% Consumidor.
- 50,0% Abogados especialistas en Derecho al consumidor.
- 20,0% Ex funcionario público.

Siendo así que 40,0% de operadores, por ser la opción mayoría asumen la posición de acuerdo; por lo que brinda protección al consumidor, resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativas a favor de los consumidores por la prestación inidónea de servicios y bienes suministrados por los proveedores.

## Gráfico No.7

### Información porcentual

7.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para evitar un perjuicio al consumidor frente a la prestación de un servicio inidóneo.



Fuente: Elaboración Propia.

#### Análisis:

Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos a partir del gráfico No.7, se deduce lo siguiente:

- 22,87% establecen una posición totalmente de acuerdo.
- 34,29% establecen una posición de acuerdo.
- 17,14% establecen una posición ni de acuerdo ni en desacuerdo.

- 22,86% establecen una posición en desacuerdo.
- 2,86% establecen una posición totalmente en desacuerdo.

De tal forma que, podemos apreciar que los encuestados se encuentran de acuerdo con lo afirmado en la presente, siendo 34,29% el porcentaje más alto.

**Tabla No. 7**

**Información porcentual**

**Tabla cruzada 7.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para evitar un perjuicio al consumidor frente a la prestación de un servicio inidóneo.  
\*TIPO DE ENCUESTADO**

	TIPO DE ENCUESTADO			Total
	Consumidor	Abogado especialista en Derecho del consumidor	Ex Funcionario Público	
Totalmente en desacuerdo	1 5,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 2,9%
En desacuerdo	6 30,0%	2 20,0%	0 0,0%	8 22,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6 30,0%	0 0,0%	0 0,0%	6 17,1%
De acuerdo	1 5,0%	8 80,0%	3 60,0%	12 34,3%
Totalmente de acuerdo	6 30,0%	0 0,0%	2 40,0%	8 22,9%
<b>Total</b>	<b>20 100,0%</b>	<b>10 100,0%</b>	<b>5 100,0%</b>	<b>35 100,0%</b>

**Fuente: Elaboración Propia.**

## **Interpretación:**

De la tabla No. 7. Se aprecia que los porcentajes acumulados por operadores jurídicos que se encuentra de acuerdo, es de 34,3%:

- 5,0% Consumidor.
- 80,0% Abogados especialistas en Derecho al consumidor.
- 60,0% Ex funcionario público.

Siendo así que 34,3% de operadores, por ser la opción mayoría asumen la posición de acuerdo; por lo que evita un perjuicio, resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativas a favor de los consumidores por la prestación inidónea de servicios y bienes suministrados por los proveedores.

## CAPITULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS

### 5.1 Comprobación de la hipótesis general.

Esta hipótesis responde a la siguiente pregunta: ¿Es conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores? Para tal efecto se señaló el siguiente objetivo: establecer si es conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores.

Por ello, la hipótesis se formuló de la siguiente manera:

*Resulta conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores, porque:*

- a) Generaría incentivos para que el consumidor denuncie las vulneraciones a su derecho a la información e idoneidad de los productos o servicios, incrementando la capacidad de detección de estas infracciones;*
- b) Incrementaría el monto de las multas aplicadas, desincentivando de manera eficaz las infracciones y su reincidencia;*
- c) Brindaría al consumidor una reparación efectiva frente a los daños sufridos por la infracción.*

De las frecuencias obtenidas en las respuestas de las preguntas 1 al 3 dirigidas a los operadores coinciden en afirmar sí resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa impuesta por Indecopi a favor de los consumidores por la prestación inidónea de

servicios y bienes suministrados por los proveedores en clara armonía con la tutela de los derechos del consumidor.

Tomando en cuenta las puntuaciones de cada opción (A=3 B=2, C=1) de las preguntas y el número de las frecuencias (35) multiplicado por el número de ítems (8), en la dirección de las afirmaciones, en forma global, se llegó al siguiente resultado:

Puntuación pregunta 1: 135

Puntuación pregunta 2: 136

Puntuación pregunta 3: 134

Puntuación total: 415

$$PT = \frac{Pg}{Fo}$$

$$Fo$$

$$PT = 415/35$$

$$PT = 11.85$$

la escala es 11.85 y se hicieron 3 preguntas, siendo el resultado el siguiente:

Promedio resultante:

$$PT/NT = 11.85/3 = 3.95$$



3.95

T en D      En desacuerdo      Ni de A ni en D      De acuerdo      T de A

Por lo que el resultado final es que sí, se comprueba la hipótesis, ya que tal puntuación evidencia una tendencia altamente positiva al supuesto de que resulta conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores, ya que esto a) Generaría incentivos para que el consumidor denuncie las vulneraciones a su derecho a la información e idoneidad de los productos o servicios, incrementando la capacidad de detección de estas infracciones; b) Incrementaría el monto de las multas aplicadas, desincentivando de manera eficaz las infracciones y su reincidencia, y; c) Brindaría al consumidor una reparación efectiva frente a los daños sufridos por la infracción.

Los resultados guardan relación con lo sostenido por Naveira (2004) respecto a la necesidad de reparar una lesión causada en un mismo nivel, pues la conducta que evalúa la falta de idoneidad se agota en esta característica, pero no valora sus efectos, como los posibles daños al consumidor. Como consecuencia, solo busca la restitución al estado anterior, dejando los efectos de la conducta sin ser resarcidos. A diferencia de ello, una indemnización compensa a quien sufre los efectos de la infracción, no limitándose a volver al momento anterior a la infracción. Por los resultados obtenidos, resulta evidente, para los operadores del derecho que fueron parte de la muestra, que la indemnización por daños está más cerca de la reparación integral en favor del consumidor que las medidas correctivas contempladas en el procedimiento administrativo. Pero hay más: las medidas correctivas, que reestablecen el estado previo a la infracción solo le quitan



al infractor el beneficio ilícitamente obtenido, pero no generan incentivos para que no vuelva a cometer la conducta en el futuro. La indemnización, al ser calculada como mecanismo de incentivo para cumplir con la norma, sí genera esos incentivos, porque siempre es mayor al beneficio ilícitamente obtenido.

Es claro que no podemos aplicar indemnizaciones en la vía administrativa. Pero sí podemos lograr el mismo efecto a través de la multa impuesta como sanción por la infracción. Cuanto mayor sea la sanción, mayor es el costo de infringir la ley y, por tanto, más incentivos para cumplir. Al otorgar una participación al consumidor en la multa aplicada no solo se logra el mismo efecto que la indemnización, sino que aumentamos la multa, lo que resulta en un incentivo más poderoso para que se cumpla con la ley.

## **5.2 Comprobación de la hipótesis específica.**

Esta hipótesis pretende responder a la siguiente pregunta: ¿Son las sanciones aplicadas por el Indecopi suficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores por la prestación no Idónea de servicios y bienes? Para tal efecto se señaló el siguiente objetivo: Determinar si las sanciones aplicadas por el Indecopi son suficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de consumidores. La hipótesis se formuló de la siguiente manera: *Las sanciones aplicadas por el Indecopi son muy leves para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores.*

De las frecuencias obtenidas en las respuestas de las preguntas 4 al 7 dirigidas a los operadores coinciden en afirmar que: “Las sanciones aplicadas por el Indecopi son muy leves para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores”.

Tomando en cuenta las puntuaciones de cada opción (A=3 B=2, C=1) de las preguntas y el número de las frecuencias (35) multiplicado por el número de ítems (4), en la dirección de las afirmaciones, en forma global, se llegó al siguiente resultado:

Puntuación pregunta 4: 125

Puntuación pregunta 5: 125

Puntuación pregunta 6: 118

Puntuación pregunta 7: 123

Puntuación total: 491

$$PT = \frac{Pg}{Fo}$$

$$Fo$$

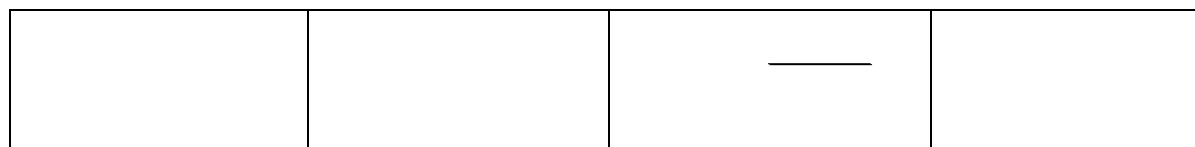
$$PT = 491 / 35$$

$$PT = 14.02$$

la escala es 14.02 y se hicieron 4 preguntas, siendo el resultado el siguiente:

Promedio resultante:

$$PT/NT = 14.02/4 = 3.50$$



1    2    3    3.50    4    5

T en D                  En desacuerdo                  Ni de A ni en D                  De acuerdo                  T de A

El resultado final es que sí, se comprueba la hipótesis, ya que tal puntuación evidencia una tendencia altamente positiva, en el presupuesto de que las sanciones aplicadas por el Indecopi son muy leves para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores.

Para la percepción de los encuestados, es fácilmente comprobable la existencia de reincidencia por parte de los proveedores infractores. Las infracciones se repiten una y otra vez, y en la mayoría de casos, por los mismos infractores. Resulta evidente que las multas no están cumpliendo su efecto disuasivo.

Una rápida revisión de las multas impuestas tanto por la Comisión de Protección al Consumidor como por la Sala Especializada de Protección al Consumidor confirma la percepción de los operadores del Derecho que fueron objeto de este estudio respecto a que las multas impuestas por la autoridad administrativa: las multas son muy bajas en comparación con la ratio de multa previsto por el Código de Protección y Defensa del Consumidor. No es de extrañar, por tanto, el alto grado de reincidencia en las infracciones por parte de los proveedores.

### 5.3. Demostración teórica de las hipótesis

Los resultados guardan relación con lo señalado por Román (2006) que señala que medidas aplicadas que buscan castigar una conducta, para ello la autoridad administrativa buscara seguir un procedimiento donde el interés público sea lo principal a resguardar para prevalecer sobre intereses e imponer el bien común. Lo expuesto también coincide con lo referido por García de Enterría (2004) que señala que las sanciones administrativas son medidas como consecuencia de un actuar que quiebra la norma, por lo que, la autoridad administrativa a través de una resolución podrá imponer sanción alguna limitando derechos o imponiendo obligaciones a realizar o pagar, a fin de entender que tan lesivo puede ser esta.

El objetivo de la sanción es que cumpla su cometido, esto es, que desincentive las conductas infractoras. Para ello, la sanción no puede ser menor al beneficio ilícitamente obtenido por el infractor al momento de cometer la infracción. No obstante, es fácil comprobar que en la mayoría de los casos, en la realidad no sucede así. Por el contrario, la reincidencia de las infracciones en perjuicio de los consumidores por parte de entidades infractoras va en aumento, según los datos expuestos en el presente trabajo.

Lo antes expuesto nos reafirma en la necesidad de otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores por dos razones. En primer lugar, porque de esta manera se tienen un efecto económico similar al de la indemnización en la responsabilidad civil: el traslado económico de quien provoca el daño a quien lo padece. Es cierto que jurídicamente la autoridad administrativa no puede imponer una indemnización. Pero también lo es el hecho de poder corregir las conductas infractoras. ¿Qué mejor manera de corregir la conducta infractora que la reparación integral de los daños sufridos por los consumidores?

Pero esto implica que la autoridad de protección al consumidor pueda determinar, en el procedimiento administrativo sancionador, el daño sufrido por el consumidor. La idea es reparar, por lo que la sobrecompensación (que puede darse en los diversos tipos de indemnización, como en el caso del pago de los daños punitivos en el Derecho anglosajón) no puede ser parte de una reparación integral. Esta determinación es clave para que el traslado del daño no se convierta en una indemnización.

En segundo lugar, el incremento del monto de las multas aplicadas tiene como resultado un incremento del costo de la infracción. Mientras mayor sea el costo de infringir la ley, hay más incentivos para cumplirla. En efecto, cuando un proveedor infringe la ley, lo hace para obtener un beneficio. A esto lo llamamos beneficio ilícitamente esperado. Cuando esto se materializa, hablamos de un beneficio ilícitamente obtenido.

Si el costo de infringir la ley es menor al beneficio ilícitamente esperado, la conducta racional maximizadora de los proveedores (y de todos los agentes económicos) lo lleva a la conducta que le va a redituar mayores beneficios: infringir la ley. Por el contrario, si el costo de infringir la ley es mayor al beneficio ilícitamente esperado, la conducta maximizadora del potencial infractor le llevaría a cumplir con la ley.

Las multas son un elemento importante del costo de infringir la ley. Y si bien son la base para determinar el costo de la sanción, dependen de otros factores. Una multa puede parecer muy alta, pero si la probabilidad de detección de la infracción es muy baja, el costo real de la infracción sería muy reducido. Por ejemplo, imaginemos ante una infracción con un beneficio ilícito esperado de S/. 800, establecemos una multa nominal de S/. 1000. Puede parecer una multa alta. Pero si la probabilidad de detección es solo del 20%, la multa real sería solamente de S/. 200.

Evidentemente, en este caso, la multa resultará insuficiente para desincentivar la infracción, toda vez que aún pagando las multas, el beneficio de infringir la ley sigue siendo de S/. 600.

Existen otros elementos a tener en cuenta en la estructura económica del costo de la infracción. Entre ellos, la existencia de factores agravantes o atenuantes en el accionar del infractor, el interés público del bien tutelado, la reincidencia o reiterancia, entre otros. En el caso peruano esto ha sido recogido por el numeral 3 del artículo 248 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27774, Ley del Procedimiento Administrativo General, que establece el deber de las autoridades de prever que la comisión de la conducta sancionable no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas o asumir la sanción. En ese sentido, las sanciones a ser aplicadas deben ser proporcionales al incumplimiento calificado como infracción, observando los siguientes criterios que se señalan a efectos de su graduación: a) El beneficio ilícito resultante por la comisión de la infracción; b) La probabilidad de detección de la infracción; c) La gravedad del daño al interés público y/o bien jurídico protegido; d) El perjuicio económico causado; e) La reincidencia, por la comisión de la misma infracción dentro del plazo de un (1) año desde que quedó firme la resolución que sancionó la primera infracción. f) Las circunstancias de la comisión de la infracción; y g) La existencia o no de intencionalidad en la conducta del infractor.

Las distintas salas especializadas del Indecopi han venido utilizando estos criterios al momento de determinar las sanciones a aplicar. Por ejemplo, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (*Ver Resolución N° 0064-2019/SDC-INDECOPI*) utiliza como base normativa para la graduación de la sanción el principio de razonabilidad. Bajo este principio, las sanciones impuestas por la autoridad administrativa deben ser proporcionales a la infracción cometida y las circunstancias particulares de su realización, de manera tal que la comisión de las conductas punibles no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas y asumir la

sanción a imponerse en un eventual procedimiento. La aplicación de estos criterios y principio permite a la autoridad administrativa actuar bajo parámetros de objetividad, evitando cualquier tipo de arbitrariedad que pudiese vulnerar los derechos de los administrados.

La Sala Especializada en Protección al Consumidor (*Ver Resolución 0329-2019/SPC-INDECOPI*), en el extremo sobre la Graduación de la sanción, utiliza como base normativa el articulado 112 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que establece que, para determinar la sanción aplicable al infractor, se debe atender al beneficio ilícito esperado u obtenido por la realización de la infracción, la probabilidad de su detección, el daño resultante de la infracción, los efectos que esta pueda haber ocasionado en el mercado, la naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores y otros criterios que dependiendo del caso particular, considere adecuado adoptar la Comisión.

Sobre el principio de Razonabilidad, la Sala Especializada en Protección al Consumidor, señala que la autoridad administrativa debe asegurar que la magnitud de las sanciones administrativas sea mayor a las eventuales ventajas que obtenga el infractor del beneficio ilícito, ello con la finalidad de desincentivar la realización de las conductas infractoras. Por su parte, el Principio de Proporcionalidad, busca que los medios empleados por el juzgador sean los más idóneos a efectos de desincentivar la conducta en tutela de determinado interés público, pero que a su vez signifique la menor afectación posible de los derechos de los imputados.

La correcta determinación de las sanciones permite obtener multas que cumplan con el efecto de desincentivar la comisión de infracciones. Así, la sanción no solo tiene una función punitiva, sino que influye en las decisiones de los agentes del mercado, evitando que se produzcan conductas perjudiciales para la sociedad. Al impactar en el costo real de la infracción, el beneficio

ilícito esperado no compensa el costo de la misma. En consecuencia, no convendría infringir la ley. Al menos, en teoría.

El problema es que las multas que se vienen aplicando no parecen haber disminuido la reincidencia de las infracciones. Los mismos infractores son multados año tras año casi bajo los mismos supuestos. Resulta evidente que las multas no están desincentivando la comisión de infracciones. Resulta necesario elevar el costo real de infringir la ley.

En ese sentido, hay que tener en consideración que la propuesta de participación de los consumidores en las multas impuestas al proveedor tiene como efecto directo el aumento del importe de la multa aplicable. Esto permite que el costo real de la infracción se eleve, incrementando su efecto disuasivo. Además, la posibilidad de recibir una compensación integral impulsa la conducta fiscalizadora de los consumidores, incrementando la capacidad de detección. De esta manera, se crea un clima propicio para que los proveedores cumplan con la ley, y los consumidores se encuentren seguros de que las transacciones se desarrollarán en el marco de la honestidad, transparencia y buena fe. Como bien explica Estébanez (2013), la confianza y buena fe en los negocios debe existir de manera mutua y en episodios donde se quiebra, el afectado podrá actuar en busca de la defensa de la honestidad y transparencia.

El control estatal a través de procedimientos sancionadores busca mantener una igualdad entre las partes dentro de una relación de consumo. Por esta razón, como bien señala García (s.f.), ante un abuso de derecho, confianza o similar debe aplicarse adecuadamente un castigo jurídico y este deberá conducir directamente al pago y la responsabilidad por los daños y perjuicios ocasionados, lo que puede traducirse en multas o acciones indemnizatorias.



La correcta determinación de la sanción, incluyendo el pago de la reparación integral de los daños causados por la infracción, permiten que esta no se vuelva a repetir. Como bien señalar al autor, cuando no existe la imposición y cumplimiento de un castigo, la conducta podrá ser realizada en otra ocasión, pues existe un marco de falta de exigencia o castigo sobre una conducta que permitirá abusar constantemente del consumidor, en atención a ello es que el cumplimiento de una indemnización se vuelve vital no solo por el daño causado, si no, para detener este tipo de conductas abusivas mostrando una responsabilidad y exigencia.

En cierta medida, esto resulta coherente con la postura de Castañeda (2002), para quien una relación de consumo es necesariamente una actuación de carácter privado y, por tanto, la solución en estos conflictos debe verse en atención al daño causado sobre los sujetos y no tanto sobre la seguridad general o estatal. Así, cuando se produce un abuso en las actividades comerciales, normalmente a través de contratos orales, no sólo se debe buscarse una sanción desde el marco estatal, si no atender y hacer escuchar al verdaderamente lesionado, buscando repararlo sobre el daño producido. Esto es lo que normalmente hacemos mediante una indemnización, pero esta deviene en ineficaz en materia de consumidor. Por tanto, es necesario encontrar vías que atiendan una reparación integral al consumidor, y no lo despojen de sus derechos.

En este punto, conviene recordar lo señalado por Caycedo (2013), para quien la relación comercial debe prever mecanismos donde se castiguen los abusos y no se amparen conductas abusivas en donde se produzca una lesión como resultado de un abuso de confianza. Respecto a la idoneidad, entendida como una condición por la que la calidad del bien debe ser igual a la entregada y en las mismas condiciones pactadas, hay que destacar que el cambio de estas ya de por sí está generando una ruptura en la confianza para hacer negocios y generando un abuso sobre el consumidor. El problema de la reincidencia, como producto de la ineficacia de las sanciones es

que, en la sociedad latinoamericana, se normaliza la conducta infractora. Coincidimos con el autor en que los consumidores latinoamericanos se han acostumbrado a aceptar los daños y continuar, perennizando la normalización de la infracción y la impunidad parcial de esta. Después de todo, esto también es parte de una elección racional del consumidor: si para efectuar un reclamo debe perder tiempo y dinero, y no se recupera los costos asociados a la infracción en sí, ni al reclamo por la infracción, el incentivo es de no perder más tiempo y recursos, y continuar adelante.

La finalidad de las normas de protección al consumidor es la actuación responsable de los agentes de mercado, tanto del consumidor como del proveedor. Las sanciones que no logran incentivar este tipo de conductas, sea porque no sancionan completamente al proveedor, o porque sobre compensan al consumidor, termina por destruir la posibilidad de alcanzar ese fin. En ese sentido, coincidimos con Rivera (2018), para quien la actuación con responsabilidad tanto del suministrante como el consumidor debe resultar exigible para el Derecho. En ese sentido, el consumidor, como parte débil de la relación de consumo, debe contar con mecanismos legales suficientes para alertar o reclamar ante un ente con un poderío superior y obligatorio de cumplimiento, a fin de hacer valer sus derechos.

En ese sentido, también estamos de acuerdo con el autor cuando señala que la necesidad de dotar al consumidor de una indemnización por los daños sufridos en una relación de consumo fallida, la cual podrá ajustarse de acuerdo a las regulaciones de cada país. Este traslado monetario de la pérdida provocada por el daño incentiva al consumidor a reclamar por sus derechos y formalizar cualquier reclamo ante el ente estatal especializado, lo que lleva a una participación activa del consumidor en el sistema de fiscalización del cumplimiento de las normas de protección. Esto aumenta la probabilidad de detección de las infracciones, y generará una reacción del proveedor, quien se verá incentivado a adoptar medidas que prevengan la comisión de daños.

Siempre se puede afirmar que las vías judiciales para el otorgamiento de una indemnización quedan abiertas para el consumidor. Pero, debido a los montos relativamente pequeños que suelen encontrarse involucrados en una relación de consumo, esta resulta prohibitiva. Es por eso que se propone que la reparación debe incluir un porcentaje de la multa para el consumidor lesionado. Esta necesidad de reparación debe comprenderse como un derecho al sujeto lesionado que necesariamente requiere de la protección del Estado. Esta propuesta dista bastante del establecimiento de un proceso civil independiente, pues la tutela del Estado al consumidor debe realizarse a través del medio más efectivo o eficaz posible, lo que se materializa en la utilización de organismos especializados en la vía administrativa.

Existen varias formas de desincentivar las conductas infractoras del proveedor: la aplicación de sanciones (multas), la fiscalización por parte de los entes estatales, la pérdida de reputación en el mercado, y el reconocimiento de responsabilidad que imponga medidas de reparación eficaces. Pero algunos autores como Vela (2021) proponen también la aplicación del concepto anglosajón de daños punitivos. A través de ello, se busca la manera de generar un beneficio en la víctima en materia del consumidor cuando la misma haya sido víctima de algún abuso. Pero para la aplicación esta figura hay que entender que los daños no solo han sido causados a un consumidor individual, sino a un conjunto de personas indeterminados. Por eso, los daños punitivos suelen estar asociados a la reparación de daños a los intereses difusos. Con su aplicación, se estaría reconociendo que el daño provocado por el infractor no solo afecta a un consumidor en particular, sino a los otros proveedores que no cometen infracciones (daño al prestigio de la rama de actividad), a los productores y fabricantes de los productos, y a la confianza en el mercado en general. El problema con la aplicación de los daños punitivos es que el traslado económico desde el infractor no se realiza a todos los que sufren los efectos de la infracción, sino solamente al

reclamante, sobre compensándolo, en desmedro de los demás. Por otro lado, su utilización sí convertiría al traslado económico del daño en una indemnización, lo que escapa a la competencia de la autoridad administrativa.

En consecuencia, debemos entender que la participación del consumidor afectado en un porcentaje de la sanción impuesta al proveedor es parte de la debida reparación integral de los efectos de la infracción, a lo que sí tiene derecho. En ese sentido, debería ser entendida como una medida correctiva de reparación del daño. Al hacerlo, liberamos al consumidor de tener que optar entre participar de un largo, engorroso y a veces inútil proceso judicial para exigir una indemnización, o tener que asumir los daños y seguir adelante. Pero, además, ello tiene un efecto directo sobre el monto de las multas que son impuestas a los infractores, encareciendo el costo de infringir la ley. Así, el encarecimiento del costo de infringir se convierte en un incentivo para impedir la reincidencia, lo que beneficia tanto al consumidor, como a los proveedores que sí cumplen con la ley, a la confianza en el mercado, y a la sociedad en general.

## CONCLUSIONES

1. Como resultado de esta investigación se concluye que sí resulta conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores. Ello, como se ha demostrado a lo largo de esta tesis, debido a que genera los incentivos necesarios para que el consumidor denuncie las vulneraciones a su derecho a la información e idoneidad de los productos o servicios, pues obtiene un beneficio de esta conducta, y no una pérdida, como ocurre en la actualidad. Como consecuencia de ello, al haber más denuncias, el consumidor asume un rol activo en la fiscalización dentro del sistema de protección al consumidor, incrementándose la capacidad de la autoridad administrativa para la detección las infracciones.
2. El efecto de la participación de los consumidores en un porcentaje de la multa a imponerse por la infracción conlleva necesariamente a un incremento del importe de las multas. Esto impacta directamente en el costo de infringir la ley, que se incrementa. Si a ello le añadimos el incremento de la probabilidad de detección, como se vio en la primera conclusión, tendremos como resultado un incremento de la multa real. Un incremento sensible del costo de infringir la ley es una herramienta poderosa para desincentivar, de manera eficaz, las infracciones y, en consecuencia, su reincidencia.
3. La participación del consumidor en un porcentaje de las multas aplicadas brinda al consumidor una reparación efectiva frente a los daños sufridos por la infracción, algo que no se contempla en la legislación vigente, pues el consumidor tiene que reclamar esta indemnización en el Poder Judicial. La participación, entendida como reparación integral

y, en consecuencia, un tipo específico de medida correctiva, satisface los intereses del consumidor, que no requerirá ir a un proceso distinto al de la vía administrativa.

4. Una rápida mirada a las estadísticas publicadas muestra, que las sanciones aplicadas por el Indecopi nos sirven para comprobar que las infracciones se repiten, así como los infractores. Esto es producto de que las sanciones aplicadas son muy leves, pues el costo real de infringir la norma este resultando menor al beneficio ilícitamente esperado de la infracción. Por ello, las multas impuestas no son suficiente para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones. Al otorgarle al consumidor una participación porcentual en las multas aplicadas, se tiene que elevar el importe de las sanciones. Para ello, es necesario que, previamente la autoridad administrativa haga un cálculo del daño sufrido por el consumidor, de forma que este sea satisfecho con el porcentaje de participación en la multa. Ello lleva a un encarecimiento del costo de infringir la ley. La consecuencia de ello es la generación de incentivos para cumplir con la ley, reduciendo las infracciones y, por tanto, la reincidencia.

## RECOMENDACIONES

Como consecuencia de la investigación, planteamos las siguientes recomendaciones:

1. El ejecutivo debe plantar una modificación del Código de Protección y Defensa del Consumidor, de manera que contemple como un tipo especial de medida correctiva la participación de los consumidores en un porcentaje de las multas impuestas a los proveedores en los procedimientos administrativos sancionadores. Asimismo, debe disponerse la elevación de los límites máximos de las multas impuestas por infracciones leves, graves y muy graves.
2. La Gerencia de Estudios Económicos del Indecopi debe establecer un procedimiento de determinación de los daños sufridos por el consumidor como producto de una infracción a sus derechos. Esta debe evaluar correctamente el nivel de afectación y perjuicio sufrido por el consumidor, de manera que el traslado económico sea igual al perjuicio. Este procedimiento debe ser implementado por las secretarías técnicas de los órganos resolutivos al momento de determinar el monto de las multas con las que se va a sancionar a los proveedores responsables de las infracciones.
3. El Indecopi debe incrementar su capacidad de atención de reclamos y de procesamiento de la carga procesal, pues la adopción de las medidas planteadas conllevará a un incremento del número de procedimientos por infracción a las normas de protección al consumidor,

## **APORTE AL DERECHO O PROPUESTA JURÍDICA**

### **PROYECTO DE LEY**

**EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**

**POR CUANTO:**

**EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;**

Ha dado la Ley siguiente:

**Ley que modifica el artículo 104 de la Ley N° 29571**

**Artículo Único:** Modifíquese el artículo 104 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes términos:

#### **"Artículo 104.- Responsabilidad administrativa del proveedor**

1. En los procedimientos de reclamo seguido ante INDECOPI, en donde se imponga una Multa por prestaciones inidóneas, se asignará al consumidor que ha sufrido un daño como producto de la infracción, como medida correctiva, la participación en hasta un 30% de la multa impuesta al proveedor infractor.
2. El monto de la multa será determinado por la Secretaría Técnica de los órganos resolutivos en función al daño, de acuerdo con el procedimiento propuesto por la Gerencia de Estudios Económicos del Indecopi."

Comuníquese al señor Presidente Constitucional de la República para su promulgación.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agreda, K., y Peralta, J. (2019). *La responsabilidad civil y su relación con el procedimiento administrativo sancionador en materia del consumidor en el Distrito de Villa El Salvador* [Tesis para obtener el título de abogada, Universidad Autónoma del Perú].
- Aragón, T., y Ruiz, E. (2017, julio 12). Diferencias entre responsabilidad civil subjetiva y objetiva. *Legal today*. <https://www.legaltoday.com/practica-juridica/derecho-civil/civil/diferencias-entre-responsabilidad-civil-subjetiva-y-objetiva-2017-07-12/>
- Araujo, C. (2015). El Surgimiento de la Protección del Consumidor. *Revista Jurídica Cajamarca*.  
<https://www.derechocambiosocial.com/RJC/REVISTA1/ARAUJO.htm>
- Alejos, C. L. (2015). Transparencia: fuente de confianza en la empresa, Cuaderno 27, La Caixa-IESE.
- Álvarez, J. (2016). *Protección del Consumidor. Instituto de Investigación para el Desarrollo Jurídico –INDEJUR*.
- Álvarez, M. (2000). *La responsabilidad de las compañías aéreas en caso de accidente*. Actualidad Civil.
- Alonso, L. (2005). *La era del consumo*. Siglo XXI Editores.
- Bermúdez, J. (2008). *Elementos para definir las sanciones administrativas*. En *Revista Chilena de Derecho*.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Fondo de Cultura Económica de Argentina.

- Baudrillard, J. (1983). *El espejo de la producción o la ilusión crítica del materialismo histórico*. Gedisa.
- Baudrillard, J. (1991). *Ensayos sobre los fenómenos extremos*. Anagrama.
- Broy, C. (2009). *Análisis jurídico del derecho de protección al consumidor en Guatemala y la función de la dirección de atención y asistencia al consumidor en su aplicación*. [Tesis de Pregrado, Universidad de San Carlos de Guatemala].
- Castañeda, J. (2002). *Nota breve sobre el concepto de consumidor*. Cuadernos de Estudios Empresariales.
- Caliz, I. (1995). *Derechos y obligaciones de consumidores, usuarios y proveedores*. Momento Asies, 10(10), Pág. 1-15.
- Caycedo, C. (2013). *Principios e instituciones del Derecho de Protección del Consumidor en Colombia*. En C. L. Valderrama Rojas, *Perspectivas del Derecho del Consumo* (págs. 159-225). Bogotá, D. C.: Universidad Externado de Colombia.
- Constitución Política del Perú [Const.]. Art. 65 y 139. Diciembre 29 de 1993
- Corral, H. (2004). *Lecciones de responsabilidad civil extracontractual*. Jurídica de Chile.
- Corte de Apelaciones de Valparaíso, sentencia de 8 de junio de 2017, rol 177-2017.
- Cooperativa.cl. (2021, abril 1). Denuncian presencia de hongos y gusanos en galletas Tritón: Nestlé lo niega.Cooperativa.cl.

<https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/consumidores/denuncias/denuncian-presencia-de-hongos-y-gusanos-en-galletas-triton-nestle/2021-04-01/133939.html>

Resolución Directoral N° 002-2017-JUS/DGDOJ de 2017 [Ministerio de Justicia y Derechos Humanos]. Por la cual la segunda edición de la “*Guía Práctica sobre el Procedimiento Administrativo Sancionador*”. Junio 7 de 2017. <https://img.lpderecho.pe/wp-content/uploads/2017/09/LEGIS.PE-Minjus-Gu%C3%ADa-pr%C3%A1ctica-sobre-el-procedimiento-administrativo-sancionador.pdf>

Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571

Cusirramos, F. (2018). *Incorporación de los daños punitivos para defensa del consumidor en la Ley 29571 - Arequipa 2016 – 2017*. [ Tesis de Maestría, Universidad Católica Santa María]. UCSM-Tesis

De la Cerda, C (2007) *Trato Justo Y Equitativo En Materia De Inversión Extranjera.Relación Con Los Tratados De Libre Comercio Y Convenios Sobre Protección Y Promoción De Inversiones Suscritos Por Chile. Análisis Jurisprudencial*. [ Memoria para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales.] UDC-Tesis

Danos, J. (2013). *La prescripción de las infracciones, de la ejecución de las sanciones y la caducidad (perención) del procedimiento administrativo sancionador*. Adrus editores.

Decreto Ley N° 25868 de 1992. Por la cual se aprueba la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI. Noviembre 11 de 1992. Diario Oficial el peruano.

De Otto, cita de Álvarez Conde: o. cit., p. 149.

Directiva 85/374/CEE de 1985 (El consejo de las Comunidades Europeas). Relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros en materia de responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos. Julio 25 de 1985.

Echeverri, V. (2014). *Responsabilidades del productor y el proveedor en el nuevo Estatuto del Consumidor*. UNAULA.

Elster, J. (1997). *Análisis de la interacción entre racionalidad, emoción, preferencias y normas sociales en la economía de la acción individual y sus desviaciones*. Gedisa.

Escudero, L. (2017). *El concepto de consumidor y sus alcances a la luz de la Jurisprudencia de la sala especializada en protección al consumidor de Indecopi*. Tesis para optar el grado de magíster en derecho de la empresa. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Espinosa, K. (2021). *Consumidor inmobiliario de vivienda: la prevención y la reparación del daño originado en las fallas de las edificaciones*. [Trabajo de grado presentado para optar al título de magíster en Derecho, Universidad de Antioquía].

Espinoza, J. (2006) Derecho de los consumidores, *Ius et veritas* 41, Lima, p.169

Estébanez, M. (2013). *Los consumidores y usuarios*. Valladolid.

Enterría, A. (2004). Curso de Derecho Administrativo II. *Civitas*.

García, E. (s.f.). *Introducción al estudio del derecho*. Ed. PORRUA.

Melgarejo, V. (2018, julio 26). Indemnización al consumidor requiere de una reforma a la Constitución. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/indecopi-indemnizacion-consumidor-requiere-reforma-constitucion-239624-noticia/?ref=gesr>

Naciones Unidas (2016) Directrices para la Protección del Consumidor. CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO. Nueva York y Ginebra, [https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1\\_es.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf)

Guzmán, C. (2014). *¿Qué es la protección y defensa al consumidor?* Universidad Continental.

García Reyes, J., Echeverry Campos, D., & Mesa Hernández, H. (2013). *Gerencia de proyectos. Aplicación a proyectos de construcción de edificaciones*. Bogotá: Universidad de los Andes.

Resolución 007-2021/CLC-INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual). Por la cual se establecen los Lineamientos sobre resarcimiento de daños causados a consumidores como consecuencia de conductas anticompetitivas. Mayo 18 de 2021.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *¿Qué hacemos?* Indecopi. <https://www.indecopi.gob.pe/pi/que-hacemos>

Kemelmajer, Aída (2004). Publicidad y Consumidores. *Revista de Derecho Privado y Comunitario*, 63-169.

Marx, K. (1862). *Teorías sobre la plusvalía*. Fondo de Cultura Económica.

- Martin, R. (2014). Nuevos rumbos del procedimiento administrativo sancionador: la reforma del procedimiento sancionador del OEFA a la luz de la Ley N° 30011. *Circulo de Derecho Administrativo*, 1(14),498 - 543.
- Morales, A. (s.f.). *La ampliación del ámbito de protección al consumidor del derecho del consumidor* AGNITIO.
- Molina, M. (2021). *Cooperación del sistema chileno, el sistema australiano y el sistema europeo de protección al consumir, en materia de comercio electrónico*. Tesina presentada a la facultad de derecho para optar al grado de magister en derecho de empresa. Universidad del desarrollo.
- Muñoz, F. (2015). *La responsabilidad del proveedor en la directiva 85/374/CCE, de 25 de julio de 1985 y el real decreto legislativo 1/2007*. [ Tesis Doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)]. Facultad de Derecho. Departamento de Derecho Civil
- Naveira, M. y Maita, M. (2004). *El Resarcimiento del Daño en la Responsabilidad Civil Extracontractual*. Facultad de Derecho. Departamento de Derecho Privado. Universidad de la Coruña.
- Vargas, J., Arellano, A., Sallaverry, J.P., García, C. y Tarazona, D. (2019, octubre 28). Los abusos de la banca en América Latina. *Ojo Público*. <https://ojo-publico.com/1427/los-abusos-de-la-banca-en-america-latina>
- Torres, F. (2015, agosto 25). Clínicas deben millones en multas, pero ya no responderán al Indecopi. *Ojo Público*.

<https://ojo-publico.com/clinicas-deben-millones-en-multas-pero-ya-no-responderan-al-indecopi>

Peláez, R. (2014). *La naturaleza del procedimiento de protección al consumidor del Indecopi y la oportunidad de desistimiento en aquel*. Ius et praxis. (45), 216 - 225.

Prada, A. (2008). *Protección del Consumidor y Responsabilidad Civil*. Marcial Pons.

Liza, G. (2018). *El procedimiento de protección al consumidor que se sigue ante el Indecopi por denuncia no debe ser sancionador*. PUCP.

Laborde, J. (2019). *Cartel damages actions in Europe: How courts have assessed cartel overcharges*. Law & Economics.

Lasarte, C. (2007). *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*. Ed. Dykinson.

Lekachman, R. (1962). *Historia de Las Doctrinas Económicas*. Víctor Leru, 1962.

Llamas, E. (2021). *Manual de Derecho Civil*. La Ley.

Lyon, D. (2000). *Postmodernidad Comercial*. Anaya.

Resolución del consejo directivo 159-2012-Indecopi/Cod.

Renessi, A. (2006). *Relación de consumo y derechos del consumidor*. Astrea.

Reyes, C. (2006). *Responsabilidad por productos defectuosos*. Santander.

Rivera, G. (2018). *La responsabilidad por productos defectuosos en Uruguay, en el marco de la Ley de Relaciones de Consumo*. UCUDAL

- Rodríguez, G. (2017). *¿Asimetría informativa o desigualdad en el mercado?: apuntes sobre el verdadero rol de la protección al consumidor*. Foro jurídico.
- Rodríguez, V. (2020). *Resarcimiento de los daños causados por la cartelización empresarial en Colombia*. [Proyecto de grado, Universidad Católica de Colombia].
- Roldán, J. (2018). *¿Qué son las sanciones administrativas?*. CIDE.
- Román, C. (2006). *Los principios del Derecho Administrativo Sancionador*. Revista de Derecho Público.
- Sandoval, R. (2016). *Derecho Comercial*. Editorial Jurídica de Chile.
- Saavedra, F. (2004). La responsabilidad durante los tratos negociales previos. *Lex et veritas*. 2, 91-99.
- Servicio Nacional del Consumidor. (2011, agosto 17). Condenan a Cencosud a indemnizar a consumidor por robo de vehículo en estacionamiento. Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-2750.html>
- Shina, F. (2014). *Daños al consumidor*. Astrea.
- Sheoihort, S. (2016). *Una visión trialista de la responsabilidad por riesgos de desarrollo en el derecho de consumo*. Tesis de maestría. Universidad Nacional de Nordeste, Rosario, Argentina.
- Stiglitz, G. (1994). *Defensa de los consumidores de productos y servicios*. Ediciones La Rocca.



- Soles, D. (2017). *Fundamentos para regular un mecanismo de reparación de daños en Sede Administrativa*. Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Escuela Profesional de Derecho. Universidad Privada Antenor Orrego.
- Solé i Feliu, J. (1997). *El concepto de defecto del producto en la responsabilidad civil del fabricante*. Tirant lo blach.
- Tallone, F. (2002). *Daños causados por productos elaborados*. Hammurabi.
- Tamayo Jaramillo, J. (2016). *Responsabilidad por productos defectuosos*. Legis.
- Vela, M. (2021). *Daño punitivo: propuesta legislativa para la legislación ecuatoriana*. Ratio Iuris.
- Velásquez, J. (s.f.). *Anuncio del jefe del gabinete: Código de consumo será principio rector de la política social del estado*. Oficina de comunicaciones del Congreso de la República.
- Villalba Cuéllar, J. C. (2014). *La responsabilidad por producto defectuoso en el derecho colombiano*. Civilizar.
- Villegas, B. (2017). *Afectación a los derechos del consumidor y su resarcimiento económico en el procedimiento administrativo sancionador seguido ante Indecopi*. Tesis de pregrado. Universidad Cesar Vallejo.
- Zintl, R. (1995). *Comportamiento Político y Elección Racional*. Gedisa.

## ANEXO 1: ENCUESTA APLICADA



<input type="text" value="N°"/>
<b><u>CUESTIONARIO GUÍA DE ENCUESTA ESTRUCTURADA.</u></b>
Fecha: _____.

La presente encuesta contiene siete (07) preguntas que de diversa manera contribuyen a evaluar los indicadores de “PROPUESTA DE COMPENSACION AL CONSUMIDOR EN VIA ADMINISTRATIVA”. Debiendo marcar con un aspa la respuesta que considere apropiada a cada pregunta. Cada respuesta reflejará su opinión por cada tipo de indicador que se señala para Establecer si es conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa impuesta por Indecopi a favor de los consumidores por la prestación inidónea de servicios y bienes suministrados por los proveedores.

A. Muy en desacuerdo

B. En desacuerdo

C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

D. De acuerdo

E. Muy de acuerdo

¡Muchas gracias por su valiosa colaboración!

	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>
1.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa a favor de los consumidores dado que generaría incentivos para denunciar hechos que afecten su derecho a la información e idoneidad.					
2.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa dado que incrementaría la capacidad de detección de infracciones.					
3.- Resulta conveniente otorgarle un porcentaje de las multas administrativa dado que permitirá la reparación efectiva al consumidor.					
4.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para reprochar administrativamente a los proveedores por brindar la prestación de un servicio inidóneo.					
5.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para					

desincentivar la reincidencia de los proveedores por brindar la prestación de un servicio inidóneo.					
6.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para brindar protección al consumidor frente a la prestación de un servicio inidóneo.					
7.- Las sanciones aplicadas por Indecopi son insuficientes para evitar un perjuicio al consumidor frente a la prestación de un servicio inidóneo.					

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### PROPUESTA DE COMPENSACIÓN AL CONSUMIDOR EN VÍA ADMINISTRATIVA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS Y VARIABLES
<p><b><u>Problema General</u></b></p> <p>¿Es conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores?</p> <p><b><u>Problema específico</u></b></p> <p>¿Son las sanciones aplicadas por el Indecopi suficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores por la prestación no Idónea de servicios y bienes?</p>	<p><b><u>Objetivo general</u></b></p> <p>Establecer si es conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores</p> <p><b><u>Objetivo específico</u></b></p> <p>Determinar si las sanciones aplicadas por el Indecopi son suficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de consumidores</p>	<p><b><u>Hipótesis Principal</u></b></p> <p>Resulta conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores, porque:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Generaría incentivos para que el consumidor denuncie las vulneraciones a su derecho a la información e idoneidad de los productos o servicios, incrementando la capacidad de detección de estas infracciones.</li> <li>b) Incrementaría el monto de las multas aplicadas, desincentivando de manera eficaz las infracciones y su reincidencia.</li> <li>c) Brindaría al consumidor una reparación efectiva frente a los daños sufridos por la infracción.</li> </ul> <p><b><u>Hipótesis Específica</u></b></p> <p>Las sanciones aplicadas por el Indecopi son muy leves para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores.</p>

### ANEXO 3: TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DEL PROBLEMA

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
<p>Resulta conveniente otorgar al consumidor un porcentaje de la multa administrativa impuesta por Indecopi a los proveedores infractores</p>	<p>a) Generaría incentivos para que el consumidor denuncie las vulneraciones a su derecho a la información e idoneidad de los productos o servicios, incrementando la capacidad de detección de estas infracciones.</p> <p>b) Incrementaría el monto de las multas aplicadas, desincentivando de manera eficaz las infracciones y su reincidencia.</p> <p>c) Brindaría al consumidor una reparación efectiva frente a los daños sufridos por la infracción.</p>	<p>Generación de incentivos al consumidor para denunciar hechos que afecten su derecho a la información e idoneidad</p> <p>Incrementaría capacidad de detección de infracciones</p> <p>Reparación efectiva</p>	
<p>Si las sanciones aplicadas por el Indecopi son suficientes para desincentivar la reincidencia de los proveedores en la comisión de infracciones en perjuicio de los consumidores</p>	<p>Aspectos</p>	<p>Reproche administrativo</p> <p>Desincentivar la reincidencia</p> <p>Protección al consumidor</p> <p>Evita perjuicio al consumidor</p>	

