

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO



**DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y EL USO DEL LIBRO DE
RECLAMACIONES EN EL DISTRITO DE PUNO DURANTE EL AÑO
2016**

TESIS

PRESENTADA POR:

EVA YULIANA LOPEZ CONDORI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

ABOGADO

PROMOCIÓN XXXVIII

PUNO – PERÚ

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y EL USO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES
EN EL DISTRITO DE PUNO DURANTE EL AÑO 2016

TESIS PRESENTADA POR:
EVA YULIANA LOPEZ CONDORI

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:
ABOGADO

FECHA DE SUSTENTACIÓN 14 DE JULIO DE 2017

APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:



PRESIDENTE

:
Abog. JESÚS LEONIDAS OSWALDO BELÓN FRISANCHO

PRIMER MIEMBRO

:
Dr. BORIS GILMAR ESPEZÚA SALMON

SEGUNDO MIEMBRO

:
Abog. RAFAEL TEÓFILO PEREZ MONROY

DIRECTOR DE TESIS

:
Abog. PÉTER JESÚS MANZANEDA CABALA

Área : Derecho Público
Línea : Derecho Administrativo
Tema : Derechos del Consumidor

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mis queridos abuelitos, Felipa y Apolinario, y mis tíos - hermanos, Piter, Yanet, Roxana, Mirian y Jaqueline; por su constante apoyo, comprensión y compañía, motivo para orientar en alto mi formación profesional y personal.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, que suponen los cimientos de mi desarrollo, pues han destinado tiempo para enseñarme nuevas cosas, para brindarme aportes invaluable que servirán para toda la vida.

A Dios y a la escuela profesional de Derecho de la Universidad Nacional del Altiplano, padre y casa superior de estudios, a los que adeudo mi ruta profesional, y demás personas con quienes he compartido labores y experiencias profesionales y amicales, por haber contribuido a fortalecer y hacer posible mi decisión de elaborar la tesis que presento.

INDICE GENERAL

RESUMEN	11
ABSTRAC.....	12
I. INTRODUCCIÓN.....	13
II. REVISION DE LITERATURA.....	16
2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS EN EL MUNDO Y EN EL PERÚ	16
2.1.1. Antecedentes en el mundo	17
2.1.1.1. Las organizaciones de consumidores.....	17
2.1.1.2. Acontecimiento trascendente	17
2.1.2. Antecedentes en el Perú.....	19
2.1.2.1. Protección del consumidor en la Constitución de 1979	20
2.1.2.2. Protección del consumidor en el Decreto Legislativo 716 y la creación del INDECOPI	20
2.1.2.3. Protección del consumidor en la Constitución de 1993	21
2.1.2.4. Protección al consumidor en el Código de Protección y Defensa al Consumidor.....	22
2.2. DERECHOS DEL CONSUMIDOR.....	23
2.2.1. Derecho del consumidor como Derecho Constitucional	23
2.2.2. Derecho del consumidor como Derecho de la Persona	24
2.2.3. Derecho del Consumidor como Derecho Multidisciplinario	24
2.3. DEFINICION DE CONSUMIDOR	25
2.4. CLASES DE CONSUMIDOR.....	28
2.4.1. Consumidor Razonable	29
2.4.2. Consumidor medio.....	29
2.5. CONCEPTO DE PROVEEDOR Y COMPARACION LEGISLATIVA	32
2.6. RELACIÓN DE CONSUMO	35
2.6.1. ¿Qué es la Relación de Consumo?	35
2.6.2. Sujetos de la Relación de Consumo	37

2.6.3.	Relación de Consumo en el Código de Protección y Defensa al Consumidor	
	38	
2.7.	POLITICAS PÚBLICAS Y PRINCIPIOS EN MATERIA DE CONSUMO	39
2.7.1.	Políticas Públicas	39
2.8.	EL DEBER DE IDONEIDAD E INFORMACIÓN	41
2.8.1.	El Deber de Idoneidad	41
2.8.2.	El Deber de Información	43
2.9.	MECANISMOS DE SOLUCION DE CONFLICTOS DE LOS CONSUMIDORES	44
2.10.	LIBRO DE RECLAMACIONES	47
2.10.1	El objetivo del Libro de Reclamaciones	48
2.10.2.	Características del Libro de Reclamaciones y de la Hoja del Libro de Reclamación	49
III.	MATERIALES Y METODOS	52
3.1.	Metodología de la Investigación	52
3.2.	Población y muestra	52
3.3.	Sobre la Encuesta para determinar el segundo objetivo específico	53
3.4.	Sobre la Ficha resumen de casos para determinar el tercer objetivo específico	53
IV.	RESULTADOS Y DISCUSION	54
4.1.	Respecto al objetivo específico 01: Analizar la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones en la Ley 29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor” y su Reglamento D.S. N° 011-2011-PCM.	54
4.1.1.	Libro de Reclamaciones en la Ley 29571 (Código de Protección y Defensa al Consumidor)	54
4.1.2.	Reglamento del Libro de Reclamaciones aprobado por Decreto Supremo N° 011-2011-PCM.	55
4.1.3.	Modificaciones por el Decreto Supremo N° 006-2014-PCM al Reglamento del Libro de Reclamaciones	59
4.1.4.	Modificaciones por el Decreto Supremo N° 058-2017-PCM al Reglamento del Libro de Reclamaciones	61

4.1.5. Análisis y discusión de resultados	61
4.1.6. Contratación de hipótesis.....	63
4.2. Respecto al objetivo específico 02: Determinar los factores que involucran la utilización eficiente del Libro de Reclamaciones.	63
Contratación de hipótesis	77
4.3. Respecto al objetivo específico 03: Identificar el número de casos en que se haya aplicado eficientemente el Libro de Reclamaciones en el Distrito de Puno durante el año 2016.....	78
Contratación de hipótesis	83
V. CONCLUSIONES	84
VI. RECOMENDACIONES	85
VII. REFERENCIAS	86
ANEXOS	88

INDICE DE FIGURAS

Figura Estadística Nro. 1: Representación gráfica de los consumidores de la ciudad de Puno, que conocen y desconocen el Libro de Reclamaciones.	65
Figura Estadística Nro. 2: Representación grafica de lo que creen que es el Libro de Reclamaciones los consumidores de la ciudad de Puno.	67
Figura Estadística Nro. 3: Representación gráfica del conocimiento de los consumidores de la ciudad de Puno del Libro de Reclamaciones.	69
Figura Estadística Nro. 4: Representación gráfica del conocimiento del Libro de Reclamaciones de los consumidores de la ciudad de Puno.	71
Figura Estadística Nro. 5: Representación gráfica de la experiencia de los consumidores de la ciudad de Puno.....	72
Figura Estadística Nro. 6: Representación gráfica de reclamos o quejas interpuestos por los consumidores de la ciudad de Puno durante el año 2016.....	74
Figura Estadística Nro. 7: Representación gráfica de reclamos o quejas interpuestos por los consumidores en la ciudad de Puno durante el año 2016.....	75
Figura Estadística Nro. 8: Representación grafica de proveedores que cuentan con el aviso y libro de reclamaciones en la ciudad de Puno durante el año 2016.....	77
Figura Estadística Nro. 9: Representación gráfica de infracciones al Libro de Reclamaciones.....	80
Figura Estadística Nro. 10: representación gráfica de procesos iniciados a instancia de parte y de oficio.....	82

INDICE DE TABLAS

Tabla Nro. 1: Línea de Tiempo	19
Tabla Nro. 2: Esquema Simplificado para la presentación de un reclamo	45
Tabla Nro. 3: Modificaciones al Libro de Reclamaciones.....	59
Tabla Nro. 4: Modificaciones al Libro de Reclamaciones.....	61
Tabla Nro. 5: Consumidores que conocen y desconocen el Libro de Reclamaciones	64
Tabla Nro. 6: Definición del Libro de Reclamaciones	66
Tabla Nro. 7: Finalidad del Libro de Reclamaciones.....	68
Tabla Nro. 8: Obligación de tener el Libro de Reclamaciones	70
Tabla Nro. 9: Experiencia del consumidor en la ciudad de Puno en el año 2016.....	72
Tabla Nro. 10: Reclamos o quejas presentados por los consumidores.....	73
Tabla Nro. 11: Resultado de la queja o reclamo interpuesto por el consumidor de la ciudad de Puno durante el año 2016.....	75
Tabla Nro. 12: Establecimientos con el Aviso y Libro de Reclamaciones	76
Tabla Nro. 13: Casos resueltos durante el año 2016 por el INDECOPI, sobre el Libro de Reclamaciones en la ciudad de Puno.....	78
Tabla Nro. 14: Casos seguidos a instancia de oficio y de parte, y medidas de sanción e infundados.....	81

INDICE DE ACRONIMOS

CPDC:	Código de Protección y Defensa del Consumidor.
CPC:	Comisión de Protección al Consumidor.
ASPEC:	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios.
D.S.:	Decreto Supremo.
LR:	Libro de Reclamaciones.
LPC:	Ley de Protección al Consumidor.
TC:	Tribunal Constitucional.
INDECOPI:	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.
RAE:	Real Academia Española.
RUC:	Registro Unico de Contribuyente.
SAC:	Sistema de Atención al Ciudadano.

RESUMEN

La tesis presente rotula “DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y EL USO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES EN EL DISTRITO DE PUNO DURANTE EL AÑO 2016”; como objetivo general, se ha establecido determinar la eficacia de la regulación normativa del Libro de Reclamaciones en el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM para los derechos del consumidor y su aplicación práctica en el distrito de Puno durante el año 2016. Siendo la investigación de un enfoque mixto - cualitativo y cuantitativo, se ha utilizado para el cualitativo el método de interpretación jurídica y de deducción de resultados y para el cuantitativo el método de observación y medición. Habiéndose realizado un análisis de la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones y determinado si esta resulta eficaz en su aplicación práctica en el distrito de Puno, para ello se enfocó la investigación en determinar los factores que involucran la utilización eficiente del Libro de Reclamaciones e identificar el número de casos en que se haya aplicado eficientemente el Libro de Reclamaciones en el distrito de Puno durante el año 2016. Finalizada la investigación se ha demostrado que la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones resulta ineficaz en su aplicación práctica. Conclusiones: La vigente regulación normativa del Libro de Reclamaciones resultó ineficaz para su aplicación práctica en el distrito de Puno durante el año 2016, toda vez que el texto normativo por defecto no obliga a los proveedores a comunicar periódicamente al INDECOPI los reclamos y/o quejas que se hayan interpuesto en su Libro de Reclamaciones, y al desconocer la población de Puno la utilidad legislativa del Libro de Reclamaciones no hace un uso adecuado del mismo, lo que concluye la ineficacia de la norma en su aplicación práctica. La actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones en la Ley 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor – Ley 29571 y su reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, modificado por los Decretos Supremos N° 006-2014-PCM y N° 058-2017-PCM no resulta eficaz para su aplicación práctica, por presentar dos defectos principales: 1) Existe la ausencia de una obligación normativa para que los proveedores informen periódicamente al INDECOPI, las quejas y/o reclamos interpuestos en su Libro Reclamaciones y, 2) La defectuosa regulación normativa de la queja como mecanismo de defensa regulado por el reglamento del Libro de Reclamaciones, en tanto que solo constituye una recomendación para el proveedor y no lo obliga a emitir respuesta alguna. Los factores que determinan una aplicación eficiente del Libro de Reclamaciones son el conocimiento adecuado que deben tener los consumidores sobre la existencia del libro de reclamaciones, su finalidad legislativa, y quienes se encuentran obligados a contar con el libro de reclamaciones, todo ello con la finalidad de que los consumidores, conociendo sus derechos, le den un uso adecuado a este mecanismo de defensa y auto protejan sus derechos. En la ciudad de Puno durante el año 2016, sobre la aplicación eficaz del Libro de Reclamaciones, se ha observado la resolución de solo 30 casos por la autoridad del INDECOPI, lo que demuestra en términos cuantitativos una escasa cantidad de casos resueltos durante todo el año 2016.

PALABRAS CLAVE: Consumidor, libro de reclamaciones, proveedor, queja y reclamo.

ABSTRAC

The thesis is entitled "CONSUMER RIGHTS AND THE USE OF THE BOOK OF CLAIMS IN THE PUNO DISTRICT DURING THE YEAR 2016"; as a general objective, it has been established to determine the effectiveness of the normative regulation of the Book of Claims in Supreme Decree No. 011-2011-PCM for consumer rights and its practical application in the district of Puno during the year 2016. Being the research of a mixed-qualitative and quantitative approach, the method of legal interpretation and deduction of results has been used for the qualitative method and for the quantitative method of observation and measurement. An analysis of the present normative regulation of the Book of Claims has been made and determined if this is effective in its practical application in the district of Puno, to this end, the investigation focused on determining the factors that involve the efficient use of the Claims Book and to identify the number of cases in which the Claim Book of the Puno district has been efficiently applied during the year 2016. Once the investigation has been completed, it has been demonstrated that the current regulation of the Book of Claims is ineffective in its practical application. Conclusions: The current normative regulation of the Book of Claims was ineffective for its practical application in the district of Puno during the year 2016, since the normative text by default does not oblige the suppliers to periodically communicate to the INDECOPI the complaints and / or complaints that are Have filed in their Book of Claims, and ignoring the population of Puno the legislative utility of the Book of Claims does not make proper use of it, which concludes the inefficacy of the rule in its practical application. The current normative regulation of the Book of Claims in Law 29571 - Code of Protection and Consumer Protection - Law 29571 and its regulation approved by Supreme Decree No. 011-2011-PCM, modified by Supreme Decrees No. 006-2014- PCM and No. 058-2017-PCM is not effective for its practical application, since it has two main defects: 1) There is no normative obligation for suppliers to periodically inform INDECOPI of the complaints and / or claims filed in their Claims Book and, 2) The defective normative regulation of the complaint as a defense mechanism regulated by the regulation of the Book of Claims, inasmuch as it is only a recommendation for the supplier and does not oblige him to issue any response. The factors that determine an efficient application of the Claims Book are the adequate knowledge that consumers should have about the existence of the book of claims, its legislative purpose, and those who are obliged to have the claims book, all for the purpose that consumers, knowing their rights, give adequate use to this defense mechanism and self-protect their rights. In the city of Puno in 2016, on the effective application of the Book of Claims, it has been observed the resolution of only 30 cases by the authority of the INDECOPI, which shows in quantitative terms a small number of cases resolved throughout the year 2016.

Keywords: Consumer, book of claims, provider, complain and complain.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día el problema de la protección al consumidor adquiere cada vez mayor importancia en la medida que todas las personas asumimos la calidad de consumidores, y es la necesidad el punto clave para el consumo, una obligación impostergable de satisfacer las necesidades vitales que para el hombre complementa su existencia, pues el consumidor viene a ser aquel agente económico que pretende satisfacer sus necesidades a través de la adquisición de bienes y servicios ofrecidos en el mercado por el proveedor. En consecuencia, el consumidor, siempre se verá inmerso en una situación de consumo. De la misma manera, es de tener en cuenta la participación de la empresa (el rol de proveedor) como principal agente económico en el mercado y cuyo aporte a la sociedad incluye el aumento del tráfico comercial y como consecuencia de ello la necesidad de establecer la protección jurídica al consumidor.

Actualmente, vivimos en una sociedad de consumo en la que los consumidores y usuarios necesitan estar informados de sus derechos para poder ejercerlos y hacerlos respetar, el ciudadano no se forma ya por el simple contacto con su medio inmediato, su formación implica una información sistemáticamente concebida y eficazmente puesta a su disposición. En nuestra sociedad existe la conciencia de que las maniobras comerciales, empresariales y publicitarias no requieren límites; que, entre más astuto y agresivo sea el vendedor en sus tácticas, tanto mejor será su éxito financiero y por ende su contribución a la sociedad. Así, nadie puede negar lo evidente que se presenta la necesidad de proteger al consumidor individual que frente a la gran economía moderna se presenta como el agente más débil.

Como consumidores que somos tenemos una serie de derechos que deben ser obligatoriamente cumplidos y respetados por quienes nos proveen de bienes y servicios en el mercado. Estos derechos se encuentran amparados en primer lugar en el artículo 65° de la Constitución Política del Perú y en el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley 29571), que tiene por finalidad que

los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses.

Uno de los mecanismos de protección lo encontramos en el denominado Libro de Reclamaciones, regulado en el artículo 150º, 151º y 152º del C.P.D.C. que literalmente señala que todo establecimiento debe contar con el Libro de Reclamaciones y este debe ser exhibido en un lugar visible al público (artículo 151º); libro que pueden exigir los consumidores para formular su queja o reclamo respecto de los productos o servicios ofrecidos (artículo 152º), sin embargo, este mecanismo de protección parece no cumplir con su finalidad, ello debido a la falta de conocimiento de la población de Puno, de lo que es el Libro de Reclamaciones, así como la utilidad que debería dársele a este.

Una de las principales razones por las cuales se creó el Libro de Reclamaciones fue para que INDECOPI cuente con información directa, certera y real sobre cuáles son las empresas y los sectores del mercado con mayor cantidad de reclamos y cuáles son los más recurrentes. Es decir, tener una data exacta de los establecimientos que no brindan un servicio idóneo y, a la misma vez, poder aplicar las sanciones correspondientes. Para ello, era necesario que las empresas remitan periódicamente al INDECOPI un resumen de los reclamos o quejas. Sin embargo, luego de 6 años de su puesta en vigencia, el Libro de Reclamaciones no ha cumplido dicha finalidad. ¿Por qué razón? Pues sin mayor explicación ni lógica alguna el Reglamento (D.S. N° 011-2011-PCM) restringió la posibilidad de que INDECOPI recibiera la información de los proveedores y estableció que solo deben enviar esta data cuando la autoridad administrativa lo solicite, el Decreto Supremo N° 006-2014-PCM que hizo algunas modificaciones al reglamento tampoco se acogió a la deficiencia anotada, asimismo, el reciente Decreto Supremo N° 058-2017-PCM, tampoco hace referencia alguna a este punto.

Por ello, el tema que ocupa el presente trabajo constituye la novedad más importante recogida en el Código de Protección y Defensa del Consumidor en

relación con el derecho de los consumidores y la interposición de reclamos, en el denominado LIBRO DE RECLAMACIONES regulado en los artículos 150°, 151° y 152° del Código de Protección y Defensa de los Consumidores, desarrollado más ampliamente en su reglamento regulado por el Decreto Supremo 011-2011-PCM, modificado por el Decreto Supremo Nro. 006-2014-PCM y recientemente por el Decreto Supremo Nro. 058-2017-PCM.

En consecuencia, en la presente tesis se ha planteado el siguiente PROBLEMA: ¿Resulta eficaz la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones en el D.S. N° 011-2011-PCM para su aplicación práctica?; y como OBJETIVO GENERAL se ha propuesto determinar en qué medida resulta eficaz la regulación normativa del Libro de Reclamaciones para los derechos del consumidor y su aplicación práctica en el Distrito de Puno durante el año 2016; para esto se han establecido como OBJETIVOS ESPECIFICOS: A) Analizar la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones en la Ley 29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor” y su Reglamento D.S. 011-2011-PCM, B) Determinar los factores que involucran la utilización eficiente del Libro de Reclamaciones, y; C) Identificar el número de casos en que se haya aplicado eficientemente el Libro de Reclamaciones en el Distrito de Puno durante el año 2016.

Dicho lo anterior, al inicio del trabajo de investigación como HIPOTESIS GENERAL se ha establecido la probabilidad de que la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones resulta ineficaz para los derechos del consumidor y su aplicación práctica en el distrito de Puno durante el año 2016; y como HIPOTESIS ESPECIFICAS: A) Es probable que la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones sea ineficaz para su aplicación práctica en garantía de los derechos del consumidor, B) Los factores que involucran la utilización eficiente del Libro de Reclamaciones son los relacionados a la información constante de los proveedores, consumidores y el control que realiza el INDECOPÍ sobre este mecanismo de defensa, y; C) Es probable que el número de casos en que se haya aplicado eficientemente el libro de reclamaciones en el Distrito de Puno durante el año 2016, resulten ser una mínima cantidad.

II. REVISION DE LITERATURA

El objetivo de estudio en el presente trabajo de investigación es una modalidad particular de analizar si la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones resulta ser eficaz o ineficaz para su aplicación en la práctica, por lo que considero pertinente desarrollar algunos conceptos como los antecedentes históricos del derecho del consumidor, los derechos del consumidor, las diferentes nociones que existen respecto a él, la asimetría informativa, la relación de consumo que existe entre el consumidor y el proveedor. Asimismo, el presente capítulo incluye la competencia que tiene el INDECOPI en materia de protección al consumidor y la normativa vigente en materia de protección al consumidor.

2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS EN EL MUNDO Y EN EL PERÚ

El establecimiento de la protección al consumidor a través de los años está vinculado a la esencial participación de diversos grupos de ciudadanos que solicitaron a sus respectivos gobiernos el tratamiento justo y adecuado de los productos y servicios ofrecidos por proveedores. Estas actividades se iniciaron en Estados Unidos y su ejemplo fue repetido en el resto del mundo logrando así institucionalizar la protección al consumidor mundialmente.

La aparición de la figura del consumidor está en directa relación con el inicio de la revolución industrial, la cual significó una importante oportunidad para las empresas por permitirles utilizar equipos especializados y colocar masivamente productos y servicios en el mercado logrando así satisfacer la alta demanda de los clientes. Esta situación ocasionó que los contratos se utilicen como un medio para asentar la notoria desigualdad en su negociación y celebración. Posteriormente, dicha desigualdad aumentó al instaurarse monopolios y oligopolios dentro del mercado que establecieron los términos de adquisición de determinados bienes o servicios. Como consecuencia se presentaron situaciones en las cuales los clientes no contaban con la posibilidad de poder negociar los contratos al mismo nivel que las grandes empresas. En lo que respecta a la actuación por parte del Estado, este no otorgaba protección alguna pese a los abusos que ocurrían en perjuicio de los clientes. La

instauración de la protección al consumidor requirió previamente el reconocimiento estatal de la necesidad de dicha protección. Para esto fue necesario un periodo de sensibilización de la opinión pública respecto a los problemas del consumidor. Bajo estas circunstancias, los análisis y estudios realizados por sociólogos y economistas resultaron esenciales para presentar la situación del consumidor y la problemática que afrontaba. De igual manera, las múltiples campañas de prensa promovidas por organizaciones espontáneas de consumidores que informaban sobre los desperfectos de productos vendidos por las empresas fueron básicas para manifestar la importancia del consumidor en el mercado. (GUIDO, 1985).

2.1.1. ANTECEDENTES EN EL MUNDO

2.1.1.1. LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

De acuerdo a Guido Alpa, en un principio las organizaciones de consumidores tuvieron como objetivo iniciar campañas de prensa con el objetivo de señalar los fenómenos más graves y dañinos contra el consumidor dando a conocer de esta manera la estrategia de ganancia de las empresas. El citado autor señala que el descubrimiento de la figura del consumidor envuelve al individuo y al individuo agrupado en asociaciones. Estas asociaciones dieron inicio a un movimiento de opinión y acción, denominado “*Consumerism*” o movimiento “*Consumerista*”.

El movimiento Consumerista fue iniciado en Estados Unidos en la década de 1960 y tuvo como fin otorgar, contrastar y concentrar información teniendo como interlocutores a los mismos productores de bienes y servicios, al sector publicitario, y a los distribuidores de bienes y servicios en los mercados. (GUIDO, 1985).

2.1.1.2. ACONTECIMIENTO TRASCENDENTE

Un acontecimiento trascendente fue el discurso dado por el ex presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy, realizado el 15 de marzo de 1962, en su discurso dado en el Congreso de Estados Unidos reconoce el papel activo del consumidor en el desarrollo económico del país. Lo más resaltante del discurso de Kennedy fue: “Todo Ciudadano es un consumidor y merece protección de

sus derechos económicos. Los pilares de esta protección son: El derecho a la información, El derecho a la elección, El derecho a la seguridad y El derecho a ser escuchado”. Dicho discurso resulta importante pues reconoció los derechos esenciales de todo consumidor. Los derechos reseñados en el discurso han servido como principal referencia para la institucionalización de los derechos de protección al consumidor en diferentes países así como también en la Resolución 39/248. (Directrices para la Protección al Consumidor, 1985). Los derechos mencionados en el discurso se refieren a:

- Derecho a la Información: Derecho a ser protegido contra información, publicidad o etiquetado fraudulento, falso o engañoso, u otras prácticas similares; y al derecho al otorgamiento de datos necesarios para tomar una decisión informada
- Derecho a escoger: Derecho a poder acceder a una variedad de productos y servicios a precios competitivos; y a que en aquellas industrias en las cuales la competencia no exista y es sustituida por el Gobierno, se asegure la satisfactoria calidad del servicio a precios justos.
- Derecho a la Seguridad: Derecho a ser protegido contra la publicidad de productos peligrosos para la salud o la vida.
- Derecho a ser escuchado: Derecho a asegurar que los intereses del consumidor reciban completa y amable consideración de la formulación de la normativa del gobierno, y a un tratamiento justo en los tribunales administrativos.

La Asamblea de las Naciones Unidas declaró el 15 de marzo de 1983 que ese día se celebraría anualmente el Día Mundial de los Derechos del Consumidor; y dos años más tarde recién estableció los lineamientos generales para la protección de los consumidores. (VELASQUEZ OROZCO, 2009).

A partir de esa fecha muchos países fueron aprobando leyes de protección de los consumidores, leyes especiales reglamentando determinadas áreas comerciales; estableciendo deberes y obligaciones de los productores, distribuidores y proveedores de bienes y servicios e, incluso, leyes orgánicas creando agencias especializadas para atender los asuntos de los consumidores. Por otra parte, la industrialización, los cambios en las comunicaciones, en los mercados, la economía y la globalización propiciaron que surgieran asociaciones de consumidores, algunas de las cuales se han convertido en fuente de educación y reclamo de los derechos de los consumidores.

2.1.2. ANTECEDENTES EN EL PERÚ

En nuestro país, la protección al consumidor fue reconocida recién a partir de la década de los 90. Veamos la línea de tiempo que nos presenta el INDECOPI. (INDECOPI E. N., 2014).

Tabla Nro. 1: Línea de Tiempo

<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1996</u>	<u>2010</u>
Se promulga el Decreto Legislativo N° 716, Ley de protección al Consumidor	Se crea el INDECOPI	Se desarrollan las funciones y se amplía la potestad sancionadora de la Comisión de Protección al Consumidor.	Entra en vigencia el Código de Protección y Defensa del Consumidor.
FUENTE: Escuela Nacional de INDECOPI, Curso de Protección y Defensa al Consumidor, año 2014.			

2.1.2.1. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA CONSTITUCIÓN DE 1979

La protección al consumidor en el Perú se puede considerar iniciada a partir de lo declarado por la Constitución Política de 1979, en cuyo artículo 110 se señalaba lo siguiente: Artículo 110: “El régimen económico de la República se fundamenta en principios de justicia social orientados a la dignificación del trabajo como fuente principal de riqueza y como medio de realización de la persona humana. El Estado promueve el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción y de la productividad, la racional utilización de los recursos, el pleno empleo y la distribución equitativa del ingreso. Con igual finalidad, fomenta los diversos sectores de la producción y defiende el interés de los consumidores”. (VIGURIA CHAVEZ, 2012).

En ese sentido, la protección al consumidor se establece como tema de interés para el Estado peruano. Sin embargo, durante la siguiente década no se dictaron normas jurídicas que protejan al consumidor de manera explícita y adecuada, hasta la década de los 90.

2.1.2.2. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL DECRETO LEGISLATIVO 716 Y LA CREACIÓN DEL INDECOPI

El 07 de noviembre de 1991 el Congreso promulgó el Decreto Legislativo 716 – “Ley de Protección al consumidor”. (Decreto Legislativo 716, 1991), publicado el 09 de noviembre de 1991, el cual incluyó derechos considerados esenciales en otros Estados y por organismos internacionales. El Decreto Legislativo 716 marcó un punto de quiebre importante para el desarrollo del mercado al otorgar e instituir un mayor dinamismo a la figura del consumidor y al establecer un marco normativo encuadrado dentro de un sistema de libre mercado.

Dichos logros son también atribuidos al rol asumido por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (“INDECOPI”) que fue creado mediante el Decreto Ley 25868 del 08 de noviembre de 1992, Comisión de Protección al Consumidor y por las resoluciones de observancia obligatoria emitidas por la Sala de Defensa de la

Competencia al interpretar el Decreto Legislativo 716. (BULLAR GONZALES, 2003).

En el Decreto Legislativo 716 en su Artículo 3 señalaba que son: *“Consumidores o usuarios: Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios”*.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, se puede apreciar que el ordenamiento jurídico peruano adoptó la noción del consumidor-final basado en el destino del bien como último eslabón de la cadena económica, así como también la protección a personas naturales y jurídicas. La noción anterior fue complementada posteriormente mediante, (RESOLUCION N° 101-96-TDC, 1996). Dicha resolución dispuso lo siguiente:

“Se considera como consumidor o usuario, de acuerdo a lo establecido en el inciso a) del artículo 3 del Decreto Legislativo 716, a la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta un producto o un servicio para fines personales, familiares o de su entorno social inmediato. No se consideran por tanto consumidores y usuarios para efectos de la Ley a los proveedores cuando adquieren, utilizan o disfrutan de un bien o servicio para fines propios de su actividad como tales, según las definiciones contenidas en los artículos 1 y 3 inciso b) del mencionado cuerpo legal. En tal sentido, las denuncias que tengan por pretensión la protección de intereses de quienes no puedan ser consideradas consumidores o usuarios, deberán ser declaradas improcedentes” Esta resolución se constituyó en un precedente de observancia obligatoria.

2.1.2.3. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA CONSTITUCIÓN DE 1993

La nueva Constitución Política del Perú del año 1993 instituyó la protección al consumidor por medio del artículo 65° señalando lo siguiente: *“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". De esta manera y considerando el sistema normativo especializado en protección al consumidor y las normas relacionadas a él, la presencia del consumidor toma relevancia al volverse un sujeto económico con derechos y que es protegido efectivamente por medio de un organismo que protege sus intereses y resuelve sus denuncias a través del INDECOPI.

Posteriormente, y en correspondencia con el interés del Estado de proteger a la parte contractual más débil, INDECOPI amplió el marco de protección ya anteriormente establecido por la Resolución 101-96-TDC al incluir a los pequeños empresarios mediante la Resolución 422-2004-TDC.

2.1.2.4. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL CONSUMIDOR

En el año 2009, se manifestó la necesidad de implementar un Código de protección al consumidor que “defienda a los consumidores de las cosas concretas y diarias (Mensaje a la Nación de fecha 28 de julio de 2009, del ex presidente Alan García Pérez)”. Dicha situación conllevó a un debate respecto a la necesidad de adoptar un Código (MESARINA DE ZELA, 2010), así como también las diferentes perspectivas tomadas para establecer cuál sería la noción de consumidor adecuada. Finalmente, el 02 de septiembre de 2010 se publicó la Ley 29571 - “Código de Protección y Defensa del Consumidor” definiendo al consumidor en el artículo IV *“1.1 Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor. 1.2 Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio. 1.3 En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta”*.

2.2. DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Los derechos del consumidor engloban en primer lugar normas (leyes y reglamentos), que al crear derechos específicos, protegen directamente al consumidor, abarca normas que tratan de asegurar la aplicación eficiente de derechos, también son parte de este derecho los mecanismos jurídicos que tratan de racionalizar y dirigir el comportamiento de los consumidores a través por ejemplo de normas de control de la producción y comercialización del alcohol y del tabaco, uso de cinturones de seguridad, entre otros, porque en ella el Estado interviene para el beneficio e interés de la comunidad, aunque para algunos consumidores individuales estas normas les quiten soberanía sobre sus decisiones de consumo.

El concepto de derecho del consumidor es un derecho autónomo con caracteres propios como la previsión y la integración, así como el de buscar esencialmente la reparación del daño causado al consumidor. Sin embargo, lo que particulariza a este derecho será ese distinto modo de observar las situaciones conflictivas y de la aplicación normativa vigente. Si el derecho decimonónico mantenía como criterio prevaleciente uno individualista y muy pocas veces solidario, el derecho del consumidor marca ya la consolidación de un criterio colectivo y solidario, el derecho del consumidor tiene sentido en la medida que es tomado como parte en la construcción de la ciudadanía, en la medida que se tiene en cuenta la protección de la persona en su totalidad (MALPARTIDA CASTILO, 2003).

“Los derechos del consumidor forman parte de una nueva clase de derechos distintos a los personales y su defensa debe hacerse en forma grupal. El hecho de que el Derecho del Consumidor sea una disciplina relativamente nueva no quiere decir que el derecho anteriormente, no se haya preocupado por los consumidores” (DURAND CARRION, 2008).

2.2.1. DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DERECHO CONSTITUCIONAL

Nuestra Constitución Política del Estado en su artículo 65º expresa que “*El estado defiende el interés de los consumidores y usuarios...*” lo cual significa una ratificación de la tendencia moderna de otorgar rango constitucional a los

derechos de la persona,(DURAND CARRION, 1995), así la protección al consumidor constituye un conjunto de medidas legales adoptadas por el Estado para defender la capacidad adquisitiva de su población, proteger su salud y su seguridad física frente a la oferta de determinados productos y servicios; y garantizar la utilidad o capacidad de uso de los bienes que adquiera o de los servicios que contrate para la satisfacción de sus necesidades.

2.2.2. DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DERECHO DE LA PERSONA

El derecho del consumidor debe ser entendido como un derecho subjetivo y personal, que una vez transgredido debe procederse a su reparación, puesto que esa transgresión equivale a una violación de uno de los derechos de persona y debe tener jurídicamente un tratamiento similar a la violación de la libertad la intimidad o cualquier otro atributo de la personalidad. (DURAND CARRION, Tutela Jurídica del Consumidor y de la Competencia, 1995).

La materialización de la protección a los consumidores es consecuencia del reconocimiento de la existencia de una mayoría de personas que al realizar las operaciones normales de la vida diaria, no están en condiciones de conseguir por sí solas calidades y precios adecuados, y se ven imposibilitados de ejercer sus derechos por no contar con los recursos necesarios para enfrentarse a los productos y proveedores, ello en razón a que existe para los consumidores pocas posibilidades de influir en el mercado viéndose sometidos a una extraordinaria presión por medio de publicidad, que tiende a reducir su capacidad crítica. La condición de consumidor es intrínseca a la condición humana, en tal sentido, proteger al consumidor es proteger a la persona humana.

2.2.3. DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DERECHO MULTIDISCIPLINARIO

El Derecho del Consumidor tiene un carácter interdisciplinario, es decir, la intervención de distintas ramas del derecho. Este hecho se advierte de los intereses que el consumidor tiene en el día a día, producción, transporte,

comercialización, oferta, venta, utilización, etc., por cuanto que la naturaleza de las normas jurídicas protectoras de los intereses de los consumidores varía en cada uno de esos momentos del proceso económico, aplicándose normas civiles, mercantiles, administrativas, económicas, penales, de mercado, etc.

El derecho del consumidor viene a ser el conjunto de reglas dirigidas a controlar todo lo concerniente a los actos jurídicos que realiza el consumidor para satisfacer sus necesidades (DURAND CARRION, 1995).

Los derechos de los consumidores son derechos inherentes a ellos, que se encuentran protegidos ante posibles riesgos que pueden afectar su salud íntegra, seguridad y la calidad de vida, en base a ello podemos decir, que resulta importante mencionar que el derecho de protección al consumidor tiene como fin equilibrar la situación de desigualdad en la que se encuentra el consumidor esto es la asimetría informativa, a través de la tutela que otorgue cada Estado al Consumidor.

2.3. DEFINICION DE CONSUMIDOR

De La Puente y Lavalle, considera que debe considerarse consumidor y, por ende, protegido por las normas de la materia, únicamente a aquel usuario de productos y servicios que los adquiere en calidad de destinatario final, (DE LA PUENTE Y LAVALLE, 1995).

Inicialmente con la Ley de Protección al consumidor - Decreto Legislativo N° 716 y la interpretación que había realizado la Sala de Defensa de la Competencia, solo eran considerados como consumidores los “destinatarios finales” de la cadena de producción-consumo. Ello llevó a decir que, a nivel administrativo, se tenía un concepto “topográfico” de consumidor, sin tomar en cuenta la dinámica de las relaciones de consumo, la experiencia jurídica comparada y, sobre todo nuestra realidad. Con la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, D. Leg. N° 1045, se extendía excepcionalmente como consumidores a “las personas naturales y jurídicas pertenecientes a la categoría profesional de los pequeños empresarios” que

“son también sujetos afectados por la desigualdad informativa en la relación de consumo”, (ESPINOZA ESPINOZA, 2012).

En la actualidad se tiene una definición amplia de consumidor establecida en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, del 01.09.10. El numeral I del artículo IV del Título Preliminar del Código define quienes pueden ser considerados como consumidores o usuarios, y que por ende, pueden acceder al nivel de protección especial que brinda la normativa de protección al consumidor CPDC. Así se tiene señalado que son consumidores o usuarios:

1.1. *“Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.*

1.2. *Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.*

1.3. *En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta”.*

Al respecto la Comisión de Protección al Consumidor Mediante Resolución Nro. 386-2011/CPC, del 16.01.11 argumento que:

La norma señalada establece que son consumidores las personas naturales o jurídicas que adquieren, usan o disfrutan un producto o servicio en beneficio propio o de su entorno familiar o social; actuando así en un ámbito ajeno a la actividad empresarial. Asimismo, se incluye en la misma categoría a los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos bienes que no formen parte del giro propio de su negocio.

En atención a ello, existe un filtro general que la presente instancia debe evaluar a efectos de determinar si la parte accionante posee la calidad de consumidor. Este filtro consiste en analizar si la adquisición, uso o disfrute que la parte denunciante realiza sobre el producto o servicio materia de controversia está vinculado a un fin personal, familiar o de su entorno social inmediato, en cuyo caso la persona natural o jurídica encajara en la noción de consumidor. Cabe precisar que este filtro es irrelevante si la persona natural o jurídica posee la calidad de microempresa, pequeña, mediana o gran empresa.

En principio, la normativa señala que, frente a la denuncia de una persona natural o jurídica que adquiere, usa o disfruta un producto o servicio para fines distintos a los personales, familiares o de entorno social inmediato, la Comisión no podrá considerar a dicha accionante como consumidora, sin embargo, el propio Código establece un supuesto de excepción para las microempresas que se encuentren en una situación de asimetría informativa respecto de los productos que no son imprescindibles para su proceso productivo.

En este punto, el análisis de procedencia se sujetara a los siguientes parámetros:

- (i) Para determinar si nos encontramos frente a una microempresa, la Comisión determinara si la parte denunciante encaja en la noción de microempresario prevista en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo docente; esto es, si posee un máximo de 10 trabajadores y si no posee ventas anuales que superen las 150 Unidades Impositivas Tributarias.
- (ii) Una vez acreditado el carácter de microempresario, deberá analizarse si el producto o servicio denunciado está relacionado con el giro del negocio como un elemento imprescindible para el proceso productivo que realiza la unidad productiva. En este punto, si se comprueba que el bien materia de cuestionamiento forma parte esencial del proceso productivo, la denuncia deberá ser declarada improcedente.

(iii) Finalmente, para el caso de las microempresas cuyo producto o servicio no está relacionado con el giro propio del negocio como un elemento imprescindible del proceso productivo, deberá analizarse si respecto de dicho bien la persona natural o jurídica se encuentra en una situación de asimetría informativa.

De verificarse la existencia de la asimetría informativa en el caso concreto, la parte denunciante encajara en la noción de consumidor. Por el contrario, si se acredita que el microempresario no se encuentra en una situación de asimetría respecto del producto o servicio controvertido, la denuncia deberá ser declarada improcedente.

Asimismo, el Tribunal Constitucional, en la STC recaída en el Expediente N° 01865-2010-PA/TC (SENTENCIA, 2010), ha precisado que el consumidor o usuario es quien concluye el círculo económico satisfaciendo sus necesidades y acrecentando su bienestar utilizando los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. Se trata de una persona natural o jurídica que, en virtud de un acto jurídico oneroso adquiere, utiliza o disfruta de determinados productos (como consumidor) o servicios (como usuario).

2.4. CLASES DE CONSUMIDOR

El Código de Protección y Defensa del Consumidor vigente considera que corresponde proteger al consumidor final, sin precisar el concepto o las características del mismo, así pues cabe preguntarse si para estar protegido jurídicamente basta que un consumidor cumpla con las características del artículo IV del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor. Al respecto existen dos corrientes, una de ellas que considera que a quien se debe proteger jurídicamente es al consumidor razonable y otra que considera que el protegido es el consumidor medio.

Según la clasificación de Alfredo Bullard, en su artículo “El falso dilema entre el consumidor razonable y el consumidor ordinario” y Julio Baltazar Durand Carrión, en su artículo “El consumidor razonable o diligente” (BULLARD

GONZALES & DURAND CARRION, Julio, 2012), se clasifica a los consumidores de la siguiente manera:

2.4.1. CONSUMIDOR RAZONABLE.

Cuando hacemos referencia a un consumidor razonable no estamos haciendo referencia a un consumidor experto o excesivamente exigente y cuidadoso. No es un consumidor racional, calculador y frío capaz de analizar con detalle todas las alternativas. Por el contrario, es una persona que actúa con diligencia ordinaria (información y precauciones necesarias para adoptar una decisión de consumo) que se le pueda exigir a cualquier persona según las circunstancias.

Según ASPEC (una de las asociaciones de consumidores más reconocidas en nuestro país) se define como consumidor razonable a aquel que lee las etiquetas, especialmente las fechas de vencimiento, compara precios y calidades antes de comprar y lee con cuidado los contratos antes de firmarlos. Reclama si considera que sus derechos han sido violados, es un buen consumidor, en tanto demuestra un nivel aceptable de cultura de consumo y, además entiende la problemática del consumo como algo integral que nutre inclusive al propio sistema de mercado y promueve que los compradores aprovechemos la información que los proveedores trasladan al mercado cada vez que publicitan sus ventas. (ASPEC, 2002).

2.4.2. CONSUMIDOR MEDIO.-

Aquel consumidor que solo a veces planifica sus compras, pero le gustan las ofertas. Solo se informa del producto cuando algo le preocupa. No es muy acucioso ni cuidadoso en sus compras, no se fija mucho en los detalles y solo reclama cuando la cosa es grave.

Las asociaciones le aconsejan siempre actuar con más cuidado en sus compras; porque de ello depende su seguridad y la de su familia. Este tipo de consumidor tiene un comportamiento regular y actúa en función de las circunstancias. Podríamos afirmar que se encuentra en un nivel intermedio entre un consumidor negligente o descuidado y el consumidor razonable.

El INDECOPI como órgano tutelar del Sistema de Protección del Consumidor estableció desde hace algunos años un control de entrada al procedimiento de protección del consumidor, creando a través de la vía jurisprudencial administrativa el concepto de **Consumidor Razonable** como un complemento al concepto de **Consumidor Final**. Esta categoría conceptual ha sido recogida en un formato legal a través del Decreto Legislativo 1045, Ley Complementaria del Sistema de Protección del Consumidor sancionada el 26 de junio de 2008, que a la fecha se encuentra derogada, cuyo artículo primero definía al consumidor o usuario y en la parte final del artículo consigna el famoso estándar del consumidor razonable, bajo el nombre de “consumidor diligente”. Pues expresaba:

*“a) **Consumidores o usuarios.**- Las personas naturales que, en la adquisición, uso o disfrute de un bien o contratación de un servicio, actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional y, excepcionalmente, a los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios no relacionados con el giro propio del negocio. La presente Ley protege al consumidor que actúa en el mercado con diligencia ordinaria, de acuerdo a las circunstancias”.*

Conforme a lo expuesto, Julio Durand señala que: “La figura del consumidor razonable establecido ahora en la ley (actualmente derogada) como consumidor diligente si se interpreta de forma restrictiva podría conducir inevitablemente a desproteger a un grueso sector de consumidores, porque de acuerdo con la interpretación y el razonamiento del INDECOPI, la mayoría de consumidores comunes y corrientes de nuestro país que no hacen análisis para comprar y que no tienen las condiciones de diligencia ordinaria en su vida cotidiana, no estarían protegidos por la ley, es decir que para INDECOPI serían consumidores torpes o irracionales, los que no saben conducirse en el mercado y por lo tanto no merecen tutela jurídica. Pues hay un amplio sector de la población peruana que vive en situación de pobreza y que están medianamente informados pero no instruidos que sienten que quien debe tutelar sus derechos no lo hace porque le exige que sea analítico, culto y razonable, algo que tiene que ver generalmente con el nivel de educación,

recurso que es deficientemente suministrado por el Estado y que es además esquivo y caro en algunos casos para un pueblo que no lee porque no sabe, o que no sabe porque no lee. (DURAND CARRION, 2016).

La tesis del consumidor razonable o diligente es defendida por algunos autores que tienen una posición restringida y que excluyen del ámbito de protección de la ley a cierto tipo de consumidores, basados en que es indispensable exigir a los consumidores un comportamiento alturado, con cierto nivel de diligencia, porque una protección amplia e indiscriminada sería una indeseable señal al mercado que desalentaría las conductas diligentes, lo que a la larga elevaría los costos de transacción, porque los empresarios incorporarían en sus precios estas contingencias. Es decir para quienes defienden esta posición, el concepto de consumidor establecido desde este punto de vista constituiría una especie de barrera de entrada al ámbito de protección legal establecido por la Ley de Protección del Consumidor excluyendo a ciertos consumidores que no deben “beneficiarse” de la protección de la legislación de consumo creada paradójicamente por mandato constitucional para protegerlos, dado que no responden al parámetro establecido en la figura del consumidor razonable.

La diferencia que se advierte entre consumidor razonable y consumidor medio estriba en que al primero de ellos le corresponde un papel activo, a fin de cautelar sus intereses; mientras que respecto al segundo, el papel activo lo tienen los proveedores, pues son los que deben mantener informados al consumidor de manera veraz, de simple acceso y eficaz, para que este pueda tomar sus decisiones, y ello por cuanto son los proveedores quienes tienen la mejor y más actualizada información sobre los productos y/o servicios que ofertan en el mercado.

Actualmente la Ley de Protección al Consumidor ha sido derogada, entrando en vigencia la Ley N° 29571, que define y protege al consumidor ampliamente sin importar si es un consumidor razonable o medio.

2.5. CONCEPTO DE PROVEEDOR Y COMPARACION LEGISLATIVA

(FOSADA JUAREZ, 2011), señala que Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. Son proveedores aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes o servicios a otros.

Nuestro Código de Protección y Defensa al Consumidor, señala en su inciso 2 del artículo IV que son proveedores:

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

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

Productores o fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.

Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.”

A diferencia de la legislación peruana, la Ley de Defensa de los Consumidores de Argentina – Ley 24240-93, define al Proveedor en el artículo 2º de su texto de la siguiente manera:

“Es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionándole, actividades de producción, montaje,

creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios. Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente Ley.

No están comprendidos en esta ley los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero si la publicidad que se haga de su ofrecimiento. Ante la presentación de denuncias, que no se vinculen con la publicidad de los servicios, presentadas por los usuarios y consumidores, la autoridad de aplicación de esta ley informara al denunciante sobre el ente que controle la respectiva matrícula a los efectos de su tramitación”.

El código de los Derechos del consumidor de Brasil – Ley N° 8,078 (1990), define a proveedor como:

“Toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera, así como los entes despersonalizados que realizan actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, exportación, distribución o comercialización de productos o prestación de servicios”.

En la definición que da el Código de Protección y Defensa del Consumidor se establece que es proveedor las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores.

De esta definición (CARBONELL OBRIEN, 2015), destaca los elementos básicos de la misma, estableciendo que para que una persona sea considerada proveedor requiere:

1. Ser persona natural o jurídica, es decir, no es necesario que la persona proveedora de un producto sea una empresa (persona jurídica) sino que también lo es una persona natural, entendiendo que puede tener o no un RUC.

2. De derecho público o privado, es decir, no va a tener mayor transcendencia para quien realice la actividad como proveedor, y esto, debido a que simplemente se tiene que tener en cuenta que en el ámbito privado o público quien recibe el bien o servicio va a ser un consumidor.
3. De manera habitual, como establece el inciso 12 del artículo IV de la presente Ley, se considera habitual aquella actividad que se realiza de manera común y reiterada de tal forma que pueda presumirse que se desarrolla para continuar en el mercado.
4. Fabriquen productos, la RAE define al verbo fabricar como producir objetos en serie, generalmente por medios mecánicos, es decir, se considera como proveedores a aquellas personas que producen objetos en serie.
5. Elaboren productos, la RAE define a elaborar como transformar una cosa u obtener un producto por medio de un trabajo adecuado. Entonces, se considera proveedor a aquella persona que transforma una cosa u obtiene un producto por medio de un trabajo adecuado para ello.
6. Manipulen productos, la RAE, define a manipular como Trabajar demasiado algo, sobarlo, menoscabarlo. Consecuencia de ello, se determina que una persona es proveedor cuando trabaja demasiado algo.
7. Acondicionan productos, la RAE define al verbo acondicionar como disponer o preparar algo de manera adecuada a determinado fin, o al contrario. Entonces se puede decir que una persona es proveedor cuando disponga o prepare un bien de manera adecuada para un determinado fin.
8. Mezclen productos, la RAE define a mezclar como juntar, unir, incorporar algo con otra cosa, confundiéndolos. En base a ello, decimos que es proveedor aquella persona que junte, una o incorpore un bien con otro, con el fin de que sea uno solo.
9. Envasan productos, la RAE define a envasar como poner cualquier otro género en su envase.
10. Almacenan productos, la RAE define a almacenar como aquel acto de reunir o guardar muchas cosas.
11. Preparan productos, la RAE define a preparar como el acto de hacer las operaciones necesarias para obtener un producto.
12. Expenden productos, la RAE define a expender como el acto de vender efectos de propiedad ajena por encargo de su dueño. Entonces podemos decir

que es proveedor aquella persona que vende un bien ajeno por encargo del dueño de este.

13. Suministran productos, la RAE define a suministrar como el acto de proveer alguien de algo que necesita.

14. Finalmente, la definición de proveedor establece, además, que es proveedor aquella persona que presta servicios de cualquier naturaleza a los consumidores.

El presente inciso, además, agrega que en forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a distribuidores o comerciantes, productores o fabricantes, prestadores, importadores.

Entonces, la norma no es *numerus clausus*, sino *numerus apertus*, de tal forma que son proveedores todas aquellas personas que cumplan con la características de tales y no exclusivamente los que la norma menciona.

Se puede decir que los proveedores son personas naturales o jurídicas que realizan operaciones de venta de bienes y prestación de servicios, de manera habitual y continua en establecimientos dirigidos al público. Llamado también, sujeto pasivo quien queda obligado al cumplimiento del Código de Protección y Defensa al Consumidor.

2.6. RELACIÓN DE CONSUMO

2.6.1. ¿QUÉ ES LA RELACIÓN DE CONSUMO?

(ESPINOZA ESPINOZA, 2012) Señala, estar parcialmente de acuerdo con aquella doctrina que sostiene que la relación de consumo ha de comprender todas las situaciones en la cuales el consumidor debe ser protegido. Vale decir, “antes, durante y después de contratar; cuando es dañado por un ilícito extracontractual, o cuando es sometido a una práctica del mercado; cuando actúa individualmente o cuando lo hace colectivamente. Siendo la relación de consumo el elemento que decide el ámbito de aplicación del Derecho del consumidor; debe comprender todas las situaciones posibles.

(LORENZETTI, 2003), señala que la relación de consumo no decide, de manera única y exclusiva, el ámbito de aplicación del Derecho del Consumidor; por cuanto, como ya lo he demostrado, existen supuestos fuera de la relación de consumo que merecen protección por esta disciplina y, para ello, no se requiere ensanchar innecesariamente el concepto de relación de consumo. No obstante ello, comparto la opinión en el sentido que la relación de consumo se da “durante y después de contratar” y no “antes”.

En Uruguay (Ley 17.250 de 2000, art. 4) “Relación de consumo es el vínculo que se establece entre el proveedor que, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere y utiliza como destinatario final. La provisión de productos y la prestación de servicios que se efectúan a título gratuito, cuando ellas se realizan en función de una eventual relación de consumo, se equiparan a las relaciones de consumo”.

En Paraguay (Ley 1.334 de 1998, art. 5) “Relación de consumo es la relación jurídica que se establece entre quien, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final”.

Y en Argentina (Ley 26.361 de 2008, art. 3) “Relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario”.

En el Perú, en el artículo 45° del C.P.D.C. menciona que “El contrato de consumo tiene como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica...” Entonces, el pacto voluntario realizado entre el proveedor y el consumidor será reconocido como un contrato porque va a existir una relación jurídica patrimonial.

Sin embargo, para (CARBONELL OBRIEN, 2015).Al hacer su análisis de la norma, no le queda del todo claro, ya que para que exista relación jurídica patrimonial primero debe existir un contrato de consumo ya que la teoría del contrato ya que la estructura del contrato corresponde a la teoría estática de los

hechos jurídicos; y la función del contrato se refiere a la teoría dinámica de las situaciones jurídicas y de las tutelas jurídicas. Ambos planos se dan de manera consecutiva. Así en primer lugar, la formación del contrato debe cumplir con sus elementos y requisitos. En segundo lugar, se producen los efectos jurídicos, estos últimos no pueden formar parte de la estructura.

Así, CARBONELL señala que, tenemos claro que para que exista un contrato debe de haber manifestación de voluntad de ambas partes (consumidor o usuario y un proveedor de productos o servicios). Dicha manifestación de voluntad debe consistir en el acuerdo de ambas partes de llevar a cabo el contrato de consumo, el cual va a generar la existencia de una relación jurídica de carácter patrimonial. Y que el objeto del contrato no es la relación jurídica patrimonial sino aquellos bienes de cada tipo contractual, cada contrato tiene sus propios bienes; Tampoco se puede decir que la adquisición de productos o de servicios tipifica al contrato de consumo. Es claro que solo cabe referirse a la adquisición de productos y no a la adquisición de servicios. Los servicios no se adquieren si los productos.

Legislativamente, jurisprudencial y doctrinariamente se reconoce la contratación de consumo no como un tipo contractual, sino que tiene sus propias características. El problema radica en la asimetría informativa entre las partes.

2.6.2. SUJETOS DE LA RELACIÓN DE CONSUMO

Los sujetos de la relación de consumo son el consumidor y el proveedor. Con respecto al consumidor, me limitare a resumir las coordenadas conceptuales que el artículo IV.I del C.PDC ha trazado:

Es en primer lugar, la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta como destinatario final, productos o servicios, actuando en un ámbito ajeno a su actividad empresarial o profesional. Lo es también la micro empresa que se encuentra en situación de asimetría informativa.

El proveedor tiene legislativamente una definición asaz descriptiva. Así, se le entiende como la persona natural o jurídica que fabrica, elabora, manipula, acondiciona, mezcla, envasa, almacena, prepara, expende, suministra productos o presta servicios a los consumidores (art. IV. Inciso 2 CPDC).

Dentro el concepto de proveedor, el CPDC comprende a los distribuidores o comerciantes, productores o fabricantes, importadores o prestadores. Las notas distintivas del proveedor son la habitualidad y el status de independencia.

2.6.3. RELACIÓN DE CONSUMO EN EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL CONSUMIDOR

El Código protege a la persona natural o jurídica que forma parte o se encuentra expuesta a una relación de consumo o en una etapa preliminar a esta, y que actúa en un ámbito ajeno a su actividad empresarial. La relación de consumo es definida por la concurrencia de los siguientes elementos: (i) un consumidor o usuario; (ii) un proveedor; y, (iii) un producto o servicio materia de transacción comercial en el ámbito de la Ley. (INDECOPI, 2016).

La etapa preliminar a una relación de consumo hace referencia a situaciones previas a la adquisición del producto o contratación de un servicio, donde no es necesario que la relación de consumo se materialice —por ejemplo, la negativa de acceso a un establecimiento sin justificación alguna o la negativa a prestar un servicio de legalización de firma estando en una Notaría.

JURISPRUDENCIA:

- *Un padre de familia denunció a una clínica por negar la atención a su menor hijo, debido a que no contaba con un médico pediatra. En su defensa, la clínica señaló que el padre se negó a seguir el procedimiento de atención. La Comisión declaró fundada la denuncia, pues a través de una constatación policial se acreditó que, al momento del requerimiento de atención, el establecimiento no contaba con un especialista en pediatría. (Resolución Final 674-2015/ILN-CPC.)*

- *Una persona denunció a un notario público por negarse a realizar una certificación de firma a su padre. En su defensa, el notario cuestionó la calidad de consumidor del denunciante, alegando que no pagó por el servicio. La Comisión desestimó los argumentos del notario, estableciendo que el denunciante califica como consumidor ya que la protección del Código abarca a los consumidores que se encuentren en una etapa preliminar a la relación de consumo. (Ver Resolución Final 221-2013/ILN-CPC, 2015).*

De otro lado, la exposición a una relación de consumo se refiere a situaciones donde la persona se ve afectada pese a no haber adquirido un producto o contratado un servicio con el proveedor —por ejemplo, el caso de personas que pasean dentro de las instalaciones de los centros comerciales—.

2.7. POLÍTICAS PÚBLICAS Y PRINCIPIOS EN MATERIA DE CONSUMO

2.7.1. POLÍTICAS PÚBLICAS

Las políticas públicas son un conjunto de acciones y decisiones encaminadas a solucionar problemas propios de las comunidades. En el diseño e implementación de las políticas públicas pueden intervenir conjuntamente la sociedad civil, las entidades privadas y las instancias gubernamentales en sus distintos niveles.

(CARBONELL OBRIEN, 2015) señala que el C.D.P.D. define doce políticas públicas, las cuales Establecen que el Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados; Además, señala que el Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas: y que el estado

orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionan el mercado; y buscan que ellos tenga un rol activo en el desarrollo del mercado, informándose, comparando y premiando con su elección al proveedor leal y honesto, haciendo valer sus derechos directamente ante los proveedores o ante las entidades correspondientes; el estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niños, niñas, adultos mayores y personas con discapacidad así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza; el estado formula programas de educación escolar y capacitación para los consumidores, a fin de que conozcan sus derechos y puedan Discernir sobre los efectos de sus decisiones de consumo, debiendo formar ello parte del círculo escolar. Para tal efecto, brinda asesoría al consumidor y capacitar a los docentes, implementando los sistemas que sean necesarios.

Asimismo, puede realizar convenios con instituciones públicas o privadas con el fin de coordinar actividades a favor del desarrollo de los derechos de los consumidores; el estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores. Para tal efecto, promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores, el uso de mecanismos alternativos de solución como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario, y sistemas de autorregulación; asimismo, garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditos y eficaces para la resolución de conflictos y la reparación de daños. Igualmente, facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos; el estado promueve la participación ciudadana la organización de los consumidores en la protección y defensa de sus derechos.

El estado se ve en la obligación de proteger al consumidor o usuario mediante el código, y establecer políticas públicas para su mejor eficacia ya que, este

protege al consumidor en el artículo 65 de nuestra constitución Política del Perú, la cual prescribe lo siguiente: *“El estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para 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, por la salud y la seguridad de la población”*.

2.8. EL DEBER DE IDONEIDAD E INFORMACIÓN

Porto (como se citó en Derechos de los Consumidores) señala que una atenta doctrina brasileña ha observado que “la protección del consumidor puede ser vista como un mecanismo para el fortalecimiento de la seguridad en las transacciones del mercado y suministrar fuentes para el desarrollo de normas sociales de confianza y certeza” De ahí señala (ESPINOZA ESPINOZA, 2012) que el deber de idoneidad y de información a cargo del proveedor son los dos pilares fundamentales sobre los cuales descansa la protección al consumidor.

2.8.1. EL DEBER DE IDONEIDAD

El artículo 18° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, ley número 29571, establece que:

“se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.

La idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del producto o servicio y a su actitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.

Las autorizaciones por parte de los organismos del estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sea necesario, no exime de responsabilidad al proveedor frente al consumidor”

En ese sentido (NORTHCOTE SANDOVAL, 2013) señala que el deber de idoneidad corresponde a la etapa de ejecución de la relación de consumo, ya sea en la comercialización de productos o la prestación de servicios. Así, podemos establecer que el deber de idoneidad constituye la obligación general de todo proveedor de cumplir con los ofrecimientos efectuados al consumidor y con las expectativas de este, con respecto a la calidad, uso, duración, origen, contenido y demás características de los productos o del servicio contratado. Debe quedar claro que la idoneidad no implica que los proveedores deban entregar al consumidor todo lo que estos esperan del producto o servicio con independencia de los términos ofrecidos y contratados, sino que los límites de la obligación del proveedor se ajustan precisamente a lo ofrecido, negociado y contratado.

Por lo tanto, no es obligación de los proveedores entregar la mejor calidad del producto o servicio disponible, sino aquel nivel de calidad ofrecido y contratado por el consumidor. Tampoco es obligación del proveedor cumplir con expectativas que el consumidor se haya formado y que no guarden relación con lo pactado y con lo que, en circunstancias razonables, se esperaría del producto o del servicio.

La idoneidad no se define en abstracto. El CPDC ha establecido para ello parámetros específicos que deberán considerarse al momento de resolver una presunta infracción de tal deber. En primer lugar, habrá que atender a la naturaleza misma del producto o servicio ofrecido por el proveedor, en relación con la finalidad para la cual fue puesta a disposición del consumidor en el mercado. En segundo orden, a partir de la comparación de aquellos con las garantías a las que se encuentra obligado el proveedor las cuales pueden establecerse legalmente, ser ofrecidas directamente por el proveedor o ser ínsitas al producto o servicio comercializado. (CARRANZA ALVAREZ, 2013).

2.8.2. EL DEBER DE INFORMACIÓN

En la doctrina se advierte que “como consecuencia de la gran importancia que adquiere cada día la información del consumidor y la dificultad de unificación de las legislaciones, surge el concepto de consumidor normalmente informado.(FERNANDEZ GIMENO, 2005).

El artículo 02 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, ley número 29571, precisa que:

“2.1 El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumir, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

2.2 La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiadas, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.

2.3 Sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos sustancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor.

2.4 Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o el servicio contratado”.

(ESPINOZA ESPINOZA, 2012), señala algunos criterios que se desprenden de la interpretación de estas situaciones jurídicas que son las siguientes:

- a. El deber de información y de idoneidad del proveedor surgen como mecanismos de tutela del consumidor dirigidos a nivelar su situación de asimetría.
- b. El proveedor está obligado a suministrar aquellos datos que sean relevantes para una adecuada decisión y elección de consumo.

- c. En el deber de idoneidad se materializa en que los productos y servicios que el proveedor pone en circulación en el mercado respondan a las expectativas de un consumidor razonable.
- d. Una de las maneras de cubrir estas expectativas se da a través de la garantía, que no es más que la asunción de responsabilidades proveedor frente al consumidor, en caso de que productos o servicios no satisfaga las expectativas antes mencionadas.
- e. Si no se limita de manera expresa esta garantía, se aplicarán la presunción de la garantía implícita, que se configurará en atención a los usos comerciales en cada caso particular.

Por ello, el deber de información que le corresponde al deudor es indesligable del de idoneidad. Esto se ve claramente en el artículo 20 del código de protección y de defensa del consumidor, ley número 29571.

Información relevante es toda información que servirá al consumidor como referente al momento de adquirir un determinado bien o servicio, y sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos distintos. Cabe precisar que el proveedor debe acreditar que brindó información relevante al consumidor; sin embargo, cuando se cuestione una información inexacta o incompleta de parte del proveedor, la Comisión podrá evaluar los indicios existentes o impulsar mayor actuación probatoria,(INDECOPI, 2016).

2.9. MECANISMOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE LOS CONSUMIDORES

El consumidor en el Perú cuenta con una serie de herramientas puestas a su disposición para la solución de aquellos problemas derivados de su relación de consumo, las cuales abarcan desde acuerdos voluntarios entre el consumidor y el proveedor; procedimientos administrativos (que pueden concluir con sanciones en contra del proveedor y medidas correctivas a favor de los consumidores) y el arbitraje de consumo (en el que potencialmente se puede otorgar a favor del consumidor una indemnización que repare el perjuicio

causado por la empresa). Así, frente a un problema en una relación de consumo, el consumidor tendría como alternativas (INDECOPI, Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú - Informe Anual, 2015):

- a. Buscar una solución directa con el proveedor a través de la presentación de un reclamo verbal ante la misma empresa y/o mediante el uso del Libro de Reclamaciones.
- b. Acudir ante la autoridad competente según la materia. EL INDECOPI, OSIPTEL, OSINERGMIN, SUNASS, OSITRAN, SUSALUD y SBS, cuentan con procedimientos para la atención de reclamos y denuncias, según corresponda. Así, tendremos distintos mecanismos de solución de conflictos de consumo según el sector económico donde se originó. Que de manera genérica y resumida lo presentamos en el siguiente esquema:

Tabla Nro. 2

Esquema Simplificado para la presentación de un reclamo

ESQUEMA SIMPLIFICADO PARA LA PRESENTACION DE UN RECLAMO (PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS)			
	Sector o Actividad económica	¿A quién debo acudir primero?	¿Si no estoy de acuerdo con la respuesta, a quien acudo en 2º instancia?
Regulados	Telecomunicaciones	Presentar un reclamo ante el proveedor (1º instancia)	Tribunal Administrativo de solución de Reclamos de Usuarios. OSIPTEL
	Infraestructura de transporte de uso público (incluye el tren eléctrico de Lima)	Presentar un reclamo ante el proveedor (1º instancia)	Tribunal de solución de Controversias y Atención de Reclamos. OSITRAN
	Servicios de Agua Potable y Alcantarillado	Presentar un reclamo ante el proveedor (1º instancia)	Tribunal Administrativo de Solución de Reclamos. SUNASS

	Servicio Público e Electricidad o de gas natural	Presentar un reclamo ante el proveedor (1º instancia)	Junta de Apelaciones de Reclamos de Usuarios OSINERGMIN
Supervisado por SBS	Sistema Privado de Pensiones	Presentar el reclamo al proveedor.	Superintendencia Adjunta de AFP. SUPERINTENDECNIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP.
Supervisado por Su Salud	Servicios de Salud y Fondos de Aseguramiento en Salud	Formular queja tuitiva ante la intendencia en Protección de Derechos en Salud. Intendencia de Fiscalización y Sanción inicia procedimiento sancionador.	SUSALUD
No regulados	Equipos electrónicos, vestido, calzado, automotriz, inmuebles, alimentos, salud, educación, servicios profesionales, varios servicios turísticos, servicios financieros y de seguro; otros.	Presentar un reclamo ante el SAC de Indecopi.* Presentar una denuncia (Procedimiento Administrativo) el INDECOPI.	INDECOPI
FUENTE: INFORME ANUAL DE INDECOPI 2015.			

Sin embargo, en la presente investigación abarcaremos un aspecto importante y esencial como es la solución directa que busca el consumidor con el proveedor a través de la presentación de un reclamo o queja mediante el Uso del Libro de Reclamaciones que se encuentra regulado en el Código de Protección y Defensa al Consumidor en los artículos 150°, 151° y 152° y en su Reglamento

aprobado por el Decreto Legislativo 011-2011-PCM, modificado por el Decreto Legislativo 006-2014-PCM.

Para el consumidor, el Libro de Reclamaciones es una buena opción. La empresa tiene 30 días para dar una respuesta al reclamo interpuesto por el consumidor, y si es favorable todo está bien. Pero ¿Qué sucede si la respuesta no es de nuestro agrado?

Si es así, el Instituto Nacional de Defensa de la competencia de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), nos da dos caminos; el primero es acogerse al sistema de Atención al ciudadano (SAC), que es un trámite gratuito en el que la empresa denunciada es citada para tratar de lograr una conciliación con el consumidor. Si llegan a un acuerdo todo queda ahí. Pero también puede ocurrir que no lleguen a un acuerdo o que una de las partes no acuda a la cita; en ese caso el proceso acaba allí. El otro camino es iniciar el proceso regular, el cual no es gratuito como el SAC e implica un litigio que puede durar mucho tiempo; sin embargo, creemos que si bien se debe agotar todas las instancias, existe una gran población que no le dan un uso.

2.10. LIBRO DE RECLAMACIONES

Uno de los aspectos que más preocupa a los legisladores señala (LACARAMOS & PAZ CARDENAS) es facilitar el acceso de la justicia a los consumidores, en esa vía, el Libro de Reclamaciones aparece como una nueva institución de la normativa peruana con el objetivo de constituirse en un instrumento que facilite a sus consumidores a expresar su disconformidad respecto del servicio prestado y o bien que haya sido adquirido, pues consideramos que el legislador cuando pensó en el Libro de Reclamaciones, tuvo la idea de que el Libro de Reclamaciones sea considerado como una alternativa del consumidor para hacer valer sus derechos, sin tener que recurrir a un procedimiento administrativo sancionador.

El Libro de Reclamaciones surge en la normativa peruana como un instrumento destinado a canalizar las insatisfacciones de los consumidores y usuarios que deriven de una relación de consumo, pues como se presiente del propio

espíritu de la norma, es un medio para que el consumidor exprese sus reclamos y quejas con relación a los problemas derivados del consumo de un bien o servicio en el mercado. (LACA RAMOS & PAZ CARDENAS, 2015).

El artículo 150 del Código de Protección y Defensa del Consumidor – Ley 29571, establece que *“Los establecimientos comerciales deben contar con un libro de reclamaciones, en forma física o virtual...”*. El Reglamento del Libro de Reclamaciones en su artículo 3.1 define al Libro de Reclamaciones como *“Documento de naturaleza física o virtual provisto por los proveedores en el cual los consumidores podrán registrar quejas o reclamos sobre los productos o servicios ofrecidos en un determinado establecimiento comercial abierto al público”*.

El Libro de Reclamaciones es un mecanismo que permite a los ciudadanos dejar precedente de un mal servicio o producto e iniciar un proceso de denuncia si es que la empresa no responde con los debidos argumentos, (RAMÍREZ, 2013).

2.10.1 EL OBJETIVO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES

Al respecto, es importante señalar que el Libro de Reclamaciones entro en vigencia y junto con él, su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo 011-2011-PCM, modificado por el Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, para una mejora en el mercado. Recientemente mediante Decreto Supremo 058-2017-PCM publicado en el diario oficial el Peruano el 29 de mayo de 2017, fue modificado nuevamente el Reglamento del Libro de Reclamaciones.

El objetivo del Libro de Reclamaciones es el de garantizar el derecho de los consumidores en la relación de consumo que mantenga con sus proveedores, a través de un procedimiento uniforme de reclamación cuya lógica está referida a la posibilidad de que el consumidor interponga su reclamo o queja y, que obtenga una respuesta del proveedor. (LACA RAMOS & PAZ CARDENAS, Congreso Internacional del CLAD Sobre la Reforma del Estado y de la Admnsitracion Publica, 2015).

(ZAVALA LOZANO, 2011), ha explicado que el Libro de Reclamaciones deberá facilitar la “autorregulación en las relaciones de consumo al establecer la obligación de los proveedores de atender directamente los reclamos de los consumidores.

Una idea así sostiene que el Libro de Reclamaciones nace para brindarle al consumidor una herramienta para poder expresar su disconformidad sobre los productos o servicios recibidos en la oportunidad y lugar que ocurren los hechos.

Esto a su vez otorgará al proveedor la posibilidad de solucionar el reclamo o queja de manera inmediata sin necesidad de la intervención de la autoridad administrativa.

2.10.2. CARACTERÍSTICAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES Y DE LA HOJA DEL LIBRO DE RECLAMACIÓN

De conformidad con lo establecido en el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM estas características se encuentran señaladas en los artículos 4° y 5° del reglamento del Libro de Reclamaciones.

Artículo 4.- Características del Libro de Reclamaciones

El establecimiento comercial abierto al público deberá contar con un Libro de Reclamaciones, el cual debe ser de naturaleza física o virtual, el mismo que deberá ser puesto inmediatamente a disposición del consumidor cuando lo solicite. Los proveedores que, además del establecimiento comercial abierto al público utilicen medios virtuales para la venta de bienes y/o prestación de servicios, deberán implementar, un Libro de Reclamaciones virtual, en cada uno de sus establecimientos.

el cual debe ser accesible para el consumidor en el mismo medio virtual empleado. Los proveedores que comercialicen sus productos o servicios únicamente en establecimientos comerciales abiertos al público podrán optar por tener un Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual en lugar del físico. Este Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual deberá estar a disposición

de los consumidores en el mismo establecimiento mediante una plataforma de fácil acceso para el consumidor.

En este caso el proveedor debe brindar al consumidor el apoyo técnico necesario para que pueda registrar su queja o reclamo de manera adecuada.

Si el Libro de Reclamaciones es de naturaleza física, deberá contar con Hojas de Reclamaciones desglosables y autocopiativas, debidamente numeradas. Si el Libro de Reclamaciones es de naturaleza virtual, deberá permitir que el consumidor imprima gratuitamente una copia de su Hoja de Reclamación virtual luego de haber registrado su queja o reclamo y adicionalmente, de requerirlo, que reciba una copia de su Hoja de Reclamación virtual en el correo electrónico que para dichos efectos proporcione el consumidor.

Artículo 5º.- Características de la Hoja de Reclamación

Cada Hoja de Reclamación de naturaleza física deberá contar con al menos tres (3) hojas autocopiativas, la primera de las cuales será obligatoriamente entregada al consumidor al momento de dejar constancia de su queja o reclamo, la segunda quedará en posesión del proveedor y la tercera será remitida o entregada al INDECOPI cuando sea solicitada por este.

Las Hojas de Reclamaciones, tanto de los Libros de Reclamaciones de naturaleza física como virtual, deberán contener como mínimo la información consignada en el formato del Anexo I del presente Reglamento. Dicha información incluye:

- Denominación que permita identificar claramente a la Hoja de Reclamación como tal.
- Numeración correlativa y código de identificación
- Fecha del reclamo o queja.
- Nombre del proveedor y dirección del establecimiento donde se coloca el Libro de Reclamaciones.
- Nombre, domicilio, número de documento de identidad, teléfono y correo electrónico del consumidor reclamante.

- Nombre, domicilio, telefono y correo electronico de uno de los padres o representantes del consumidor, en caso se trate de un menor de edad.
- Identificacion del producto o servicio contratado.
- Detalle de la Reclamación.
- Espacio fisico para que el proveedor anote las acciones adoptadas con respecto a la queja o reclamo.
- Firma del consumidor. En el caso del Libro de Reclamaciones virtual el proveedor deberá implementar mecanismos que reemplacen la firma del consumidor pero que acrediten que se encuentra conforme con los terminos de su reclamo o queja.

En caso que el consumidor no consigne de manera adecuada la totalidad de la información requerida como minima en el formato del Anexo I del presente Reglamento, se considerara el reclamo o queja como no puesto.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación corresponde a un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, ya que en un extremo para determinar el primer objetivo específico se ha realizado un análisis cualitativo de la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones y se ha centrado nuestro análisis en determinar si la legislación vigente resulta eficaz o no para la aplicación práctica de este medio de defensa de los derechos del consumidor.

Luego, para determinar los objetivos específicos segundo y tercero, se ha realizado un análisis cuantitativo consistente en la recolección y análisis de datos referidos a los factores que involucran la utilización eficiente del Libro de Reclamaciones y el número de casos resueltos por INDECOPI Puno sobre la aplicación eficaz del Libro de Reclamaciones.

Para estos dos últimos fines se ha formulado encuestas a los consumidores de Puno, y se ha obtenido información oficial del INDECOPI de Puno, sobre el número real de casos resueltos referidos a infracciones al Libro de Reclamaciones.

Además, para el diseño de investigación cualitativo se han utilizado los métodos de interpretación jurídica y deducción de resultados y para el diseño de investigación cuantitativa se han utilizado los métodos de observación y medición, utilizándose como instrumentos la encuesta y ficha resumen de casos.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la verificación de los objetivos específicos segundo y tercero se ha recurrido en lo particular a la elaboración de encuestas a los consumidores del distrito de Puno y se ha obtenido información oficial del INDECOPI – Puno sobre el número de casos referidos a infracciones al Libro de Reclamaciones, conforme al detalle siguiente:

3.3. SOBRE LA ENCUESTA PARA DETERMINAR EL SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO

-Población: Según información oficial del INEI al año 2015 la población del distrito de Puno contaba con 141064 habitantes, no contándose con información estadística actualizada al año 2016.

-Muestra: se ha utilizado el muestreo por conveniencia o intencionado. Al respecto John W. Creswell como se citó en (VICENTY COLON & FIGUEROA IGLESIAS, 2011), define al muestreo con conveniencia como un procedimiento de muestreo cuantitativo en que el investigador selecciona a los participantes, ya que están dispuestos y disponibles para ser estudiados. Asimismo, el investigador no puede decir en confianza que los individuos son representativos de la población, sin embargo, la muestra provee información útil para responder preguntas e hipótesis. Para este caso la población que se ha escogido es de 100 consumidores, habiéndose practicado las encuestas en los principales mercados abastos de la ciudad de Puno (mercado Laykakota, mercado Bellavista y mercado Central).

3.4. SOBRE LA FICHA RESUMEN DE CASOS PARA DETERMINAR EL TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO

-Población: La población consiste en el número total de casos sobre el Libro de Reclamaciones resueltos por Indecopi – Puno durante el año 2016, que corresponde a todo el departamento de Puno: 46 casos.

-Muestra: Corresponde al número total de casos sobre el Libro de Reclamaciones resueltos por INDECOPI – Puno, durante el año 2016, que corresponden solo al distrito de Puno: 30 casos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. RESPECTO AL OBJETIVO ESPECÍFICO 01: ANALIZAR LA ACTUAL REGULACIÓN NORMATIVA DEL LIBRO DE RECLAMACIONES EN LA LEY 29571 “CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR” Y SU REGLAMENTO D.S. Nº 011-2011-PCM.

4.1.1. LIBRO DE RECLAMACIONES EN LA LEY 29571 (CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL CONSUMIDOR)

Encontramos al Libro de Reclamaciones en el Código de Protección y Defensa del Consumidor en el artículo 150^o, 151^o y 152^o, cuyo texto reproduzco a continuación:

Artículo 150.- Libro de reclamaciones: Los establecimientos comerciales deben contar con un libro de reclamaciones, en forma física o virtual. El reglamento establece las condiciones, los supuestos y las demás especificaciones para el cumplimiento de la obligación señalada en el presente artículo.

Artículo 151.- Exhibición del libro de reclamaciones: A efectos del artículo 150, los establecimientos comerciales deben exhibir, en un lugar visible y fácilmente accesible al público, un aviso que indique la existencia del libro de reclamaciones y el derecho que tienen los consumidores de solicitarlo cuando lo estimen conveniente.

Artículo 152.- Entrega del libro de reclamaciones: Los consumidores pueden exigir la entrega del libro de reclamaciones para formular su queja o reclamo respecto de los productos o servicios ofertados. Los establecimientos comerciales tienen la obligación de remitir al INDECOPI la documentación correspondiente al libro de reclamaciones cuando éste le sea requerido. En los procedimientos sancionadores, el proveedor denunciado debe remitir la copia de la queja o reclamo correspondiente junto con sus descargos.

(CARBONELL O BRIEN) señala que el consumidor o usuario tiene el derecho de reclamar y presentar las quejas por el producto no idoneo para este, quizá por la falla del producto o servicio cuyo origen podría ser de fábrica, o por mala información y las no indicaciones fundamentales para el correcto uso del mismo.

Y de la misma forma en el que el vendedor trato al cliente (en ese entonces), se tiene que tratar al consumidor o usuario, ya que si este se encuentra enojado por la idoneidad del producto o servicio brindado, aún mas molesto estara cuando no se le trate de la forma adecuada, en la que este merece ser tratado.

Con el Libro de Reclamaciones se procura obtener una solución inmediata, a través del traslado de la queja o reclamo que los consumidores puedan interponer en el Libro de Reclamaciones de los proveedores.

4.1.2. REGLAMENTO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES APROBADO POR DECRETO SUPREMO N° 011-2011-PCM.

Mediante Decreto Supremo 011-2011-PCM se aprueba el reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el mismo que fue modificado por Decreto Supremo N° 006-2014-PCM y recientemente por el Decreto Supremo N° 058-2017-PCM. En el cual se establecen las definiciones, características y otras regulaciones que deben cumplir los proveedores.

En el artículo 3° se dispone las deficiones entendiéndose por:

3.1. Libro de Reclamaciones: Documento de naturaleza física o virtual provisto por los proveedores en el cual los consumidores podran registrar quejas o reclamos sobre los productos o servicios ofrecidos en un determinado establecimiento comercial abierto al público.

3.2. Establecimiento comercial abierto al público: Inmueble, parte del mismo o una instalacion o construccion en el que un proveedor debidamente identificado

desarrolla sus actividades economicas de venta de bienes o prestacion de servicios a los consumidores.

3.3. Reclamo: Manifestacion que un consumidor realiza al proveedor a traves de una Hoja de Reclamacion del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad relacionada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados. La reclamacion no constituye una denuncia y en consecuencia, no inicia el procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa sobre protección al consumidor.

3.4. Queja: Manifestacion que un consumidor realiza al proveedor a traves de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad que no se encuentra relacionada a los bienes expendidos o suministrados a los servicios prestados; o, expresa el malestar o descontento del consumidor respecto a la atencion al público, sin que tenga por finalidad la obtencion de un pronunciamiento por parte del proveedor. La queja tampoco constituye una denuncia y en consecuencia, no inicia el procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa de protección al consumidor.

3.5. Aviso del Libro de Reclamaciones: Letrero fisico o aviso virtual que los proveedores deberán colocar en sus establecimiento comerciales y/o cuando corresponda en medios virtuales, en un lugar visible y facilmente accesible al público para registrar su queja y/o reclamo, en el formato estandarizado establecido en el presente Reglamento.

3.6. Proveedor virtual: Es el proveedor con RUC que establece sus relaciones de consumo a través de portales web."

Articulo 6º.- Responsabilidad del proveedor

El reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligacion del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) dias calendario. Dicho plazo puede ser extendido por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situacion que es puesta en conocimiento ante la culminacion del plazo inicial, de conformidad con lo establecido en el articulo 24 de la Ley N° 29571,Codigo de Proteccion y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o la sustituya.

No puede condicionarse la atención de reclamos de consumidores o usuarios al pago previo del producto o servicio materia de dicho reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago.

Artículo 7º.- Proveedores con varios establecimientos comerciales abiertos al público.

Los proveedores que cuenten con mas de un establecimiento comercial abierto al público deberán implantar un Libro de Reclamaciones de naturaleza física o virtual por cada uno de ellos.

Artículo 9º.- Exhibición del Aviso del Libro de Reclamaciones

Los proveedores que cuenten con un Libro de Reclamaciones deberán exhibir en sus establecimientos comerciales y/o cuando corresponda en medios virtuales, en un lugar visible y fácilmente accesible al público, como mínimo, un Aviso del Libro de Reclamaciones, utilizando el formato establecido en el presente Reglamento. En los casos en que el proveedor cuente con varios establecimientos comerciales, la obligación de exhibir el Aviso del Libro de Reclamaciones se extiende a cada uno de ellos.

Artículo 11.- Remisión de Información al INDECOPI

11.1. El INDECOPI podrá solicitar en cualquier momento las copias de la Hojas de Reclamaciones detalladas en el artículo 4º y 5º del presente reglamento. El proveedor deberá remitir la información solicitada en el plazo establecido en el requerimiento efectuado por la autoridad administrativa, el cual no puede ser menos a tres (3) días hábiles, bajo apercibimiento de ser sancionado conforme a lo previsto en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa al Consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

11.2. En los casos en que, en ejercicio de su facultad fiscalizadora, el INDECOPI requiera las copias de las Hojas de Reclamaciones detalladas en el artículo 4º y 5º del presente Reglamento al momento de efectuar una verificación, la documentación deberá ser entregada en ese momento sin dilación.

11.6. Los proveedores que empleen el Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual deberán remitir al INDECOPI las Hojas de Reclamaciones de naturaleza

virtual respectivas o el Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual a la dirección electrónica que se informara en la página del INDECOPI.

Artículo 13^o.- Limitación para la solución de controversias

La formulación de una queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones no supone limitación alguna para que los consumidores puedan utilizar otros mecanismos de solución de controversias ni constituye una vía previa necesaria para interponer una denuncia por infracción a las normas de protección al consumidor ante el INDECOPI. El libro de reclamaciones no limita el derecho del consumidor de interponer una queja o reclamo ante el proveedor utilizando otras vías.

Artículo 14^o Responsabilidad Administrativa

El proveedor tendrá responsabilidad administrativa por cualquier comportamiento que transgreda las disposiciones establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor o en el presente Reglamento, conforme a lo establecido en el artículo 104^o y 108^o de la ley N^o 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

Artículo 15^o Autoridad competente y Sanciones

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor o en el presente Reglamento, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el Capítulo III del Título V de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa al Consumidor; o norma que la modifique o la sustituya.

**4.1.3. MODIFICACIONES POR EL DECRETO SUPREMO N° 006-2014-PCM
AL REGLAMENTO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES.**

Tabla Nro. 3
Modificaciones al Libro de Reclamaciones

MODIFICACIONES DEL REGLAMENTO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	
Antes	Ahora
No estaba regulado.	Proveedores deben dar trato preferencial a clientes que necesiten registrar un reclamo. Así, no tendrán que hacer fila o esperar para ejercer su derecho.
Los usuarios de los servicios de transporte debían trasladarse hasta los terminales para registrar su reclamo o queja.	Unidades de transporte terrestre de pasajeros a nivel urbano, interprovincial e internacional, incluidos transporte fluvial, deben tener un aviso con el número telefónico de la empresa, u otro medio, para que los consumidores puedan presentar sus reclamos o quejas.
Los usuarios de los servicios de transporte aéreo no podían registrar sus reclamos en zonas de embarque y desembarque ya que solo estaban obligados a tener el libro en los puntos de venta.	Las empresas de transporte aéreo, deben poner a disposición de los pasajeros reclamaciones físico o virtual en áreas previas al embarque y posteriores al desembarque.
No estaba regulado el espacio, dentro de la página web de proveedores que realizaban ventas en lugares físicos y por internet, en el que debía aparecer el aviso del Libro de Reclamaciones. Tampoco los proveedores que solo realizaban ventas por Internet estaban obligados a contar con Libro de Reclamaciones virtual.	Empresas que realicen ventas por Internet, deben publicar aviso en la página de inicio de los portales de sus páginas anunciando existencia de Libro de Reclamaciones.

No estaba regulado.	En el modelo de aviso del Libro de Reclamaciones se ha incluido el correo del INDECOPI, para que cuando se nieguen a entregar del libro, los consumidores informen a la autoridad.
No estaba regulado.	Si el proveedor cuenta con un Libro de Reclamaciones virtual y el sistema o alguna eventualidad impiden el registro, se debe entregar un Libro de Reclamación físico.
No estaba regulado.	El proveedor debe guardar las constancias de respuesta o ampliación de plazo para responder los reclamos.
No estaba regulado.	Los proveedores que tengan un ingreso anual igual o mayor a 3 000 UIT deben reportar a INDECOPI los reclamos y quejas a través del Sistema de Reporte de Reclamaciones.
Se imponía sanción de determinarse la responsabilidad de la infracción.	Si la infracción se comete por primera vez y el proveedor es una microempresa, se impondrá una medida preventiva, dejando constancia de la advertencia, y con la posibilidad aplicar las sanciones de persistir en ella.
No estaba regulado	Se han detallado los incumplimientos que pueden ser sancionados, estableciéndose una metodología de cálculo que permitirá estandarizar las sanciones que imponen las diferentes comisiones del INDECOPI.
No estaba regulado	El consumidor deberá precisar cuál es el pedido que formula.
No se exigía el número de RUC ni la razón social del proveedor en las hojas de reclamaciones	Se exige que el proveedor consigne en las hojas de reclamaciones su razón social y número de RUC.
FUENTE: Elaboración propia	

**4.1.4. MODIFICACIONES POR EL DECRETO SUPREMO Nº 058-2017-PCM
AL REGLAMENTO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES**

Tabla Nro. 4

Modificaciones al Libro de Reclamaciones

MODIFICACIONES DEL REGLAMENTO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	
Antes	Ahora
No estaba regulado.	Si ante el registro de un reclamo, el proveedor ofrece una solución que satisface el pedido del consumidor, aquél debe dejar constancia expresa de lo ofrecido, y el consumidor, de estar de acuerdo, presta su conformidad declarando expresamente “ <i>ACUERDO ACEPTADO PARA SOLUCIONAR EL RECLAMO</i> ” u otra frase que permita dejar constancia indubitable que acepta la propuesta ofrecida por el proveedor para dar por solucionado su reclamo.
El Libro de Reclamaciones no limita el derecho del consumidor de interponer una queja o reclamo ante el proveedor utilizando otras vías.	El Libro de Reclamaciones no limita el derecho del consumidor de interponer una queja o reclamo ante el proveedor utilizando otras vías. Si las partes arriban a un acuerdo en alguno de los supuestos previstos en el artículo 6-A de este Reglamento, se aplica lo establecido en el numeral 6-A.3.”
FUENTE: Elaboración propia	

4.1.5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La intención del Indecopi para el uso del libro de reclamaciones es la de solucionar en un punto de manera fácil e inmediata los reclamos de los consumidores que pudieran presentarse en sus compras o consumo, de tal manera que obligue al proveedor a darle respuesta a su pedido en un plazo máximo de 30 días calendario, a partir desde que se registra su reclamo.

Al respecto existen, principalmente, dos defectos que hacen ver que esta nueva propuesta no es suficiente.

PRIMERO.- las hojas de reclamaciones que contenga el libro tendrá tres copias: una para el consumidor, otra para el proveedor y la última para el INDECOPI. Según el Código y reglamento, la hoja destinada por el INDECOPI será entregada cuando ésta entidad lo pida, esta solicitud por parte de INDECOPI puede tomarse todo el tiempo, en perjuicio del consumidor. Quitándose la obligatoriedad de la empresa proveedora para la entrega de la hoja del reclamo haciéndolo ver como un simple libro de quejas. Pues, los proveedores no tienen la obligación de remitir al INDECOPI los reclamos interpuestos por los consumidores, este hecho no nos permite tener las estadísticas y conocer si los reclamos interpuestos por los consumidores de la ciudad de Puno vienen siendo atendidos o no, asimismo, no podemos contar con una información valiosa sobre los problemas más recurrentes en el mercado. Esta limitación la encontramos en el artículo 11º del reglamento del Libro de Reclamaciones que señala *“El INDECOPI podrá requerir al proveedor la información necesaria a efectos de supervisar y fiscalizar adecuadamente el cumplimiento del presente Reglamento”*, esto quiere decir, que el INDECOPI solicitara información solo en caso decida realizar una supervisión o fiscalización ya sea de oficio o a solicitud de parte, sin embargo, este acto no permite tener una información importante.

Por otro lado, mediante el Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, se implementó un sistema informático denominado *Controla tus reclamos*, mediante el cual los proveedores —solo aquellos que desarrollen actividades económicas en establecimientos comerciales y registren un ingreso anual igual o mayor a 3,000 UIT— reportan de manera obligatoria los reclamos y quejas que reciben por parte de los consumidores, sin embargo, debemos tener presente que no todos los establecimientos comerciales en esta ciudad de Puno tienen ingresos anuales de 12'150,000.00 soles.

SEGUNDO.-Según el reglamento del Libro de Reclamaciones, la queja es la manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad que no se encuentra relacionada a los bienes expendidos o suministrados a los servicios prestados; o, expresa el malestar o descontento

del consumidor respecto a la atención al público, sin que tenga por finalidad la obtención de un pronunciamiento por parte del proveedor. La queja tampoco constituye una denuncia y en consecuencia, no inicia el procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa de protección al consumidor. En ese sentido, resulta importante destacar la defectuosa regulación normativa de la queja como un mecanismo de protección para los derechos del consumidor, toda vez que el Libro de Reclamaciones promovido por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), no da abasto para solucionar los problemas de los consumidores, ya que si bien el proveedor tiene la obligación de atender y dar una respuesta al reclamo, en la queja el proveedor no tiene tal obligación; es decir, que la queja no tiene por finalidad la obtención de un pronunciamiento por parte del proveedor, solo consiste en una recomendación que realiza el consumidor al proveedor, pareciendo más ser un libro de recomendaciones las cuales en la mayoría de los casos los proveedores hacen caso omiso.

4.1.6. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Pues bien, llegado a éste extremo, apoyados en el análisis jurídico-dogmático de las normas antes descritas, se concluye que la actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones es ineficaz para su aplicación práctica en garantía de los derechos del consumidor, habiéndose confirmado la hipótesis establecida al inicio de la investigación.

4.2. RESPECTO AL OBJETIVO ESPECÍFICO02: DETERMINAR LOS FACTORES QUE INVOLUCRAN LA UTILIZACIÓN EFICIENTE DEL LIBRO DE RECLAMACIONES.

Para determinar este objetivo se ha realizado una encuesta a un grupo de la población del distrito de Puno, seleccionando la población a través del muestro por conveniencia, siendo el total de la muestra 100 consumidores encuestados con las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce usted el Libro de Reclamaciones?
2. ¿Qué es el Libro de Reclamaciones?
3. ¿Cuál es la finalidad del Libro de Reclamaciones?

4. ¿Quiénes tienen la obligación de implementar el Libro de Reclamaciones?
5. En los establecimientos comerciales abiertos al público a los que ha recurrido usted en la ciudad de Puno durante el año 2016, ¿ha sido objeto de una mala atención por parte de un proveedor o ha tenido inconvenientes con el producto adquirido?
6. ¿ha presentado un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones en el año 2016 en esta ciudad de Puno?
7. Si respondió afirmativamente la anterior pregunta ¿En que ha concluido su reclamo o queja interpuesta?
8. ¿Los establecimientos comerciales a los que ha recurrido usted durante el año 2016 en esta ciudad de Puno, contaban con el aviso y Libro de Reclamaciones?

Al respecto se ha realizado un análisis e interpretación de los resultados obtenidos con la encuesta realizada, conforme al siguiente detalle:

Pregunta 1: ¿Conoce usted el Libro de Reclamaciones?

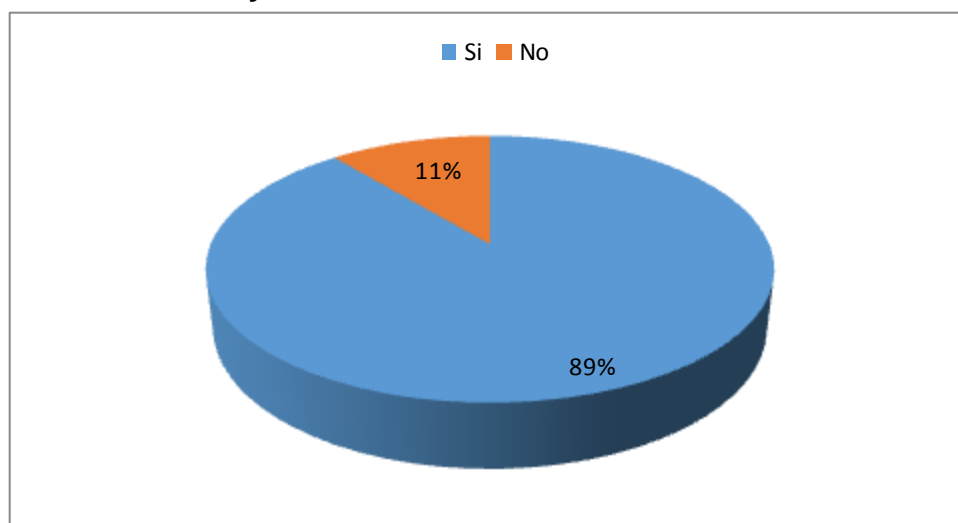
Tabla Nro. 5

Consumidores que conocen y desconocen el Libro de Reclamaciones

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Si	89	89
No	11	11
TOTAL	100	100%
FUENTE: Elaboración propia		

Figura Estadística Nro. 1

Representación gráfica de los consumidores de la ciudad de Puno, que conocen y desconocen el Libro de Reclamaciones



FUENTE: Elaboración propia

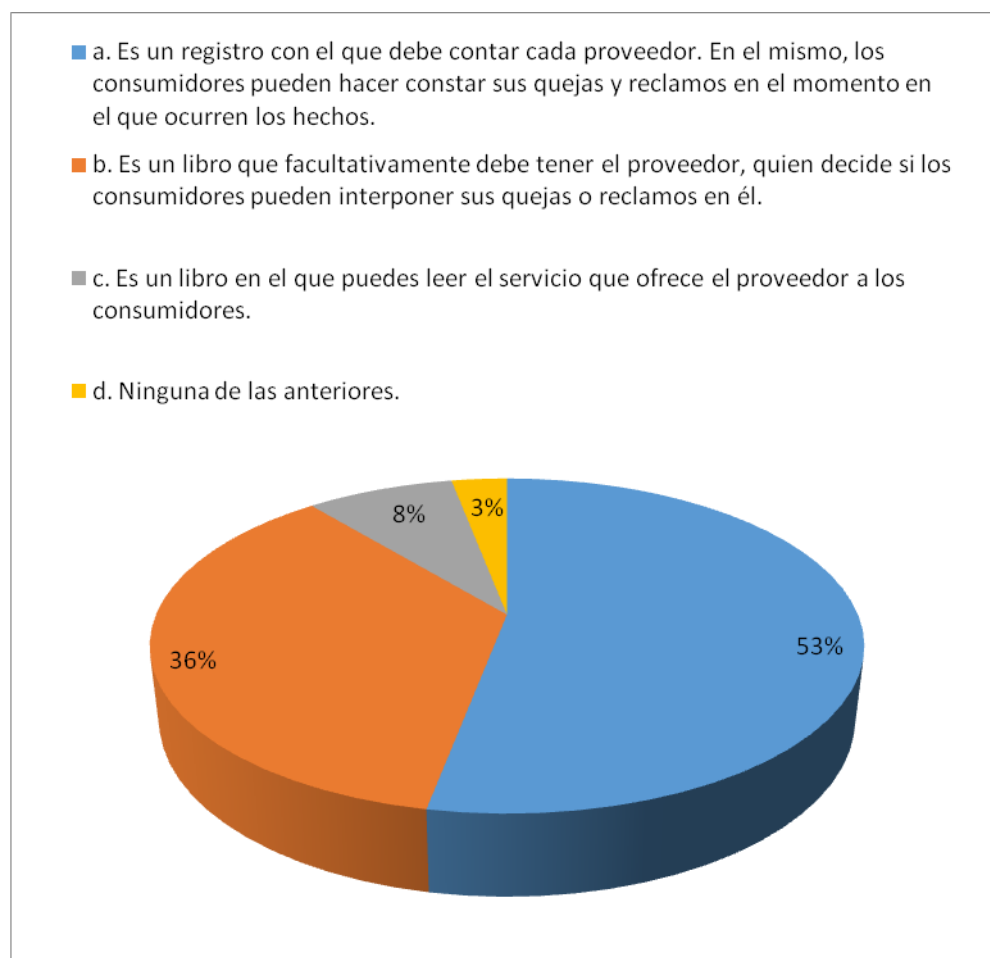
Interpretación: La grafica refleja que el 89% de los consumidores encuestados en la ciudad de Puno, respondieron tener conocimiento acerca del Libro de Reclamaciones y el 11% por ciento contestaron no conocer el Libro de Reclamaciones.

Análisis: Uno de los factores para determinar la utilización eficiente del Libro de Reclamaciones es que los consumidores de Puno, tengan conocimiento acerca de este mecanismo de protección, y según las estadísticas aparentemente la mayoría de consumidores de la ciudad de Puno si tendrían conocimiento del Libro de Reclamaciones.

Pregunta 2: ¿Qué es el Libro de Reclamaciones?

Tabla Nro. 6
Definición del Libro de Reclamaciones

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Es un registro con el que debe contar cada proveedor. En el mismo, los consumidores pueden hacer constar sus quejas y reclamos en el momento en el que ocurren los hechos.	53	53
Es un libro que facultativamente debe tener el proveedor, quien decide si los consumidores pueden interponer sus quejas o reclamos en él.	36	36
Es un libro en el que puedes leer el servicio que ofrece el proveedor a los consumidores.	8	8
Ninguna de las anteriores.	3	3
TOTAL	100	100%
FUENTE: Elaboración propia		

Figura Estadística Nro. 2**Representación gráfica de lo que creen que es el Libro de Reclamaciones
los consumidores de la ciudad de Puno.**

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La grafica refleja que el 53% de los consumidores encuestados en la ciudad de Puno, respondieron que el Libro de Reclamaciones es un registro con el que debe contar cada proveedor. En el mismo, los consumidores pueden hacer constar sus quejas y reclamos en el momento en el que ocurren los hechos, el 36% de los consumidores respondieron que es un libro que facultativamente debe tener el proveedor, quien decide si los consumidores pueden interponer sus quejas o reclamos en él, el 8% respondió que es un libro en el que puedes leer el servicio que ofrece el proveedor a los consumidores, y finalmente el 3% respondió ninguna de las anteriores.

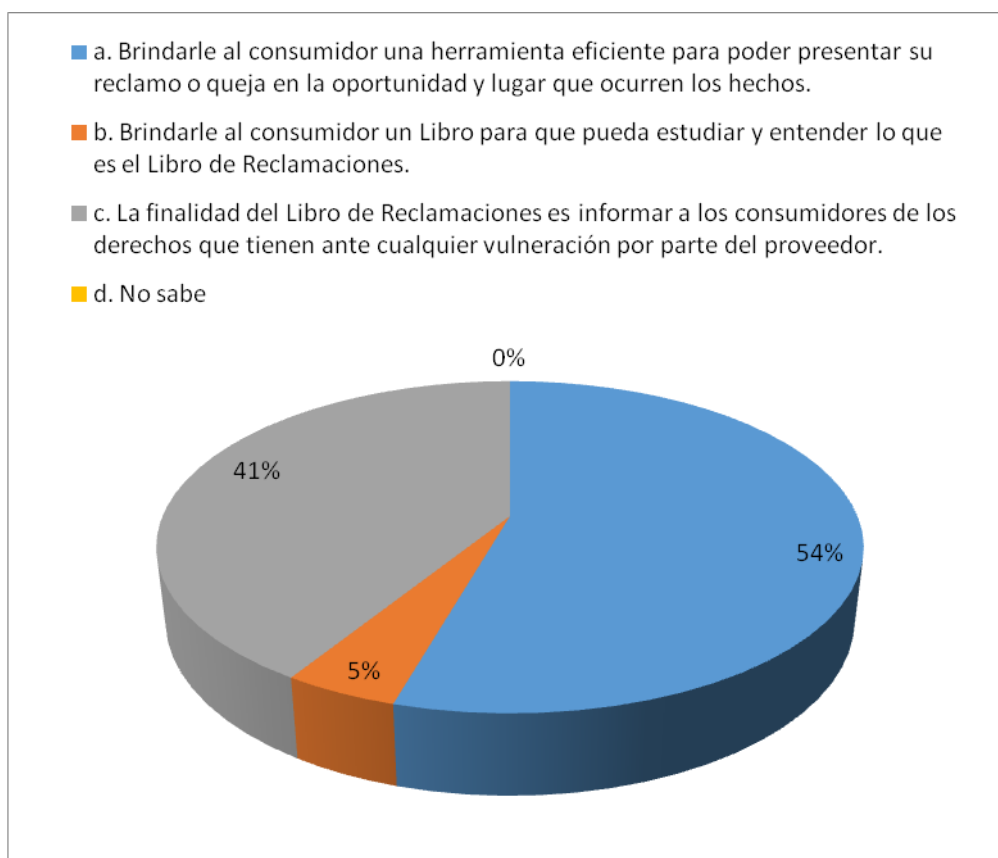
Análisis: De acuerdo a la pregunta número uno, los consumidores de la ciudad de Puno, habrían respondido, al menos una gran mayoría tener conocimiento

del Libro de Reclamaciones, sin embargo, no tienen el conocimiento de lo que es exactamente el Libro de Reclamaciones.

Pregunta 3: ¿Cuál es la finalidad del Libro de Reclamaciones?

Tabla Nro. 7
Finalidad del Libro de Reclamaciones

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Brindarle al consumidor una herramienta eficiente para poder presentar su reclamo o queja en la oportunidad y lugar que ocurren los hechos.	47	47
Brindarle al consumidor un Libro para que pueda estudiar y entender lo que es el Libro de Reclamaciones.	6	6
La finalidad del Libro de Reclamaciones es informar a los consumidores de los derechos que tienen ante cualquier vulneración por parte del proveedor.	36	36
No sabe	11	11
TOTAL	100	100%
FUENTE: Elaboración propia		

Figura Estadística Nro. 3**Representación gráfica del conocimiento de los consumidores de la ciudad de Puno del Libro de Reclamaciones.**

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La grafica refleja que el 49% de los consumidores encuestados en la ciudad de Puno, respondieron que la finalidad del Libro de Reclamaciones es brindarle al consumidor una herramienta eficiente para poder presentar su reclamo o queja en la oportunidad y lugar que ocurren los hechos, el 37% respondió que la finalidad del Libro de Reclamaciones es informar a los consumidores de los derechos que tienen ante cualquier vulneración por parte del proveedor, el 10% señaló que no sabe, y el 6% señalo que es brindarle al consumidor un Libro para que pueda estudiar y entender lo que es el Libro de Reclamaciones.

Análisis:

Conforme a las preguntas número 1 y 2, se ha observado que los consumidores de la ciudad de Puno, si bien tienen conocimiento del Libro de

Reclamaciones, desconocen la finalidad del Libro de Reclamaciones, no teniendo el conocimiento de para qué sirve este mecanismo de protección.

Pregunta 4: ¿Quiénes tienen la obligación de implementar el Libro de Reclamaciones?

Tabla Nro. 8
Obligación de tener el Libro de Reclamaciones

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Aquellos proveedores que soliciten tener un Libro de Reclamaciones a través del INDECOPI.	45	45
Todos los proveedores que expendan bienes y servicios en establecimientos abiertos al público, incluyendo a los proveedores de servicios regulados o supervisados.	54	54
Tienen la obligación de implementar el Libro de Reclamaciones todos los proveedores y consumidores.	1	1
TOTAL	100	100%
FUENTE: Elaboración propia		

Figura Estadística Nro. 4
Representación gráfica del conocimiento del Libro de Reclamaciones de los consumidores de la ciudad de Puno.



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La grafica refleja que el 54% de los consumidores encuestados en la ciudad de Puno, respondieron que tienen la obligación de implementar el Libro de Reclamaciones todos los proveedores que expendan bienes y servicios en establecimientos abiertos al público, incluyendo a los proveedores de servicios regulados o supervisados, el 45% respondió que tienen esta obligación aquellos proveedores que soliciten tener un Libro de Reclamaciones a través del INDECOPI, y un 1% señaló que tienen la obligación de implementar el Libro de Reclamaciones todos los proveedores y consumidores.

Análisis:

Algunos consumidores de la ciudad de Puno, creen que para implementar este mecanismo de protección tienen que solicitarlo al INDECOPI. Sin embargo, se debe tener presente que todos los proveedores tienen la obligación de implementarlo sin la necesidad de recurrir al INDECOPI.

Pregunta 5: En los establecimientos comerciales abiertos al público a los que ha recurrido usted en la ciudad de Puno durante el año 2016 ¿ha sido objeto de una mala atención por parte de un proveedor o ha tenido inconvenientes con el producto adquirido?

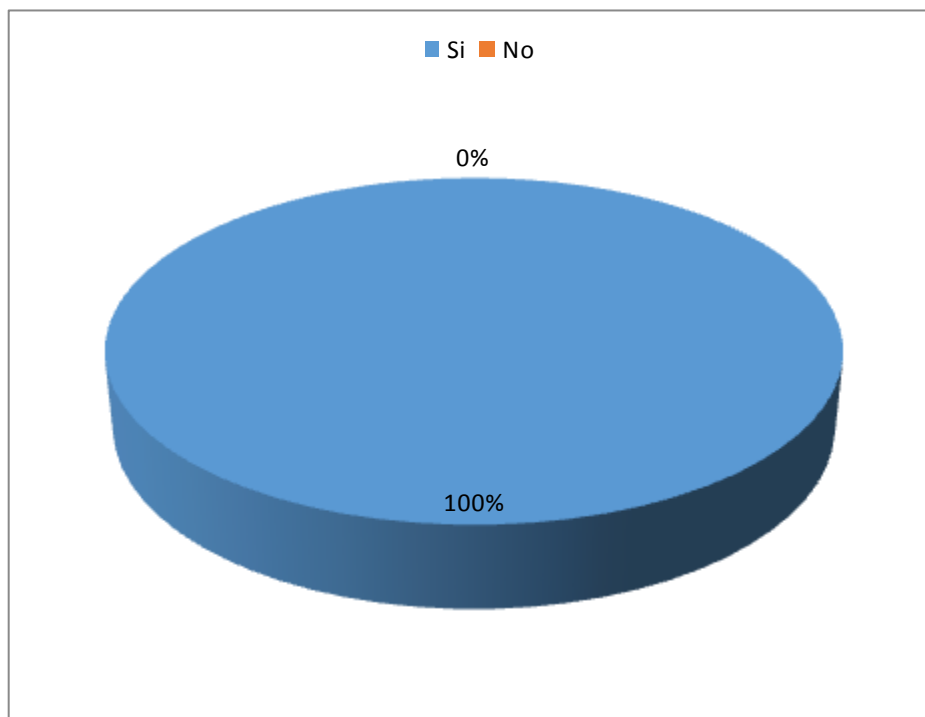
Tabla Nro. 9

Experiencia del consumidor en la ciudad de Puno en el año 2016

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Si	100	100
No	0	0
TOTAL	100	100%
FUENTE: Elaboración propia		

Figura Estadística Nro. 5

Representación gráfica de la experiencia de los consumidores de la ciudad de Puno.



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La grafica refleja que el 100% de los consumidores encuestados en la ciudad de Puno, respondieron que si han sido objeto de una mala atención por parte del proveedor y o ha tenido algún inconveniente con el producto adquirido.

Análisis:

Del presente Ítem se puede observar que los derechos de todos los consumidores de la ciudad de Puno han sido vulnerados, pues todos han recibido una mala atención alguna vez por parte de un proveedor.

Pregunta 6: ¿Ha presentado un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones en el año 2016 en esta ciudad de Puno?

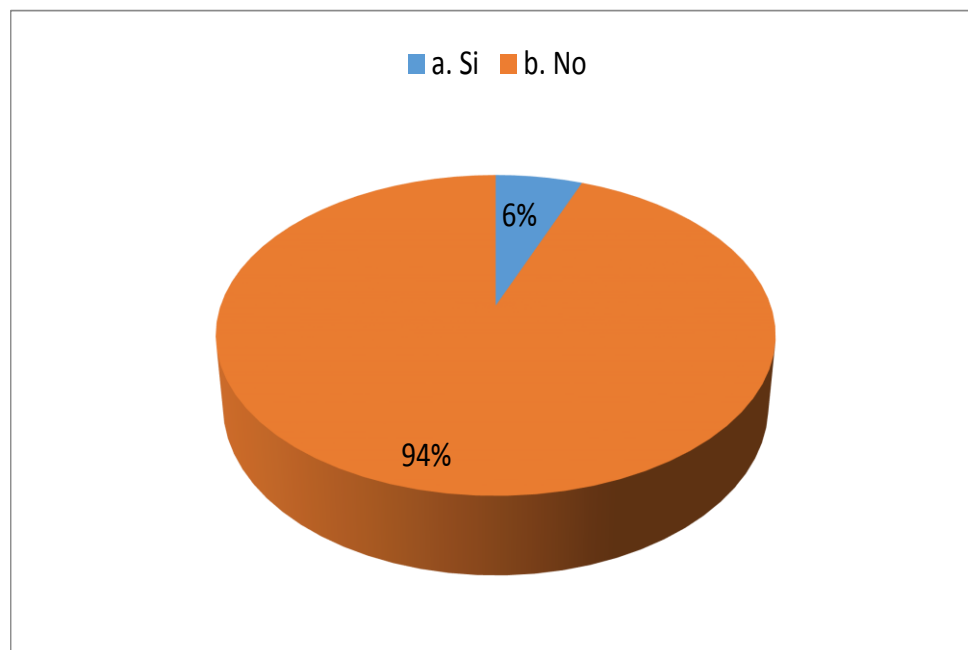
Tabla Nro. 10

Reclamos o quejas presentados por los consumidores

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Si	6	6%
No	94	94%
TOTAL	100	100%
FUENTE: Elaboración propia		

Figura Estadística Nro. 6

Representación gráfica de reclamos o quejas interpuestos por los consumidores de la ciudad de Puno durante el año 2016.



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La grafica refleja que el 94% de los consumidores encuestados en la ciudad de Puno durante el año 2016, no han presentado ni un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones, y solo el 6% han presentado queja o reclamo.

Análisis:

La mayoría de los consumidores encuestados de la ciudad de Puno durante el año 2016 no han presentado un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones.

Pregunta 7: Si respondió afirmativamente la anterior pregunta ¿En que ha concluido su reclamo o queja interpuesta?

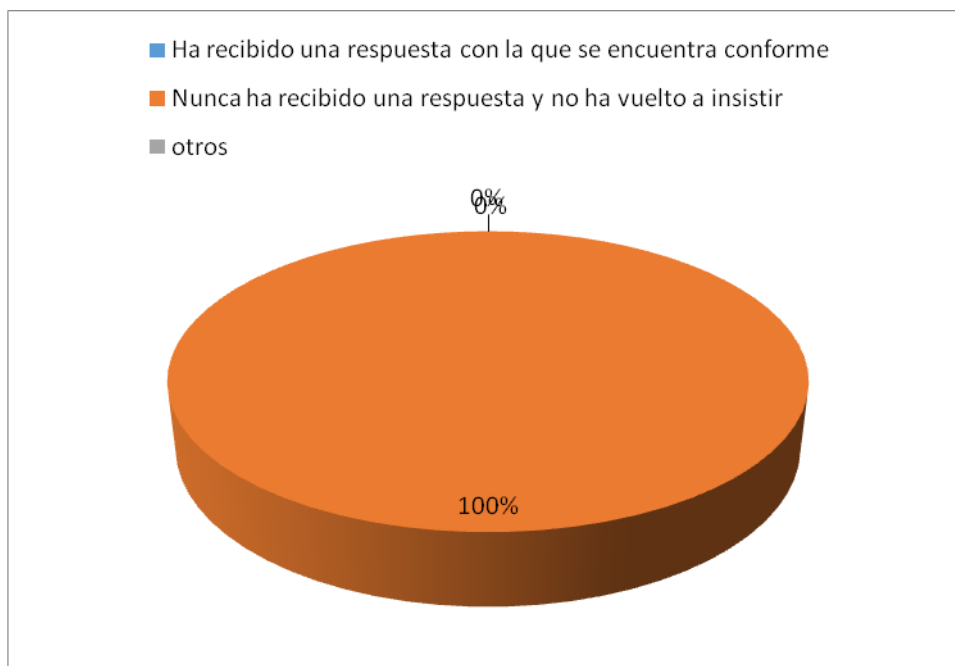
Tabla Nro. 11

Resultado de la queja o reclamo interpuesto por el consumidor de la ciudad de Puno durante el año 2016

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Ha recibido una respuesta con la que se encuentra conforme	0	0%
Nunca ha recibido una respuesta y no ha vuelto a insistir	6	100%
otros	0	0%
TOTAL	6	100%
FUENTE: Elaboración propia		

Figura Estadística Nro. 7

Representación gráfica de reclamos o quejas interpuestos por los consumidores en la ciudad de Puno durante el año 2016.



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La grafica refleja que el 100% de los consumidores que han interpuesto una queja o un reclamo, nunca han recibido una respuesta y no han vuelto a insistir.

Análisis:

Los consumidores que han interpuesto un reclamo o queja, no han recibido respuesta alguna, y ello se debe a una falta de conocimiento del Libro de Reclamaciones, pues no han vuelto a insistir, así como tampoco han recurrido a la autoridad administrativa del INDECOPI.

Pregunta 8: ¿Los establecimientos comerciales a los que ha recurrido usted durante el año 2016 en esta ciudad de Puno, contaban con el aviso y Libro de Reclamaciones?

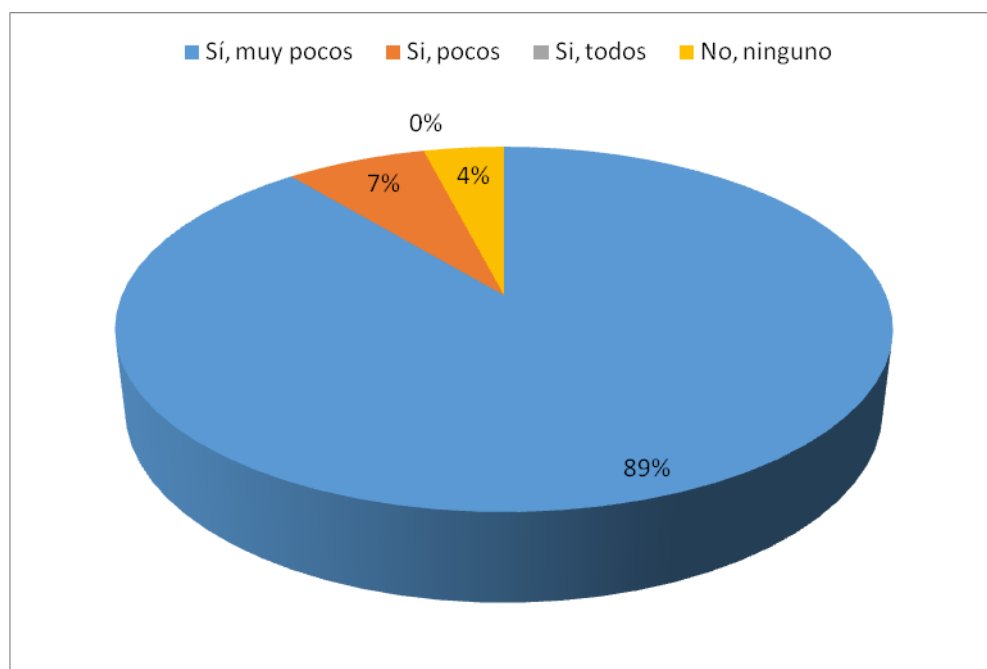
Tabla Nro. 12

Establecimientos con el Aviso y Libro de Reclamaciones

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Sí, muy pocos	89	89
Si, pocos	7	7
Sí, todos	0	0
No, ninguno	4	4
TOTAL	100	100%
FUENTE: Elaboración propia		

Figura Estadística Nro. 8

Representación gráfica de proveedores que cuentan con el aviso y libro de reclamaciones en la ciudad de Puno durante el año 2016.



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La grafica refleja que el 89% de consumidores de la ciudad de Puno, durante el año 2016 han señalado que muy pocos son los establecimientos que contaban con el aviso y Libro de Reclamaciones. Un 7% ha señalado que con pocos los establecimientos que cuentan con el aviso y el Libro de Reclamaciones, finalmente un 4% por ciento no ha visto en ningún establecimiento el Aviso y Libro de Reclamaciones.

Análisis:

Conforme al presente ítem, son muy pocos los proveedores que cuentan con el Libro de Reclamaciones.

Contrastación de hipótesis

En éste extremo, conforme a los resultados estadísticos antes presentados, de la muestra de causas tramitadas sobre infracciones al Libro de Reclamaciones ante el INDECOPI de Puno, se ha llegado a constatar la falta de información que tienen los consumidores y proveedores de lo que es realmente el Libro de Reclamaciones, hecho que ha ocasionado que los consumidores de la Ciudad de Puno no utilicen este medio de defensa adecuadamente.

4.3. Respecto al objetivo específico 03: Identificar el número de casos en que se haya aplicado eficientemente el Libro de Reclamaciones en el Distrito de Puno durante el año 2016.

Sobre este asunto, se ha obtenido información oficial del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI – Puno, sobre el número total (46) de casos en que se haya resuelto infracciones al Libro de Reclamaciones durante en el año 2016, realizándose el análisis de interpretación de resultados solo de los casos resueltos en el distrito de Puno, obteniéndose como muestra un total de 30 expedientes administrativos, cuyos resultados se describen de la siguiente manera:

Tabla Nro. 13

Casos resueltos durante el año 2016 por el INDECOPI, sobre el Libro de Reclamaciones en la ciudad de Puno

Infracciones	N° de Casos
1. Falta de Atención de reclamos	1
2. Hoja del Libro de Reclamaciones no cumple con las especificaciones del Reglamento	5
3. No cuenta con el aviso del Libro de Reclamaciones	5
4. No cuenta con el Libro de Reclamaciones	6
5. No cumple con las especificaciones del Reglamento y Falta de Atención de Reclamo	6
6. No cuenta con el Libro de Reclamaciones y Aviso del Libro de Reclamaciones	6
7. Libro Virtual no se encuentra en plataforma de fácil acceso	1
Total de Casos	30
(%)	100%
FUENTE: Elaboración propia	

INTERPRETACIÓN.- De 30 casos resueltos se concluyó lo siguiente:

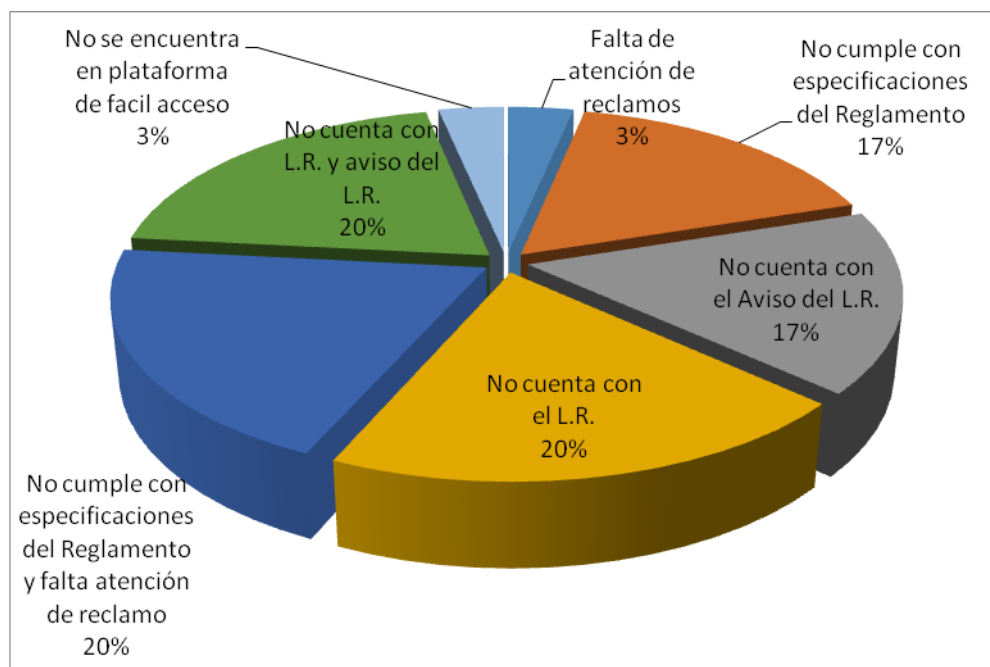
- En 07 (puntos 1 y 5) casos resueltos, se advirtió la infracción de falta de atención de reclamos.
- En 11 (puntos 2 y 5) casos resueltos, se advirtió que las hojas del Libro de Reclamaciones no cumplen con las especificaciones del reglamento del L.R. (Decreto supremo N° 011-2011-PCM).
- En 05 casos resueltos, se advirtió que los establecimientos comerciales si bien contaban con el Libro de Reclamaciones no contaban con el Aviso del Libro de Reclamaciones.
- En 06 casos resueltos, se advirtió que los establecimientos comerciales no contaban con el Libro de Reclamaciones, pero si con el Aviso del Libro de Reclamaciones.
- En 06 casos resueltos, se advirtió que los establecimientos comerciales no contaban con el Libro de Reclamaciones ni con el Aviso del Libro de Reclamaciones.
- En 01 caso resuelto, se advirtió que el Libro Virtual del Libro de Reclamaciones no se encuentra en plataforma de fácil acceso.

ANÁLISIS:

De los 30 casos revisados, se puede advertir que la mayoría de los establecimientos no cuentan con el Libro de Reclamaciones, y aquellos que cuentan con el Libro no cumplen con las especificaciones del reglamento, además no brindan respuestas a los reclamos interpuestos en él.

Figura Estadística Nro. 9

Representación gráfica de infracciones al Libro de Reclamaciones.



FUENTE: Elaboración propia

Tabla Nro. 14

**Casos seguidos a instancia de oficio y de parte, y medidas de sanción e
infundados**

Infracciones	De oficio	De part e	Medida de sanció n	infund ado
Falta de Atención de reclamos	1	0	1	0
Hoja del Libro de Reclamaciones no cumple con las especificaciones del Reglamento	5	0	5	0
No cuenta con el aviso del Libro de Reclamaciones	5	0	4	1
No cuenta con el Libro de Reclamaciones	6	0	5	1
No cumple con las especificaciones del Reglamento y Falta de Atención de Reclamo	6	0	6	0
No cuenta con el Libro de Reclamaciones y Aviso del Libro de Reclamaciones	6	0	6	0
Libro Virtual no se encuentra en plataforma de fácil acceso	0	1		1
Total de Casos	29	01	27	03
(%)	97%	3%	90%	10%
FUENTE: Elaboración propia.				

INTERPRETACIÓN.- De 30 casos resueltos se concluyó lo siguiente:

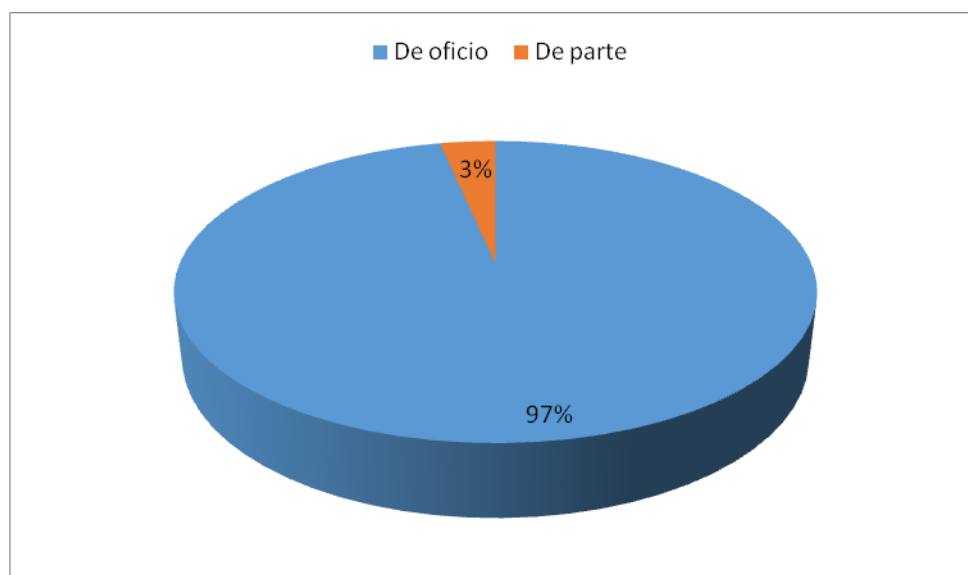
- Un total de 29 casos resueltos fueron seguidos de oficio por el INDECOPI de Puno, de los cuales 27 casos fueron sancionados y 02 fueron declarados infundados.
- Un solo (01) caso resuelto fue seguido de parte, declarándose infundado.

ANÁLISIS:

De los 30 casos analizados, se observa que 29 fueron seguidos de oficio, y solo uno (01) fue seguido a instancia de parte, el mismo que fue declarado INFUNDADO por el INDECOPI de Puno. De lo que se puede advertir que durante el año 2016 en el distrito de Puno, no todos los consumidores hicieron uso del Libro de Reclamaciones. Más aun no se atreven a iniciar procedimientos de parte por infracciones al Libro de Reclamaciones.

Figura Estadística Nro. 10

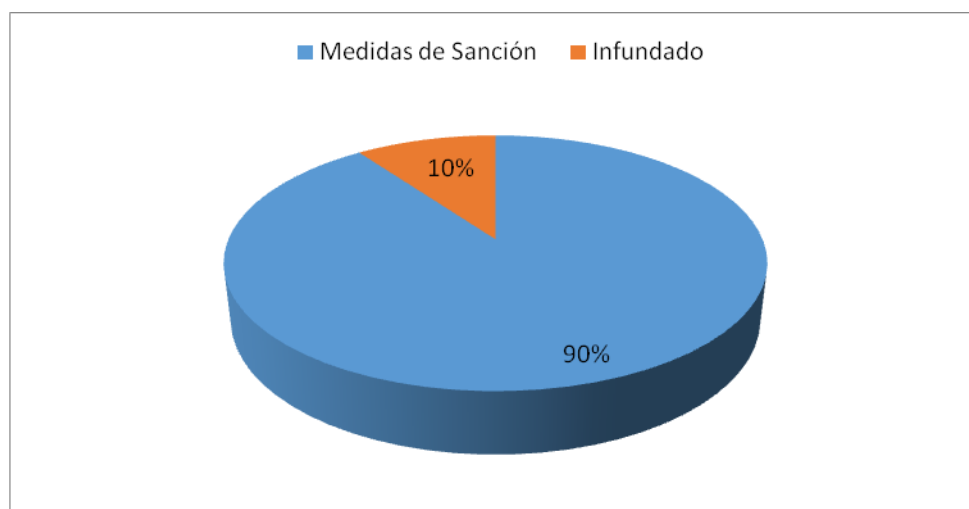
Representación gráfica de procesos iniciados a instancia de parte y de oficio.



FUENTE: Elaboración propia

Figura Estadística Nro. 11

Representación gráfica de las resoluciones finales, con medidas de sanción e infundado.



FUENTE: Elaboración propia

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Al respecto, con una escueta revisión de las causas administrativas por infracción al libro de reclamaciones, se llega a advertir que el número de casos en que se ha aplicado eficientemente el Libro de Reclamaciones en la ciudad de Puno durante el año 2016, es de 30 casos, siendo evidentemente una cantidad mínima.

V. CONCLUSIONES

1. La vigente regulación normativa del Libro de Reclamaciones resultó ineficaz para su aplicación práctica en el distrito de Puno durante el año 2016, toda vez que el texto normativo por defecto no obliga a los proveedores a comunicar periódicamente al INDECOPI los reclamos y/o quejas que se hayan interpuesto en su Libro de Reclamaciones, y al desconocer la población de Puno la utilidad legislativa del Libro de Reclamaciones no hace un uso adecuado del mismo, lo que concluye la ineficacia de la norma en su aplicación práctica.
2. La actual regulación normativa del Libro de Reclamaciones en la Ley 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor – Ley 29571 y su reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, modificado por los Decretos Supremos N° 006-2014-PCM y N° 058-2017-PCM no resulta eficaz para su aplicación práctica, por presentar dos defectos principales: 1) Existe la ausencia de una obligación normativa para que los proveedores informen periódicamente al INDECOPI, las quejas y/o reclamos interpuestos en su Libro Reclamaciones y, 2) La defectuosa regulación normativa de la queja como mecanismo de defensa regulado por el reglamento del Libro de Reclamaciones, en tanto que solo constituye una recomendación para el proveedor y no lo obliga a emitir respuesta alguna.
3. Los factores que determinan una aplicación eficiente del Libro de Reclamaciones son el conocimiento adecuado que deben tener los consumidores sobre la existencia del libro de reclamaciones, su finalidad legislativa, y quienes se encuentran obligados a contar con el libro de reclamaciones, todo ello con la finalidad de que los consumidores, conociendo sus derechos, le den un uso adecuado a este mecanismo de defensa y auto protejan sus derechos.
4. En la ciudad de Puno durante el año 2016, sobre la aplicación eficaz del Libro de Reclamaciones, se ha observado la resolución de solo 30 casos por la autoridad del INDECOPI, lo que demuestra en términos cuantitativos una escasa cantidad de casos resueltos durante todo el año 2016.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere una modificación del Reglamento del Libro de Reclamaciones de los siguientes artículos: 3.4º, en el sentido de que obligue al proveedor a brindar respuesta sobre la queja interpuesta por el consumidor, y el artículo 11º en el extremo de que todos los proveedores sin importar sus ingresos anuales tengan la obligación de remitir al INDECOPI el reclamo interpuesto en el Libro de Reclamaciones.
2. Se recomienda a la autoridad de INDECOPI Puno y al público de consumidores del Distrito de Puno mayor difusión informativa sobre la utilidad legislativa del Libro de Reclamaciones, para fin de consolidar una cultura de derechos del consumidor y así puedan hacer un uso adecuado del Libro de Reclamaciones.
3. En la medida que la mayoría de los casos resueltos por el INDECOPI sobre infracciones al Libro de Reclamaciones han sido promovidos de oficio, se recomienda a la autoridad de INDECOPI realizar con mayor constancia y de forma periódica fiscalizaciones y supervisiones en los establecimientos comerciales del Distrito de Puno.

VII. REFERENCIAS

- ASPEC. (2002). Consumo Respeto. *Revista*, 19-31.
- BULLAR GONZALES, A. (2003). *Derecho y Economía. El análisis económico de las instituciones legales*. Lima: 1era Ed. Palestra Editores.
- BULLARD GONZALES, A., & DURAND CARRION, Julio. (2012). ¿Es el consumidor un idiota? El falso dilema entre un consumidor razonable y el consumidor ordinario / El Consumidor razonable o diligente, el mito que puede crear un cisma entre los peruanos). *Revista de la Competencia y de la Propiedad Intelectual Nro. 10*.
- BURBANO DE LA PUENTE, K. (2015). ¿Por qué ha fracasado el Libro de Reclamaciones? *La Ley*.
- CACERES VALLE, C. L. (07 de Mayo de 2011). (D. L. Primera, Entrevistador)
- CARBONELL O'BRIEN, E. (2015). *Comentarios al Código de Protección y Defensa al Consumidor*. Lima: Jurista Editores E.I.R.L.
- CARRANZA ALVAREZ, C. (2013). El deber de idoneidad y los mecanismos de solución del proveedor. Comentarios a un reciente criterio del Indecopi. *Dialogo con la Jurisprudencia, numero 183*, 39-44.
- DE LA PUENTE Y LAVALLE, M. (1995). Las Clausulas Generales de Contratación y la Protección al Consumidor. *Themis, segunda epoca, numero 31, Lima*, 15-22.
- Decreto Legislativo 716. (07 de noviembre de 1991). *Ley de Protección al Consumidor*. Lima.
- Denunciante: Cheenyi E.I.R.L. Denunciado: Konica S.A., Expediente 102-95-C.P.C. (Tribunal de Defensa al Consumidor 1995).
- Directrices para la Protección al Consumidor, Resolución 39/248 (Asamblea General de las Naciones Unidas 16 de abril de 1985).
- DURAND CARRION, J. (1995). *Tutela Juridica del Consumidor y de la Competencia*. Lima: San Marcos.
- DURAND CARRION, J. (2008). *El derecho del Consumidor como Disciplina Juridica Autonoma*. Lima: Asamblea Nacional de Rectores.
- DURAND CARRION, J. (2016). El Consumidor Razonable o diligente, el mito que puede creae un cisma entre los peruanos. *Revista PUCP*.
- ESPINOZA ESPINOZA, J. (2012). *Derecho de los Consumidores*. Lima: Editorial Rodhas.
- FERNANDEZ GIMENO, J. P. (2005). Los consumidores y usuarios como sujetos afectos a un especial tutela juridica. *En Derecho Privado de Consumo*, 97.

- FOSADA JUAREZ, I. (2011). *Scribd*. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de <https://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- GUIDO, A. (16 de abril de 1985). *Directrices para la Protección al Consumidor*. Lima: Gaceta Jurídica.
- INDECOPI. (2015). *Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú - Informe Anual*. Lima.
- INDECOPI. (2016). *Lineamientos de Protección al Consumidor*. Lima.
- INDECOPI, E. N. (2014). *Curso Protección al Consumidor. Módulo I*. Lima.
- LACA RAMOS, A., & PAZ CARDENAS, R. (2015). *Congreso Internacional del CLAD Sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*. Lima.
- LORENZETTI, R. (2003). *Consumidores, Rubinzal-Culzoni*. Santa Fe: Editores Santa Fe.
- MALPARTIDA CASTILO, V. (2003). *Derecho del Consumidor en el Perú y en el Derecho comparado*. En *Tesis para optar el grado académico de: doctor en derecho*. Lima - Perú.
- MESARINA DE ZELA, R. (2010). ¿Habemus Código de Consumo o qué? *Derecho y Sociedad*, 57.
- MORALES HERVIAS, R. (s.f.). *Actualidad Jurídica N° 202*.
- NORTHCOTE SANDOVAL, C. (2013). Criterios del Indecopi sobre el deber de idoneidad. *Actualidad Empresarial N° 290*, x-1/x-4.
- RAMÍREZ, J. (2013). *Programa de Especialización de Ejecutivos de ESAN*. Conexión ESAN.
- Resolución Final 674-2015/ILN-CPC. (2015).
- RESOLUCION N° 101-96-TDC, EXPEDIENTE 102-95-C.P.C. (Sala de Defensa de la competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual - INDECOPI 18 de diciembre de 1996).
- SENTENCIA, N° 01865-2010-PA/TC (Tribunal Constitucional 2010).
- VELASQUEZ OROZCO, J. Y. (mayo de 2009). *Derechos del Consumidor y el Uso del Libro de Quejas*. Guatemala: Tesis.
- Ver Resolución Final 221-2013/ILN-CPC (2015).
- VICENTY COLON, R. M., & FIGUEROA IGLESIAS, N. (2011). *Investigación por encuesta*. Lima.
- VIGURIA CHAVEZ, C. A. (2012). "EL CONSUMIDOR FINANCIERO: NECESIDADES DE SU IMPLEMENTACION EN EL SISTEMA NACIONAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. Tesis . Lima, Perú.
- ZAVALA LOZANO, V. (16 de Marzo de 2011). Viene Autorregulación de Consumo. *Diario oficial: El Peruano*.

ANEXOS

1. Cuestionario aplicado a los consumidores de Puno.
2. Ficha resumen de relación de expedientes de INDECOPI de Puno,
resueltos durante el año 2016.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
F.C.J.P. ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO
CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Sr. (a) Consumidor de esta ciudad de Puno, sírvase absolver el siguiente cuestionario referido al Libro de Reclamaciones, el mismo que me ayudara a desarrollar mi trabajo de Tesis. *(Marcar solo una alternativa)*

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

- 1) ¿Conoce usted el Libro de Reclamaciones?
 - a. Si
 - b. No

- 2) ¿Qué es el Libro de Reclamaciones?
 - a. Es un registro con el que debe contar cada proveedor. En el mismo, los consumidores pueden hacer constar sus quejas y reclamos en el momento en el que ocurren los hechos.
 - b. Es un libro que facultativamente debe tener el proveedor, quien decide si los consumidores pueden interponer sus quejas o reclamos en él.
 - c. Es un libro en el que puedes leer el servicio que ofrece el proveedor a los consumidores.
 - d. Ninguna de las anteriores.

- 3) ¿Cuál es la finalidad del Libro de Reclamaciones?
 - a. Brindarle al consumidor una herramienta eficiente para poder presentar su reclamo o queja en la oportunidad y lugar que ocurren los hechos.
 - b. Brindarle al consumidor un Libro para que pueda estudiar y entender lo que es el Libro de Reclamaciones.
 - c. La finalidad del Libro de Reclamaciones es informar a los consumidores de los derechos que tienen ante cualquier vulneración por parte del proveedor.
 - d. No sabe

- 4) ¿Quiénes tienen la obligación de implementar el Libro de Reclamaciones?
 - a. Aquellos proveedores que soliciten tener un Libro de Reclamaciones a través del INDECOPI.
 - b. todos los proveedores que expendan bienes y servicios en establecimientos abiertos al público, incluyendo a los proveedores de servicios regulados o supervisados.
 - c. Tienen la obligación de implementar el Libro de Reclamaciones todos los proveedores y consumidores.

- 5) En los establecimientos comerciales abiertos al público a los que ha recurrido usted en la ciudad de Puno durante el año 2016, ¿ha sido objeto de una mala atención por parte de un proveedor o ha tenido inconvenientes con el producto adquirido?
 - a. Si
 - b. No

- 6) ¿ha presentado un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones en el año 2016 en esta ciudad de Puno?
- Si
 - No
- 7) Si respondió afirmativamente la anterior pregunta ¿En que ha concluido su reclamo o queja interpuesta?
- Ha recibido una respuesta con la que se encuentra conforme
 - Nunca ha recibido una respuesta y no ha vuelto a insistir
 - Otros.....
.....
- 8) ¿Los establecimientos comerciales a los que ha recurrido usted durante el año 2016 en esta ciudad de Puno, contaban con el aviso y Libro de Reclamaciones?
- Sí, muy pocos
 - Si, pocos
 - Sí, todos
 - No, ninguno

FICHA RESUMEN DE CASOS RESUELTOS EN EL AÑO 2016						
2016-01-01-2016-12-31						
Nro.	Nro. Expediente	Tipo Expediente	Proviene	Denunciantes	Hecho Infractor	Conclusión
1	000098-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	ATENCION DE RECLAMOS - FALTA DE ATENCION DE RECLAMO	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
2	000101-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
3	000102-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO/FALTA DE IDONEIDAD	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
4	000104-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	ARCHIVO
5	000107-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
6	000111-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	ARCHIVO
7	000113-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
8	000115-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
9	000117-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
10	000120-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO/ATENCION DE RECLAMOS - FALTA DE ATENCION DE RECLAMO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
11	000122-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
12	000124-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO/ATENCION DE RECLAMOS - FALTA DE ATENCION DE RECLAMO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
13	000125-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO/ATENCION DE RECLAMOS - FALTA DE ATENCION DE RECLAMO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
14	000126-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA

15	000127-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LISTADO DE PRECIOS - NO CUENTA CON LISTA DE PRECIOS	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
16	000128-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
17	000129-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES/ROTULADO - ROTULADO CON DATOS INCOMPLETOS	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA

18	000130-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES/ROTULADO - ROTULADO CON DATOS INCOMPLETOS	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
19	000135-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
20	000137-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
21	000139-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	ATENCION DE RECLAMOS - FALTA DE ATENCION DE RECLAMO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
22	000147-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
23	000149-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
24	000151-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
25	000153-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
26	000165-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
27	000166-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
28	000167-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
29	000169-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA

					REGLAMENTO	
30	000170-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
31	000171-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
32	000173-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
33	000177-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
34	000183-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
35	000185-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA

36	000193-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
37	000194-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
38	000195-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES/PRODUCTO VENCIDO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
39	000196-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
40	000197-2015/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON LIBRO DE RECLAMACIONES	SANCION SIN MEDIDA CORRECTIVA
41	000003-2016/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISION DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE PUNO	LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO/LIBRO DE RECLAMACIONES - HOJAS DEL LIBRO DE RECLAMACIONES NO CUMPLEN CON LAS ESPECIFICACIONES DEL REGLAMENTO	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
42	000004-2016/CPC-INDECOPI-PUN	SANCIONADOR POR INICIATIVA DE LA AUTORIDAD	DE OFICIO	COMISION DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI	ATENCION DE RECLAMOS - CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCION DE RECLAMOS	SANCION CON MEDIDA CORRECTIVA
43	000011-2016/CPC-INDECOPI-PUN	APELACION	DE PARTE	ACERO ZAPANA, BLAZ	LIBRO DE RECLAMACIONES - AVISO NO SE ENCUENTRA EN LUGAR VISIBLE Y ACCESIBLE	REVOCA

44	000013-2016/CPC-INDECOPI-PUN	DENUNCIA	DE PARTE	MENDOZA ARCANA, VILMA YOLANDA	LIBRO DE RECLAMACIONES - AVISO NO SE ENCUENTRA EN LUGAR VISIBLE Y ACCESIBLE/FALTA DE IDONEIDAD	FUNDADA
45	000024-2016/CPC-INDECOPI-PUN	DENUNCIA	DE PARTE	CALSIN VILCA, PILAR	LIBRO DE RECLAMACIONES - LIBRO DE RECLAMACIONES VIRTUAL NO SE ENCUENTRA EN PLATAFORMA DE FACIL ACCESO/LIBRO DE RECLAMACIONES - ESTABLECIMIENTO NO CUENTA CON AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES	INFUNDADA
46	000028-2016/CPC-INDECOPI-PUN	DENUNCIA	DE PARTE	TONCONI CONDORI, FRANCISCO	ATENCION DE RECLAMOS - FALTA DE ATENCION DE RECLAMO	INFUNDADA