



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Abogado

**Los contratos de consumo de audio grabado y las incidencias
de afectaciones en los derechos del consumidor Arequipa 2019 –
2021**

AUTORES:

Huahuasonco Quispe, Dionicio Bernardino (orcid.org/0000-0003-3942-1075)

Gutierrez Barrantes Hector Adrian (orcid.org/0000-0002-3945-5905)

ASESOR:

Mg. Saavedra Vera Cesar Orlando (orcid.org/0000-0002-2997-9131)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Derecho de familia, derechos reales, contratos y responsabilidad civil contractual y
extracontractual y resolución de conflictos

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedicamos a nuestros seres queridos, compañeros amigos y aquellas personas que nos abrieron las puertas para realizar nuestra investigación y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres y a nuestros hijos que son el tesoro, quienes con sus alegrías alimentan a cumplir nuestras metas personales y profesionales.

Finalmente, a nuestro asesor el Dr. Cesar Orlando Saavedra Vera por su apoyo y conocimiento en la elaboración de nuestra tesis.

Índice de contenidos

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población, muestra y muestreo, unidad de análisis.....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES.....	28
VI. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS	1
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	4

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de la población de estudio	16
Tabla 2: Reclamos relacionados con comercio electrónico, en el departamento de Arequipa	20
Tabla 3: Contrato de consumo de audio entre el proveedor y el consumidor o usuario se realiza de buena fe	21
Tabla 4: Equidad entre proveedores y consumidores en los contratos de consumo de audio	22
Tabla 5: Confianza y buena fe para los consumidores en los contratos de consumo de audio por internet	23
Tabla 6: Excesos y abusos por parte de los proveedores que vulneran los derechos de los consumidores en los contratos de consumo de audio	24
Tabla 7: Proveedores que cumplen con brindar suficiente y adecuada información a los consumidores en los contratos de audio.....	25
Tabla 8: Proveedores que brindan servicios o productos idóneos a los consumidores en los contratos de audio	26
Tabla 9: Considera la tutela que brinda el Estado a través de INDECOPI en las quejas y denuncias de los consumidores en los contratos de audio	27

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la manera que los contratos de consumo de audio grabado vulneran los derechos del consumidor en Arequipa del 2019 al 2021. El diseño metodológico que se utilizó fue no experimental, ya que se trata de un enfoque cuantitativo, cuyo nivel descriptivo y explicativo y el tipo de investigación es básica. Asimismo, la investigación tiene como población de estudio 20 abogados, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta.

Se concluye que un 55% de abogados, es decir más de la mitad de ellos señalan que el anonimato de los proveedores mediante de internet en los contratos de uso posibilita a veces la confianza y buena fe para consumidores o usuarios. Todo ello se presenta debido a que tras el anonimato de los proveedores es factible de engañar a los consumidores o usuarios afectando su plena confianza y buena fe.

Palabras clave: Contratos de consumo de audio, Derechos del consumidor, Buena fe e idoneidad.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine how recorded audio consumption contracts violate consumer rights in Arequipa from 2019 to 2021. The methodological design used was non-experimental, since it is a quantitative approach, whose descriptive and explanatory level and the type of research is basic. Likewise, the research has as a study population 20 lawyers, to whom the survey technique was applied.

It is concluded that 55% of lawyers, that is, more than half of them, point out that the anonymity of providers through the Internet in use contracts sometimes enables trust and good faith for consumers or users. All this occurs because after the anonymity of the providers it is feasible to deceive consumers or users, affecting their full trust and good faith.

Keywords: Audio consumer contracts, Consumer rights, Goo faith and Suitability

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito del derecho, se presentan una diversidad de problemas jurídicos, siendo uno de ellos el referido a la íntima vinculación de los contratos de audio con la protección a los consumidores. La Carta Magna de 1993 establece en su articulado 65º, la garantía del acceso a poder defenderse de la cual estaría investido el público; y se reconoce legamente la atribución de la que están conferidos legalmente, como es poder ser informado, al acceso a servicios de salud y su propia seguridad. Relacionado a lo anterior, es importante la tutela jurídica del consumidor debido a que es el personaje principal de las relaciones jurídicas y donde se aprecia que en los últimos tiempos se viene dando una expansión en ofrecimiento de servicios y productos, así como se presenta la presencia de atención hacia lo económico, ello genera espacios no regulados por la norma e ineficientes de carácter legal. Por su parte la Ley 29571, CPDC, en el artículo 18º dispone la obligación de los proveedores de brindar un servicio idóneo, en tanto los artículos 124º al 127º, norman el procedimiento sumarísimo para proteger a los consumidores. En el contexto actual, el rol del Estado Peruano es promover el desarrollo socioeconómico, donde exista equidad para las partes.

En la actualidad las personas realizan contratos de audio, desconociendo sus legítimos derechos básicamente el derecho a la información que permitiría analizar diversas alternativas existentes en el entorno comercial lo cual posibilitaría mejores condiciones electivas por parte de los clientes, así como el reclamo y denuncia si se presentara abusos y excesos.

Es indudable que se debe cumplir con la Ley N° 29571, CPDC, donde se aprecia como medio para proteger a los consumidores, siendo en la actualidad un eje esencial en todo contrato de audio ya que es vital el adecuado funcionamiento del mercado entre empresas y consumidores siendo básico el acceso al conocimiento como medio en que los consumidores se hallen protegidos buscando garantizar la información con la finalidad de que se preste

su consentimiento de manera clara y reflexiva, contando con pleno conocimiento.

Es posible que en los contratos de consumo de audio se presente la desinformación y la discordancia entre una determinada prestación contratada y la que se finalmente se ejecutó. Al respecto se debe tener en cuenta la desventaja del consumidor de no observar el producto o de conocer de modo pormenorizado el servicio o el producto. En consecuencia, es vital el conocimiento de las condiciones, plazos y procedimientos.

La definición del consumidor está referida a toda persona que es destinatario final de un producto o servicio, siendo esencial que se encuentre en un espacio ajeno a una empresa o profesional. Es esencial que el comerciante u empresario tenga como obligación brindar la respectiva información que sea clara y como obligación previamente antes que se vea en la problemática de un contrato diferente de estos. Las normas a favor del consumidor de acuerdo a Córdova (2012), son normas que para su ejercicio y cumplimiento depende únicamente del papel que le atañe desarrollar al Estado como custodio y garante.

El CPDC, cuenta con el Procedimiento Ordinario existiendo solamente una vía procedimental administrativa en la manera como resolver desacuerdos entre consumidores y proveedores; pero en los actuales momentos, debido a la señalada norma el Sistema de Protección al Consumidor del INDECOPI alcanza asimismo el Procedimiento Sumarísimo.

De este modo, cumple un rol esencial INDECOPI, siendo un ente administrativo encargada de supervisar el cumplimiento de los derechos del consumidor; y también la facultad de imposición de sanciones administrativas en la comisión de infracciones.

Es fundamental que las normas protejan a los consumidores y se focalicen en el deber de información precontractual para contribuir a que el

consumidor brinde su consentimiento de manera clara y con pleno conocimiento de los alcances contractuales.

En el contrato de consumo de audio se presenta una vinculación asimétrica caracterizada por el desequilibrio o desigualdad, por lo tanto, es necesario que el empresario proporciones de modo obligatorio la respectiva información antes de celebrar el contrato y así se cumpla con ese derecho que tiene los consumidores a poseer información de lo que está adquiriendo.

En dichos contratos es necesario establecer condiciones generales. Al respecto Pérez (2007), menciona que la existencia de los contratos tipos (generales), constituye una obligación que a su vez es jurídica como monetaria.

En lo concerniente a la justificación, se aprecia que el presente trabajo es relevante porque se pretende investigar una realidad jurídica referida a los contratos de audio y su repercusión negativa en los legítimos derechos que tiene el consumidor, básicamente, en cuanto al derecho de ser informado e idóneo. Y en donde es esencial apreciar cómo afecta dichos contratos a los consumidores y su proceso que pueda darse en INDECOPI o el Poder Judicial.

Es útil esta investigación porque nos posibilita reflexionar sobre una realidad jurídica que actualmente viene afectando a los consumidores, debido a que los contratos de audio afectan seriamente el derecho de cada consumidor o usuario.

Y en consecuencia, deben conocerse las razones por las cuales se vulnera el derecho de los consumidores por dichos contratos de audio.

Esta investigación es factible porque se cuenta con recursos humanos, económicos y materiales para culminar el presente trabajo. Además, no existen mayores inconvenientes para aplicar el respectivo instrumento de investigación.

Este trabajo servirá de aporte en el ámbito del derecho por cuanto posibilitará analizar la manera como el contrato de audio vulnera el derecho de

cada uno de los consumidores, así como, el rol que cumple INDECOPI y el Poder Judicial.

Cuenta con validez social porque nos posibilita apreciar una realidad socio jurídico sobre aspectos fundamentales de los contratos de audio porque se trata de lograr un equilibrio en las vinculaciones contractuales y todo ello se encuentra íntimamente concatenado con la vulneración del derecho del consumidor.

Esta investigación tiene importancia académica porque nos permitirá conocer y profundizar sobre las interrelaciones que se generan entre los contratos de audio y la defensa de los consumidores, así como, se debe tener en cuenta las posibles arbitrariedades contractuales.

El trabajo cuenta con importancia metodológica porque nos permitirá emplear las diferentes fases, así como herramientas para seguir el camino de la investigación referida a los contratos de audio en la realidad peruana vinculada con la vulneración del derecho que tiene el consumidor.

Esta investigación es de actualidad porque se encuentra vigente la problemática de los contratos de audio en la realidad peruana íntimamente vinculada con la afectación al derecho que tiene todo consumidor, siendo esencial su protección en las contrataciones de audio.

Es original porque anteriormente no se ha realizado ninguna investigación sobre contratos de audio y la vulneración del derecho que tiene el consumidor en la ciudad de Arequipa. Por ello, es pertinente y oportuno el presente tema para profundizar, nuestros conocimientos sobre la presente problemática.

Esta situación problemática a investigar se puede formular de la manera siguiente: ¿De qué manera los contratos de consumo de audio grabado vulneran los derechos del consumidor en Arequipa del 2019 al 2021? En lo mencionado, se plantea evaluar los subsiguientes problemas específicos: a) ¿Cómo se presentan la disconformidad de los contratos de consumo de audio en los

usuarios? y b) ¿Cómo se presenta la vulneración de los derechos del consumidor en Arequipa en el periodo del 2019 al 2021?

El objetivo general sería: Determinar la manera que los contratos de consumo de audio grabado vulneran los derechos del consumidor en Arequipa del 2019 al 2021.

Entre los objetivos específicos abordados tenemos: a) Precisar la disconformidad de los contratos de consumo de audio en los usuarios b) Identificar la vulneración de los derechos del consumidor en Arequipa en el periodo del 2019 al 2021.

La presente investigación tiene como hipótesis: Es probable que los contratos de consumo de audio grabado vulneren los derechos del consumidor en Arequipa del 2019 al 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Como antecedentes internacionales tenemos a los siguientes: Lazcano (2014). En la formación de un consentimiento que se tiene en el contrato de consumo de luz en el caso SERNAC contra CENCOSUD. En la Universidad de Chile. El presente trabajo está referido al recurso de casación interpuesto por SERNAC, por el cual culmina el juicio entre este y CENCOSUD, y se declara abusiva la modificación unilateral de la suma de dinero por la comisión de gastos de mantenimiento en la tarjeta Jumbo Más y por lo tanto, se ordenó el pago de indemnización a los miles de consumidores vulnerados y a la restitución de los cobros indebidos. En esta tesis se efectúa el análisis del inicio por acuerdo voluntario de las partes en el contrato de consumo, con la finalidad de aclarar si se cumple la forma de protección en cuanto a la aceptación por parte del consumidor. Se trata del análisis de modo concreto dar consentimiento en los contratos de los servicios de luz en vinculación a las modificaciones que se realizaron a los contratos de adhesión, siendo ello la forma que produce un contrato de consumo.

Por su parte Flórez (2020). La inaplicación de normas y la efectividad del contrato de consumo. Universidad Externado de Colombia. Esta tesis está referida a los contratos de consumo en cuanto a la figura jurídica de los contratos privados, así también las normas legales necesarias en los contratos de consumo; se reflexiona sobre lo importante que es conocer los escenarios donde se presenta los vicios de la voluntad, la legitimación de ser capaz de tomar una decisión propia, como un medio para llegar, a la efectividad del contrato; en otras palabras se trata de minimizar aspectos sobre la estafa, error y cumplir lo acordado en la celebración del contrato, de modo concreto en el contrato de consumo realizado. Se busca el proteger y garantizar el derecho que tienen los destinatarios finales por parte de nuestro Estado.

De otro lado, Burneo (2008). En el contrato de adhesión y mecanismos de protección al consumidor. Universidad Andina Simón Bolívar. Esta tesis está referida a la tutela de los consumidores por parte de la Carta magna y la norma Orgánica que protege a los consumidores, y otros cuerpos legales, pero la insuficiencia normativa o falta de políticas públicas se aprecia que la protección del consumidor es insuficiente y limitada, sobre todo en contrato de adicción en cuanto a los controles en el ámbito constitucional, administrativo y jurisdiccional. Se toma en cuenta otros dispositivos alternativos de solución de conflictos. Es vital poseer control regulatorio de los contratos de adhesión en referente al consumidor debido a la existencia de abusos del proveedor y por ello debe implementarse nuevos procedimientos legales, así como mecanismos administrativos, pero sin vulnerar la autonomía empresarial, así como la libre contratación.

Como antecedentes nacionales tenemos a los siguientes: Huaccha (2020). La Protección al Consumidor Lambayecano en el Procedimiento Sumarísimo de INDECOPI presentada en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Su finalidad fue apreciar progresos en el procedimiento que se sigue en la defensa de los consumidores, debido al surgimiento de un Órgano Resolutivo de la Oficina Regional del INDECOPI de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor de Lambayeque (OPS), siendo la autoridad unipersonal que se encarga de la resolución de conflictos por su cuantía o materia, deben contar con celeridad, debido a que en esta Región, en el periodo 2010 – 2018, se presentó un incremento de carga referidos a la protección al consumidor que fue efectuada ante la OPS, dándose el trámite de 6081 procedimientos en el plazo legal de 30 días hábiles.

Ayala (2017). La protección al consumidor frente al desarrollo del comercio electrónico en el Perú presentada en la Universidad Nacional de Piura. Su finalidad fue establecer la urgencia de referirse en un apartado determinado de la Protección al Consumidor en los asuntos referidos a actividades comerciales on-line pues la mayor parte de usuarios así como consumidores

cuenta con desventajas, por consiguiente, se requiere su normatividad en la Ley N° 29571. Al respecto los consumidores en línea tienen serias dificultades en la verificación de los sujetos que comenzaron la vinculación comercial, por el anonimato que proporciona internet; es decir no estando presente físicamente los proveedores o sus representantes, no se posibilita establecer la debida confianza y por ello se requiere la experimentación de mecanismos adecuados para el normal funcionamiento del comercio electrónico y con ello exista confianza.

De otro lado Villegas (2017). En La afectación y su resarcimiento económico de los derechos del consumidor en el procedimiento sancionador seguido ante INDECOPI. Presentada en la Universidad Cesar Vallejo. Siendo su objetivo determinar los fundamentos jurídicos para resarcir en lo económico al consumidor vulnerado dentro del acto destinado a encontrar responsabilidad seguido ante INDECOPI. Actualmente se presentan ciertos vacíos en cuanto al derecho que le asiste al consumidor, como falta de accesos o desconocimiento del consumidor al órgano jurisdiccional, carencia de un conjunto de estrategias y acciones que posibilite a INDECOPI generar una educación de consumo, así como esencialmente la ausencia del resarcimiento de daños; teniendo el objetivo de salvaguardar derechos legales, frente a la presencia de infracciones en el intercambio comercial. Por ello es preciso la existencia de un mecanismo legal establecido en nuestra normatividad jurídica en sede administrativa para su protección plena.

En cuanto a las teorías relacionadas al tema con referencia al derecho del consumidor, es factible afirmar que el consumidor es un individuo con representación o sin ella que compre, que use o goce el bien mueble o inmueble, o prestaciones públicas o privadas, tanto para disfrute propio como para otros, cada vez que se posea la calidad de ultimo consumidor, no teniendo la determinación de revender o incluirlos recibiendo rentas por los productos adquiridos. (López, J. 2001).

Hablar del derecho que tiene el consumidor es hablar de un conglomerado de normas establecidas por el Estado con el objetivo de proteger la suficiencia económica de su gente, cautelar el bienestar y la protección fisiológica por la adquisición de algunos bienes y prestaciones, para dar garantía y sea útil o posea la capacidad de uso del producto obtenido o que la prestación satisfaga la necesidad (Durand Carrión J. 2007).

De acuerdo al autor los Derechos de los Consumidores se refieren a una colección de leyes señaladas con la finalidad de cautelar y presidir todo lo referente a procedimientos legales realizados por el consumidor y que se interesa satisfacer las necesidades por medio de la obtención de prestaciones de servicio y productos.

Se considera que los derechos de cada consumidor vienen a estar en cada persona, y que cuando esta es corrompida es necesario que se proceda a su reparación debido a que dicha vulneración tiene la calidad de una transgresión de un derecho de la persona y esta debe contarse desde el punto de vista jurídico con un procedimiento análogo al abuso de la intimidad, la libertad u otra característica que atañe a la personalidad.

En suma, el Derecho al Consumidor está referido a aquellos derechos que se encuentran vinculados a todos los consumidores que realizan intercambios comerciales dinamizando la economía.

La CP establece en el articulado 65º que es un deber del Estado defender el interés de cada consumidor y usuario. Por lo que es garante del derecho a ser informado de lo que conoce, en relación al bien y servicio que circula en el mercado. Por otro lado, en específico, vigila la integridad y cautela el bienestar de su población.

La presencia del consumidor en la actualidad es relevante porque se vuelve una persona económica investida de derechos y esta es cautelada de

modo efectivo mediante una entidad que se encarga de proteger su interés y resolver sus denuncias.

El derecho de información tiene un sustento debido a que el deber de idoneidad implica expectativa que se genera en las personas en base a la información brindada por los proveedores.

Nuestra Carta Magna en su articulado 65 dispone la responsabilidad de defender los intereses de todo consumidor o usuario. Con referencia a su cumplimiento, es por ello que el Estado tiene que dar garantía mediante la información necesaria de cada bien y servicio que se encuentre dispuesto en el mercado.

Para su cumplimiento se promulgó el Código de Protección al Consumidor (Ley N° 29571) y se establece en el articulado 45 que los contratos de consumo son aquellos que poseen "en esencia relaciones jurídicas patrimoniales en las que actúan uno en forma de consumidor y otro en forma de proveedor adquiriendo por ese medio un producto o servicio a cambio transacción económica".

Se aprecia que en el contrato debe incidir una correspondencia legal patrimonial o deber; sin embargo, en el contrato de consumo participan los consumidores y proveedores existiendo una relación pecuniaria.

En los contratos de consumo se debe entenderse como el realizado con una prestación económica entre un consumidor final que se trata de una persona natural o jurídica, pública o privada, y otra que, actúa profesional u ocasionalmente, en calidad de productor, importador o distribuidor, para que comercie bienes y pueda prestar servicios, asimismo tener como esencia de esta relación el adquirir, usar o gozar de estos en uno mismo, para uso exclusivo, familiar o social.

Es vital que el Estado proteja al consumidor mediante un conjunto de medidas legales y de este modo se defienda su capacidad adquisitiva para

garantizar su salud y seguridad física, además de otros aspectos, respecto a la venta de algunos bienes y servicios; así como ser útil o capaz de ser empleado estos productos que adquiera o servicios que contrate en satisfacer su necesidad.

El derecho de información tiene un sustento debido a que el deber de idoneidad implica expectativa que se genera en las personas en base a la información brindada por los proveedores.

La CP establece que el Estado se encargue defender el interés de cada consumidor y usuario, y con la finalidad de dar estricto cumplimiento a dicho deber, así como defender y proteger al consumidor ha instaurado el CPDC, este realiza un reconocimiento del derecho a proteger sus legítimos intereses económicos, por medio de un trato igualitario y justo en toda la transacción comercial.

En el artículo 65 de la Carta Magna se dispone defender el interés de todo consumidor y usuario desde dos caminos, como principio rector para la actuación del Estado y como derecho subjetivo.

En el primer caso es un principio que busca dar una posición y establecer el actuar del Estado con referencia a todo movimiento comercial. En el segundo caso se establece la potestad del ejercicio efectivo del consumidor y usuario en los casos de vulneración o desconocer sus intereses legítimos; en otras palabras, el derecho se manifiesta en una pretensión tanto a las autoridades públicas y los organismos gubernamentales como hacia los individuos.

De acuerdo al art. 65 de la Carta Magna se aprecia que el Estado ampara dos deberes generales: garantiza el derecho a recibir a la información y cautela la salud y la seguridad de las personas en su actuación de consumidor o usuario.

Se aprecia el planteamiento de tres funciones básicas del Estado:

- a) El Estado se encarga de la defensa del interés de los consumidores y los usuarios.

- b) El Estado se encarga de garantizar que la información llegue al consumidor por ser un derecho que le tienen que brindar los proveedores en referencia a los productos y prestaciones que se encuentran disponibles en los mercados a disposición del consumidor y el usuario, con el fin de compensar (en parte) la natural desigualdad informativa.
- c) El Estado se encarga de velar por la salud y la seguridad de las personas, teniendo en cuenta que son derechos relevantes y que implican un mayor esfuerzo de protección por parte del Estado.

En la Sentencia del TC en el Exp. N° 0858-2003-AA/TC del 24 de marzo de 2004, se señala que: para este órgano supremo aclarando que los pactos convenidos, así como los escritos en el uso de su función y su independencia exclusiva y así como su autonomía establecida con las persona, no se puede contradecir con otro derecho fundamental, porque, por un lado, la actuación autónoma convenida no puede ser considerada como un derecho final y, por otro lado, los demás derechos fundamentales, conforman en su conjunto, como se han dicho muchas veces, exactamente, que en la disposición material de los valores se sustentan cualquier ordenamiento jurídico en el estado peruano.

Es por este hecho que, el Tribunal Constitucional piensa que el empleo de una condición legal en el contrato que liga a la recurrente a una de las codemandadas por un lapso determinado, y al pago de un “cargo fijo”, dadas las circunstancias específicas en caso de autos, resulta manifiestamente ilegal, por contradecir la dimensión negativa de la libertad contractual. El Tribunal aprecia que, en la medida en que OSIPTEL no ejerció adecuadamente su deber específico de proteger la dimensión negativa de la libertad contractual de la recurrente, y violó de nuevo el derecho reconocido en el artículo 65 de la Constitución, estando, por lo tanto, inconstitucional el ordinal N.° 2 de la parte resolutive de su Resolución N.° 1.

La CP busca la protección del consumidor, sin que esto suponga que exista paternalismo que en un primer momento parece genere beneficios, pero

al final es contraproducente para todos aquellos que se encuentran involucrados en el mercado.

El Tribunal ha convenido que la defensa que la Constitución hace a los consumidores se encuentra enmarcado en una serie de normas que se encuentran en el articulado 65: 1) Como el principio proconsumidor; 2) también el principio de proscripción del abuso del derecho; 3) el principio de isonomía real (igualdad); 4) el principio restituo in integrum; 5) el principio de transparencia; 6) el principio de veracidad; 7) el principio indubio pro consumidor; y 8) el principio pro asociativo (Agua Pura Rovic S.A.C. v. INDECOPI, f. 9). Todas estas normas mencionadas ya se han escrito y hablado, y se encuentran en el campo de la subjetividad y es deber del consumidor defenderla, en el campo de la administración así también en el de los tribunales. Por ello concordamos con Sosa porque manifiesta que «la Carta magna posee a su vez una "especial obligación de proteger", como precepto fundamental encaminado por el Estado, y así mismo de un principal y complicado deber "de proteger el interés de todo consumidor y usuario", permitiendo al consumidor reclamar defendiendo varias posturas iusfundamentales que le asisten» (Sosa, 2011)

Es vital que se proteja al consumidor debido a que por una parte se supera esa vieja contradicción “parte fuerte - parte débil” en el contrato; y de otro lado, la mayor información que posee el vendedor con respecto al consumidor y el vínculo de consumo.

En la sentencia recaída en el Exp. N° 018-2003-AI/TC, se aprecia que el Tribunal Constitucional establece que, por medio del principio “pro consumidor” consigna: "el interés de defender a todo consumidor y usuario como resultado de esa relación desigual que posee toda empresa proveedora teniendo una potestad real. Por consiguiente, ese compromiso implica aplicar el principio pro consumidor, formando de esta manera que, se genere así que en todo acto nuevo, exégesis y unión normativa".

El Tribunal Constitucional en dictamen que se encuentra en el Exp. N° 0008-2003-AI/TC, apartado 30, consigna: “la Constitución prescribe en su artículo 65° la defensa del interés de todo consumidor y usuario, mediante un sentido legal doble; de otro modo, instituye un fundamento que guía como debe actuar el Estado y, a su vez, reconoce el poder de reclamar”.

Es fundamental indicar que la mayoría de la población peruana está fuera del mercado formal, en lo que se refiere a calidad de sujetos activos de la economía, así como en su condición de consumidores. En consecuencia, se hace difícil establecer normas amplias para proteger a los consumidores.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Es de tipo básica siendo de nivel descriptivo y explicativo. En lo referente al diseño de la investigación es no experimental debido a que no se manipula en ningún momento las variables de la presente temática.

El presente trabajo se orienta en lo cualitativo, pues la recolección de datos e información estará dirigida al sujeto u objeto estudiar y estos antecedentes, no serán ponderados u cuantificados, debido a que será un estudio en la que se investigará mediante observación y descripción las vicisitudes que ocurren a los usuarios y consumidores en Arequipa en el periodo del 2019 al 2021, sin tener en consideración la medición de estas, Ñaupas et al. (2018).

3.2. Variables y operacionalización

De acuerdo a Romero (2015), la categoría abarca de manera general el concepto de elementos o cualidades comunes en que se puedan relacionar entre sí. Por consiguiente, las categorías deben contar con sus respectivas subcategorías.

A. Subcategoría 1

Contrato de consumo de uso

Indicadores

A1. Buena fe

A2. Cláusulas abusivas

B. Subcategoría 2

Derechos de los consumidores

Indicadores

B1. Derecho a la información

B2. Idoneidad

La matriz de categorización se presenta en los anexos.

3.3. Población, muestra y muestreo, unidad de análisis

En cuanto a la población se tomó como referencia a los profesionales de Derecho del Colegio de Abogados de Arequipa. Se considera que existen 7000 profesionales; de ellos se toma en cuenta como muestra a 20 abogados. El muestreo fue al azar.

Tabla 1 Características de la población de estudio

Participante	Genero	Categoría de estudios	Modalidad contractual	Procedencia	Domicilio actual
A1	M	Pregrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A2	M	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A3	F	Posgrado	Publico	Arequipa	Arequipa
A4	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A5	M	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A6	M	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A7	M	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A8	M	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A9	M	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A10	M	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A11	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A12	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A13	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A14	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A15	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A16	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A17	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A18	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A19	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa
A20	F	Posgrado	Privado	Arequipa	Arequipa

Origen: Encuesta aplicada

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se emplea la técnica de análisis documental, y a través de ella se recopila información en lo referente a la normativa legal y en las subcategorías establecidas relativamente. Al respecto Ñaupas; Valdivia; Palacios; & Romero (2018) expresan que esta técnica es una herramienta que tiene como propósito

recabar información para brindar respuesta a lo estudiado, adquiriendo así conocimientos más complejos.

3.5. Procedimientos

En la presente investigación se efectivizó cumpliendo el objetivo general y los objetivos específicos señalados con anterioridad. En lo concerniente a la recopilación de datos se empleó distintos instrumentos como la ficha documental y la encuesta. Con el propósito de construir, identificando partes importantes de la investigación se procedió a implementar la matriz de categorización, en donde se consideraron subcategorías, el problema y los objetivos planteados. De igual modo, se efectuó la elaboración del proceso de triangulación. Se procedió al mismo tiempo a usar la técnica de análisis documental mediante la recopilación de información acerca del contrato de consumo de uso; así como, los derechos de los consumidores para que se cumpla los objetivos trazados en la investigación. Después se recolectó y se organizó los datos recabados, para su posterior análisis en cada uno de los objetivos planteados.

3.6. Método de análisis de datos

En este trabajo se ha investigado los conceptos fundamentales, porque se ha procedido describiendo el problema de investigación; mediante el empleo de técnicas cualitativas: Análisis de datos, para lograr interpretar los datos que se han obtenido en el transcurso del estudio, lo cual posibilitó elaborar la teoría emergente describiendo detalladamente el problema que se ha estudiado.

3.7. Aspectos éticos

El presente proyecto contó con su respectiva veracidad, es decir, se respetó la propiedad intelectual, debido a que en lo referente a las citas se empleó de modo correcto de acuerdo a lo establecido en el estilo APA, por consiguiente, esta investigación es original debido a que se respeta el derecho de autor de las citas. Se citó los párrafos de los libros que nos han servido para la presente investigación. En consecuencia, la presente investigación es única y original debido a que se señala las citas de acuerdo a las normas APA, la cual

contiene estándares, contenido y estructura para efectuar las citas de los autores que se emplean en la investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo daremos alcance de los resultados conseguidos a partir de las fuentes de información utilizadas, los cuales incluyeron la aplicación de la encuesta y el análisis de las respuestas de los litigantes en actividad. Este análisis de datos se realiza mediante el programa Excel 2019 para la sistematización en tablas, códigos y matriz de reseñas, con los cuales se ha organizado la información para facilitar la interpretación.

En un primer momento se ha analizado los resultados del informe anual presentado por INDECOPI entre los años 2019, 2020 y 2021, que se ha extraído de su página, ubicándonos en el rubro de los contratos de audio gravado de algunas empresas, cabe decir que en el Perú desde la pandemia se ha acentuado el crecimiento del comercio electrónico y este según la cámara de comercio en 2020 este habría alcanzado los US\$ 6,400 millones en transacciones con el 60% de crecimiento anual, este valor supera al 30.7 % de promedio anual reportado en el periodo 2009-2019, y este se ha visto reflejado también en el incremento de conflictos de consumo en el mercado peruano, sobre todo en los años 2020 y 2021.

El mercado de Arequipa para muchas empresas ha constituido una zona de importante desarrollo, por sus riquezas en diferentes sectores, minería, agricultura, pesca, etc., es por ello se ha dado el establecimiento en varios sectores de la economía siendo los principales los relacionados al comercio, telecomunicaciones y mercado financiero.

En el boletín del 2020 en Arequipa se ha recibido 45 547 reportes y consultas, de ellas 2 290 pertenecen al comercio y las acciones que se ha desplegado son la fiscalización a las 14 empresas de comercio electrónico más reclamadas por demora en la entrega de productos.

Tabla 2: Reclamos relacionados con comercio electrónico, en el departamento de Arequipa

Años	Reclamos
2019	1 000
2020	1 820
2021	1 477
Total	3 370

Fuente: Plataforma Integrada del Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) - Indecopi.

Los datos según de la tabla son extraídos de diferentes actividades económicas como: Tiendas por departamento, bazares y conexos, sistema financiero, transporte por vía aérea y otros servicio de transporte, telecomunicaciones, supermercados, bodegas, minimarkets y similares, Actividades artísticas, entretenimiento y esparcimiento, Comercio minorista de artículos de ferretería y afines, Comercio minorista de textiles, prendas de vestir y calzado, y otros menores, todos relacionados con el comercio electrónico

Análisis de los resultados obtenidos de los docentes

En la exposición de estos resultados responden a los objetivos específicos que se han planteado inicialmente. Estas incluyen también ítems para cada una de las categorías que se formularon.

1. ¿Considera usted que en el contrato de consumo de audio entre el proveedor y el consumidor o usuario se realiza de buena fe?

Tabla 3: Contrato de consumo de audio entre el proveedor y el consumidor o usuario se realiza de buena fe

Alternativas	F	%
Siempre	13	65
A veces	5	25
Nunca	2	10
Total	20	100

*Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia*

En el presente cuadro se aprecia un 65% de abogados señalando que siempre el contrato de consumo de audio entre el proveedor y el consumidor o usuario se realiza de buena fe; después un 25% expresan que a veces se efectúan de buena fe y finalmente un 10% señalan que nunca se presenta la buena fe.

Es posible inferir de este cuadro que más de la mitad de abogados expresan que siempre el contrato de consumo de audio entre el proveedor y el consumidor se efectúa de buena fe, es decir con intención de que se realice con ausencia de vicios en el consentimiento, objeto lícito y causa lícita. En todo contrato de consumo existe una vinculación entre el proveedor y consumidor o usuario, donde se hacen prestaciones mutuas, donde el primero se encarga de brindar un producto o servicio y de otra parte se encarga de retribuir el bien o servicio.

2. ¿Considera usted que en los contratos de consumo de audio existe equidad tanto para los proveedores como para los consumidores o usuarios?

Tabla 4: Equidad entre proveedores y consumidores en los contratos de consumo de audio

Alternativas	F	%
Siempre	11	55
A veces	8	40
Nunca	1	5
Total	20	100

*Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia*

Un 55% de abogados señalan que siempre en los contratos de consumo de audio existe equidad tanto para los proveedores como para los consumidores o usuarios; posteriormente un 40% a veces en dichos contratos existe equidad y finalmente un 5% manifiestan que no existe dicha equidad entre proveedores y consumidores o usuarios.

Se infiere de este cuadro que más de la mitad de abogados expresan que siempre en los contratos de consumo de audio se presentan la equidad entre las partes, es decir proveedores y de otro lado consumidores o usuarios. Sin embargo en algunas ocasiones los proveedores buscan obtener ventajas porque tiene mayor información sobre los productos o servicios frente a los consumidores o usuarios que cuentan con escasa información.

3. ¿Considera usted que el anonimato de los proveedores mediante internet en los contratos de consumo de audio posibilita establecer la debida confianza y buena fe para los consumidores o usuarios?

Tabla 5: Confianza y buena fe para los consumidores en los contratos de consumo de audio por internet

Alternativas	F	%
Siempre	8	40
A veces	11	55
Nunca	1	5
Total	20	100

*Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia*

Un 55% de abogados precisan que a veces el anonimato de los proveedores mediante internet en los contratos de consumo de audio posibilita establecer la debida confianza y buena fe para los consumidores o usuarios; posteriormente un 40% manifiestan que siempre en los contratos existe confianza y buena fe y finalmente un 5 % señalan que nunca se da dicha situación.

Por lo que se deduce de este cuadro, que más de la mitad de abogados expresan que el anonimato de los proveedores a través de internet en los contratos permite a veces la confianza y buena fe para consumidores o usuarios. Esta situación se da porque los proveedores bajo el anonimato pueden engañar a los consumidores o usuarios vulnerando su plena confianza y buena fe.

4. ¿De acuerdo a usted considera que en los contratos de consumo de audio existe clausulas con excesos y abusos por parte de los proveedores que vulneran los derechos de los consumidores o usuarios?

Tabla 6: Excesos y abusos por parte de los proveedores que vulneran los derechos de los consumidores en los contratos de consumo de audio

Alternativas	F	%
Siempre	11	55
A veces	7	35
Nunca	2	10
Total	20	100

*Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia*

Un 55% de abogados indican que siempre en los contratos de consumo de audio existe clausulas con excesos y abusos por parte de los proveedores que vulneran los derechos de los consumidores o usuarios; luego un 35% a veces ocurre exceso y abusos por parte de los proveedores y finalmente un 10% indican que nunca se presenta.

De este cuadro se infiere que más de la mitad de abogados expresan siempre en los contratos de consumo de audio se presentan clausulas con excesos y abusos por parte de los proveedores que afectan los derechos de los consumidores o usuarios en cuanto a la calidad de los productos. Esta situación básicamente se da en ocasiones porque el proveedor realiza la redacción del contrato con cláusulas contractuales que no son transparentes y por ello se vulneran los legítimos derechos de los consumidores o usuarios.

5. ¿Considera usted que los proveedores en los contratos de consumo de audio cumplen con brindar suficiente y adecuada información a los consumidores o usuarios?

Tabla 7: Proveedores que cumplen con brindar suficiente y adecuada información a los consumidores en los contratos de audio

Alternativas	F	%
Siempre	3	15
A veces	5	25
Nunca	12	60
Total	20	100

*Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia*

Un 60% de abogados concluyen que es insuficiente e inadecuada la información que brindan los proveedores a los consumidores o usuarios; después un 25% indican que la información no es suficiente ni adecuada y finalmente un 15% manifiestan que siempre es suficiente y adecuada.

Es posible afirmar que más de la mitad de abogados expresan la insuficiente e inadecuada información que proporcionan los proveedores a los consumidores o usuarios brindada por los proveedores. Esta situación se genera básicamente porque el proveedor cuenta con información sobre los productos que fabrica o comercializa, así como tiene conocimientos de la actividad comercial que efectúa. De otro lado, la información sobre el producto o servicios que cuenta el consumidor es mínima. En este contexto debe existir transparencia para ambas partes porque el derecho de información está referido a la idoneidad del producto o servicio y ello implica expectativas que se generan en las personas en base a la información.

6. ¿De acuerdo a usted los proveedores en los contratos de consumo de audio brindan servicios o productos idóneos a los consumidores?

Tabla 8: Proveedores que brindan servicios o productos idóneos a los consumidores en los contratos de audio

Alternativas	F	%
Siempre	11	55
A veces	8	40
Nunca	1	5
Total	20	100

*Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia*

Un 55% de abogados señalan que siempre los proveedores en los contratos de consumo de audio brindan servicios o productos idóneos a los consumidores; luego un 40% a veces proporcionan productos o servicios idóneos y finalmente un escaso 5% indican que nunca brindan idoneidad en dichos productos o servicios.

De este cuadro es posible inferir que más de la mitad de los abogados expresan que en los contratos se proporcionan productos o servicios idóneos para los consumidores. Al respecto el contrato de consumo es la relación entre dos partes, de un lado está el proveedor y de otra parte está el consumidor, donde se efectúan prestaciones mutuas, de tal modo que uno se encarga de otorgar un bien o servicio y el otro efectúa la retribución por el bien o servicio. Dicha vinculación debe ser transparente en brindar productos o servicios idóneos para los consumidores o usuarios.

7. ¿Cómo considera usted la tutela que brinda el Estado a través de INDECOPI en las quejas y denuncias de los consumidores o usuarios sobre los abusos de los proveedores en los contratos de consumo de audio?

Tabla 9: Considera la tutela que brinda el Estado a través de INDECOPI en las quejas y denuncias de los consumidores en los contratos de audio

Alternativas	F	%
Siempre	2	10
A veces	7	35
Nunca	11	55
Total	20	100

*Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia*

Un 55% de abogados señalan que es insuficiente la tutela que brinda el Estado a través de INDECOPI en las quejas y denuncias de los consumidores o usuarios sobre los abusos de los proveedores en los contratos de consumo de audio; luego un 35% de ellos indican que es equitativa y finalmente un 10% de abogados expresan que es suficiente.

Se deduce de este cuadro más de la mitad de abogados manifiesta que INDECOPI brinda un tutela insuficiente a las quejas y denuncias de consumidores o usuarios. Al respecto el consumidor es un sujeto económico con derechos y por tanto merece protección de sus intereses y por ello debe resolver sus denuncias. INDECOPI debe encargarse de la fiscalización en cuanto a la aplicación de manera adecuada de las normas de seguridad en la fabricación de los productos de consumo y como medida de prevención.

V. CONCLUSIONES

Se observa que un 55% de abogados, es decir más de la mitad de ellos señalan que el anonimato de los proveedores mediante de internet en los contratos de uso posibilita a veces la confianza y buena fe para consumidores o usuarios. Todo ello se presenta debido a que tras el anonimato de los proveedores es factible de engañar a los consumidores o usuarios afectando su plena confianza y buena fe.

Un 55% de abogados, es decir más de la mitad de ellos expresan siempre en los contratos de consumo de audio se observan cláusulas con excesos y abusos por parte de los proveedores que vulneran los derechos de los consumidores o usuarios. Esta situación esencialmente en oportunidades donde el proveedor efectúa la redacción del contrato con cláusulas contractuales que no son transparentes y esto genera la vulneración de los derechos de los consumidores o usuarios.

Un 60% de abogados manifiestan la existencia de insuficiente e inadecuada información que brindan los proveedores a los consumidores o usuarios. Ello genera esencialmente porque el proveedor tiene mayor información sobre los productos que fabrica o comercializa. De otra parte, la información sobre el producto o servicio que tiene el consumidor es escasa. Ante esta situación es vital la transparencia para ambas partes porque el derecho de información implica idoneidad del producto o servicio y esta situación está vinculada a las expectativas que se generan en las personas en base a la información.

Se aprecia un 55% de abogados, es decir más de la mitad de abogados expresan que INDECOPI proporciona una tutela insuficiente a las quejas y denuncias de consumidores o usuarios. Se debe tener en cuenta que el consumidor es un sujeto económico que tiene derechos y en consecuencia requiere la protección de sus intereses y por ello evitar la resolución de sus denuncias. Además INDECOPI debe encargarse de la fiscalización en referencia

a la aplicación de modo adecuado de las normas de seguridad en la fabricación de los productos de consumo y como medida de prevención.

VI. RECOMENDACIONES

Sería recomendable que se establezca un resarcimiento económico en favor del consumidor perjudicado, siendo fundamental fijar en el Código de Protección y Defensa del Consumidor una norma taxativa facultando al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual que se otorgue de modo inicial dicho resarcimiento económico; mediante la afectación de la suma de dinero por la multa aplicada por dicho ente rector.

Es importante la integración del Código Protección y Defensa del Consumidor para responder a un producto sociocultural, de los requerimientos o necesidades de los ciudadanos, jueces, operadores jurídicos y de mercado y al requerimiento de nuestro derecho civil interno a la luz de las exigencias del mercado moderno y las nuevas tendencias interdisciplinarias.

REFERENCIAS

- Aguilera, A. (1981). *La Protección de los consumidores*, Revista de Derecho Mercantil, No.161-162, Madrid.
- Aldana Ramos, E. & Gagluiffi Perechi, I. (2015). *La noción de Consumidor Final: el ámbito de aplicación subjetiva de la ley de Protección al Consumidor según el nuevo precedente de observancia obligatoria del Indecopi*. Revista Luz Et Veritas N°29
- Alpa, G. (2004). *Derecho del Consumidor*. Primera Edición. Gaceta Jurídica Editores. Buenos Aires.
- Alterini, A. (1998). *El contrato por adhesión*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Abeledo Perrot.
- Alterini, A. (1999). *Contratos Civiles Comerciales de Consumo*. Teoría General, Abeledo-Perrot. Buenos Aires.
- Arana, M. (2010). *Contrato de Consumo: Cláusula Abusiva*, Revista de la Competencia y la propiedad intelectual, Año 6, N° 10, Indecopi, Lima.
- Arias, M. (1998). *Contratos celebrados por Adhesión y Cláusulas Generales de Contratación*. Sección de Actualidad Jurídica, Gaceta Jurídica. Lima.
- Arias, M. (2002). *Exégesis del Código Civil Peruano de 1984*. Gaceta Jurídica. Lima.
- Baca, V. (2013). *Protección al consumidor; análisis de las funciones del Indecopi a la luz de las decisiones de sus órganos resolutivos*. Lima: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, INDECOPI.
- Barros, E. (2020). *Tratado de responsabilidad extracontractual. 2a Edición actualizada, tomos I y II*. Santiago. Editorial Jurídica de Chile, 2020.
- Baudrit, D. (2007). *Derecho Civil IV. Volumen I Teoría General del Contrato. Tercera Edición*. Editorial Juricentro. San José Costa Rica.

- Bonilla, F. (2017). *La responsabilidad social del consumidor: el consumidor responsable y la sostenibilidad del modelo económico*. <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/5c5ebb27-c87f-4a00-898e-6394ce387b92/content>
- Bullard, A. (2009). *Derecho y Economía. El análisis económico de las instituciones legales*. Palestra Editores Segunda edición. Lima. Perú.
- Calle, J. (2002). *Responsabilidad Civil por Publicidad falsa o engañosa*. Ara Editores. 2da Edición. Lima. Perú
- Cámara, S. (2020). *Resolución contractual y destino de los datos y contenidos generados por los usuarios de servicios digitales*. Cuadernos de Derecho Transaccional, N° 1, pp. 838-862.
- Carbonell, E. (2010). *Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Jurista Editores. Lima. Perú.
- Cárdenas, C. (2002). *Autonomía Privada. Contrato y Constituciones en contrato y mercado*. Gaceta Jurídica. Lima, Perú.
- Coca, S. (2020). *¿Qué es un contrato por adhesión?* Lima. Perú
- Córdova, I. (2012). *Las Cláusulas Generales de Contratación en el Perú y su relación con el estado de desprotección de los derechos del consumidor*. UNMSM. Lima. Perú.
- Cosmópolis, A. (2003). *Diálogo con la Jurisprudencia*. Gaceta Jurídica N° 62, 47.Lima. Perú
- De Barrón, P. (2019). *La pérdida de privacidad en la contratación electrónica*. Cuadernos Europeos de Deusto, N° 61, pp. 29-65.
- De La Puente, M. (2000). *Cláusulas Generales de Contratación, en Contrato y Mercado*. Gaceta Jurídica. Lima. Perú.
- De La Puente, M. (2007). *El Contrato en General*. T. I Palestra. Lima. Perú.

- Díaz, S. (2020). *La protección de los datos y contenidos digitales de las personas fallecidas*. Reus. Madrid
- Domínguez, C. (2020). *En torno a la reparación del daño moral en el ámbito del derecho del consumo: distinción entre problemas comunes y especiales, en Elorriaga, Fabián (coordinador), Estudios de Derecho Civil XV (Santiago, Thomson Reuters), pp. 885-900.*
- Durand, J. (2007). *Tratado de Derecho del Consumidor en el Perú*. Universidad de San Martín de Porres. Lima.
- Durand, J. (2011). *Los vacíos del Nuevo Código de Protección y Defensa del Consumidor y su repercusión en los derechos del consumidor, perspectivas y efectos en el Derecho Civil*. Fondo Editorial USMP. Lima. Perú.
- Echaiz, D. (2012). *Derecho del consumidor*. *Revista Ius et Praxis*, 105-124. Recuperado el 12 de febrero de 2022, de <http://329-Texto%20del%20artículo974-1-10-20150325.pdf>
- Echeverri, V. (2011). *El control a las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión con consumidores*. *Revista Opinión Jurídica*, 10(20), 125-144. <http://www.scielo.org.co/pdf/ojum/v10n20/v10n20a08.pdf>
- Espín, I. (2020). *Contrato de suministro de contenidos y servicios digitales en la Directiva 2019/770/UE: Datos, consumidores y “prosumidores” en el mercado único digital*. *Revista de Derecho Privado*, N° 6, pp. 3-37.
- Espinoza, J. (2006). *Derechos de los Consumidores*. Editorial Rodhas. Lima. Perú.
- Goldenberg, J (2022). *La protección de la dignidad del consumidor por medio de las reglas de responsabilidad civil*. *Revista de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso* N° 58. Valparaíso.
- González, F. (2019). *Daño moral en el Derecho del consumidor*. Santiago. Ediciones DER.

- González, I. (2015) *¿Es necesaria la regulación única y autónoma de las centrales de reserva para una mejor protección del consumidor o configurarlas como agencias de viajes?* Revista de Derecho Civil, vol. II, 1. ISSN 2341- 2216 (pp. 207-210).
- González, R. (2020). *Derecho de desistimiento del consumidor en contratos celebrados a través de técnicas de comunicación a distancia*, en AA:VV.: Estudios sobre jurisprudencia europea. Materiales del IV Encuentro anual del Centro español del European Law Institute (coord. por A. Ortega Giménez), Sepin.
- González, R. (2022). *La protección del consumidor en la contratación digital*. Actualidad Jurídica Iberoamericana N° 16, ISSN: 2386-4567, pp. 1236-1253.
- Isler, E. (2019). *Derecho del consumo. Nociones fundamentales*. Valencia, Tirant lo Blanch.
- Jana, A. (2021). *La eficacia horizontal de los derechos fundamentales*, en Derecho civil y Constitución (Valencia, Tirant lo Blanch).
- López, J. (2001). *La noción del consumidor. La propiedad inmaterial III*. Revista La Propiedad Inmaterial. Colombia.
- López, P. (2001). *La ciudadanía en el Perú: El Consumidor*. Editor Oscar Sumar, Universidad el Pacífico, Lima. Perú.
- Lorenzetti, R. (2009). *Consumidores. Rubinzal – Culzoni Editores*. Segunda Edición. Santa Fe – Argentina.
- Lugo, K. (2021). *Las Resoluciones emitidas por INDECOPI y el análisis jurídico de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.
- Miranda, L. (2021). *El derecho de desistimiento en los contratos de consumo sobre contenidos digitales*. La Ley mercantil, N° 76 (La Ley 920/2021)

- MJDH. (2018). *Dossier: Defensa del Consumidor*. Selección de Jurisprudencia y Doctrina. Doctrina Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Buenos Aires. Argentina
- Naranjo, C. (2017). *Los contratos por adhesión y sus implicancias legales en la sociedad Ecuariana en el primer semestre del año 2016*. Quito, Ecuador: Universidad del Ecuador.
- Ñaupas, H. & Valdivia, M. & Palacios, J. & Romero. (2018). *Metodología de la Investigación*. Cuantitativa y Redacción de Tesis. Bogotá.
- Patrón, C. (2011). *Un acercamiento preliminar a la función económica de la Protección al Consumidor*. Editor Oscar Sumar. Universidad del Pacífico, Lima. Perú.
- Pérez, A. (2007). *Teoría general de las obligaciones*. Obra revisada y actualizada por Alberto Tamayo Lombana. Vol. I. Parte primera. De las fuentes de las obligaciones. Bogotá, Doctrina y ley.
- Reiner, S. (2018). *La protección de los consumidores en la contratación digital*. Conferencia dictada en el Colegio notarial de Madrid. El Notario del S. XXI, núm. 81. Madrid.
- Rezzonico, J. (1997). *Contratos con cláusulas predispuestas*. Editorial Astrea. Buenos Aires.
- Rodríguez, R. (2020). *Tutela del consumidor contra cláusulas abusivas*. Revista Oficial del Poder Judicial, 245-289. Lima. Perú
- Rusconi, D. (2009). *Manual del Derecho del Consumidor*. Editorial Abeledo Perrot. Buenos Aires. Argentina.
- Saenz, L. (2003). *La Defensa del Consumidor en el derecho Constitucional*. Revista Jurídica del Perú N° 42. Lima. Perú

- Sánchez, R. (2021). *Mercado digital y protección del consumidor*: a propósito de la Directiva 770/2019 y su transposición al ordenamiento jurídico español. *Indret*, N° 4, pp. 33- 87. Madrid.
- Sosa, J. (2011). *Una mirada constitucional a la defensa del consumidor*. En O. Súmar (ed.). *Ensayos sobre protección al consumidor en el Perú*. Lima: Universidad del Pacífico. Recuperado de <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/186/SumarOscar2011.pdf?sequence=1>.
- Sumar, O., & Velarde, L. (2015). *Contratos: teoría y práctica*. Aportes del derecho comparado. Universidad del Pacífico, Lima.
- Torres, A. (2009). *Contratación Masiva Protección al Consumidor*. Motivensa, Lima.
- Torres, M. (2011). *Las Cláusulas Abusivas en el Nuevo Código de Defensa y Protección del Consumidor*. Gaceta Jurídica, Lima.
- Vallespinos, C. (1984). *El Contrato de Adhesión a Condiciones Generales*. Universidad, Buenos Aires. Argentina.
- Vilela, J. (2015). *La Jurisprudencia del Código de Protección y Defensa del Consumidor*. ECB Ediciones S.A.C. Lima, Perú
- Zurimendi, A., & Fernández, A. (2020). *Naturaleza jurídica de las plataformas digitales*. *Revista General de Derecho de los Sectores Regulados*, N° 6, 2020, ISSN 2603-6444 (pp. 1-54). Madrid.

ANEXOS

ENCUESTA

INSTRUCCIONES. Nos encontramos efectuando una investigación sobre los contratos de consumo de audio y los derechos de los consumidores, por ello le rogamos contestar con la mayor sinceridad posible a las siguientes preguntas. No coloque su nombre ni apellido. Marque con una (x). Muchas gracias.

1. ¿Considera usted que en el contrato de consumo de audio entre el proveedor y el consumidor o usuario se realiza de buena fe?
 - a) Siempre ()
 - b) A veces ()
 - c) Nunca ()
2. ¿Considera usted que en los contratos de consumo de audio existe equidad tanto para los proveedores como para los consumidores o usuarios?
 - a) Siempre ()
 - b) A veces ()
 - c) Nunca ()
3. ¿Considera usted que el anonimato de los proveedores mediante internet en los contratos de consumo de audio posibilita establecer la debida confianza y buena fe para los consumidores o usuarios?
 - a) Siempre ()
 - b) A veces ()
 - c) Nunca ()
4. ¿De acuerdo a usted considera que en los contratos de consumo de audio existe clausulas con excesos y abusos por parte de los proveedores que vulneran los derechos de los consumidores o usuarios?
 - a) Siempre ()
 - b) A veces ()
 - c) Nunca ()
5. ¿Considera usted que los proveedores en los contratos de consumo de audio cumplen con brindar suficiente y adecuada información a los consumidores o usuarios?

- a) Suficiente y adecuada ()
- b) Ni suficiente, ni adecuada ()
- c) Insuficiente e inadecuada ()

6. ¿De acuerdo a usted los proveedores en los contratos de consumo de audio no brindan servicios o productos idóneos a los consumidores?

- a) Siempre ()
- b) A veces ()
- c) Nunca ()

7. ¿Cómo considera usted la tutela que brinda el Estado a través de INDECOPI en las quejas y denuncias de los consumidores o usuarios sobre los abusos de los proveedores en los contratos de consumo de audio?

- a) Suficiente ()
- b) Equitativa ()
- c) Insuficiente ()

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: LOS CONTRATOS DE CONSUMO DE AUDIO GRABADO Y LAS INCIDENCIAS DE AFECTACIONES EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR AREQUIPA 2019 – 2021

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORIAS	SUB CATEGORIAS O DIMENSIONES TEÓRICAS	DISEÑO METODOLÓGICO
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera los contratos de consumo de audio grabado vulneran los derechos del consumidor en Arequipa del 2019 al 2021?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>a) ¿Cómo se presentan la disconformidad de los</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la manera que los contratos de consumo de audio grabado vulneran los derechos del consumidor en Arequipa del 2019 al 2021.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a) Precisar la disconformidad de los contratos de consumo de audio en los usuarios</p>	<p>Contrato de consumo de uso</p> <p>Derechos de los consumidores</p>	<p>A1. Buena fe</p> <p>A2. Cláusulas abusivas</p> <p>B1. Derecho a la información</p> <p>B2. Idoneidad</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Es básica</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Es descriptiva</p> <p>Diseño de la investigación</p> <p>No experimental.</p> <p>Método de la investigación</p> <p>Inductivo-Deductivo.</p> <p>Enfoque de la investigación</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Población</p>

<p>contratos de consumo de audio en los usuarios?</p> <p>b) ¿Cómo se presenta la vulneración de los derechos del consumidor en Arequipa en el periodo del 2019 al 2021?</p>	<p>b) Identificar la vulneración de los derechos del consumidor en Arequipa en el periodo del 2019 al 2021</p>			<p>Abogados</p> <p>Muestra</p> <p>20 Abogados</p> <p>Técnica de la investigación</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento de la investigación</p> <p>Encuesta</p>
---	--	--	--	--

Evaluación por juicio de expertos

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista para analizar los contratos de consumo de audio grabado y las incidencias de afectaciones en los derechos del consumidor Arequipa 2019 - 2021". La evaluación de este instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del evaluado

Nombre y apellidos:	SERGIO SOTO TACUSI	
Grado profesional:	Maestría <input checked="" type="checkbox"/>	Doctor <input type="checkbox"/>
Área de formación académica:	ABOGADO	
Área de experiencia profesional:	ABOGADO	
Institución empleadora:	INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	15 años	
Experiencia en la investigación científica:	SÍ	
Categoría:		

2. Fundamentación de la calificación

Verificar el cumplimiento del instrumento, por parte del evaluado.

3. Datos del instrumento (Anexo 1): Guía de entrevista, según el contenido

Nombre del evaluado:	SERGIO SOTO TACUSI
Grado:	MAESTRÍA
Área de experiencia profesional:	ABOGADO
Institución empleadora:	INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES
Tiempo de experiencia profesional en el área:	15 años
Experiencia en la investigación científica:	SÍ
Categoría:	

Evaluación por juicio de expertos

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista para analizar los contratos de consumo de audio grabado y las incidencias de afectaciones en los derechos del consumidor Arequipa 2019 – 2021". La evaluación de este instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de ésta sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del experto

Nombre y apellidos:	Oswald Angel Galindo Valencia	
Grado profesional:	Maestría <input checked="" type="checkbox"/>	Doctor <input type="checkbox"/>
Área de formación académica:		
Áreas de experiencia profesional:	Universidad Tecnológica Perú	
Institución donde labora:	Universidad Tecnológica Perú	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años <input type="checkbox"/> Más de 5 años <input checked="" type="checkbox"/>	
Experiencia en Investigación /Temática (si corresponde)		
Código Orcid	0000000305159929	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos del Instrumento (Colocar nombre de la cuestionario, escala o inventario)

Nombre de la Prueba:	Guía de entrevista para analizar los contratos de consumo de audio grabado y las incidencias de afectaciones en los derechos del consumidor Arequipa 2019 – 2021.
Autoría:	Dirección Benarmino Huasascano Quique/Doctor Adrián Gutiérrez Brantes
Procedencia (lugar donde fue creado el instrumento):	Arequipa
Administración (A quién se aplicará el instrumento):	Abogados-estudios en derecho administrativo
Tiempo de aplicación (duración que se tomará en llenar el instrumento):	30 a 50 minutos
Ámbito de aplicación (Unidad de análisis):	Consumidor y proveedor en los contratos de audio grabado
Significación (explicar cómo está compuesto el instrumento: dimensiones, áreas, tema por área)	El instrumento analiza los diferentes servicios, tiene 2 dimensiones, contratos de consumo y los derechos del consumidor

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO
I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: *Toala Rodríguez, Alan Alexander*
 1.2. Cargo e institución donde labora: *Safe Division Registro Civil*
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: *Guía de preguntas de entrevista*
 1.4. Autor de Instrumento: *Huahuasonco Quispe Dionicio Bernardino, Gutiérrez Barrantes Hector*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.												X	
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.													X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.													X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.												X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
8. COHERENCIA	Exista coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos.													X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseños aplicados para lograr verificar los supuestos.													X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación:

El instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación:

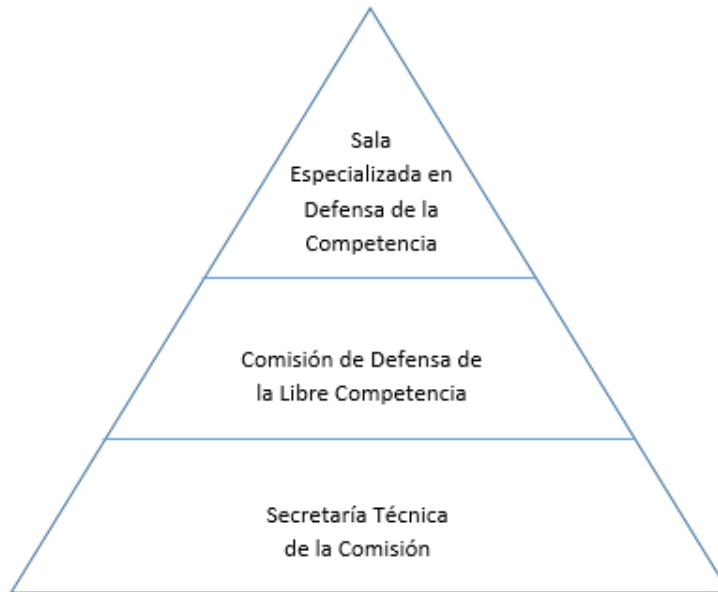
IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:
96%

Arequipa 19 de abril 2023



Alan A. Toala Rodríguez
 ABOGADO
 C.A.A. 05338

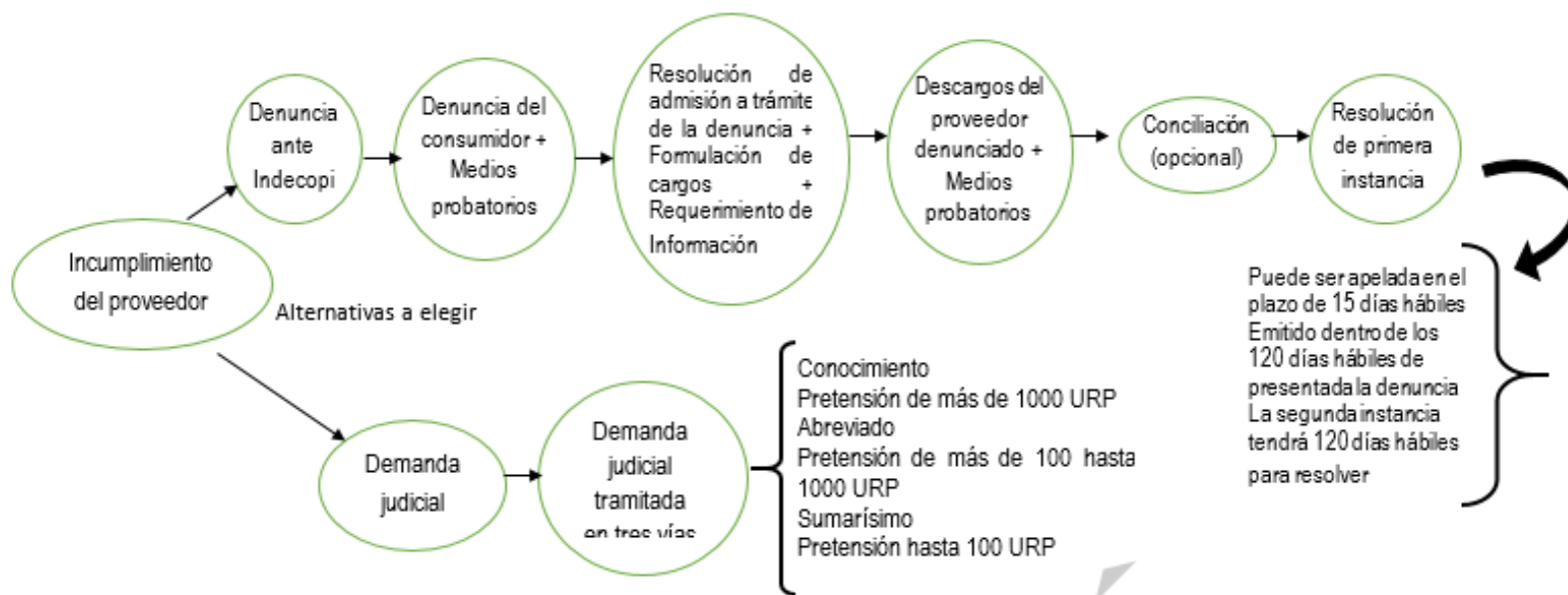
Instancias de decisión del Indecopi



Como toda decisión administrativa, las resoluciones finales de la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Indecopi pueden ser objeto de impugnación ante el Poder Judicial a través de la vía contencioso administrativa.

DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Aspectos a considerar { Se tiene que probar incumplimiento
 Vía más célere y económica
 Se obtendrá un resarcimiento limitado al valor del bien o del incumplimiento



Aspectos a considerar { Se tiene que probar incumplimiento y daño sufrido
 Vía más extensa y costosa
 Se obtendrá una indemnización que incluiría daño emergente, lucro cesante y daño extra patrimonial



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SAAVEDRA VERA CESAR ORLANDO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Los contratos de consumo de audio grabado y las incidencias de afectaciones en los derechos del consumidor Arequipa 2019 – 2021", cuyos autores son GUTIERREZ BARRANTES HECTOR ADRIAN, HUAHUASONCO QUISPE DIONICIO BERNARDINO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 22 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CESAR ORLANDO SAAVEDRA VERA DNI: 45034351 ORCID: 0000-0002-2997-9131	Firmado electrónicamente por: CSAAVEDRAVE el 23-11-2023 09:29:55

Código documento Trilce: TRI - 0659522