



FACULTAD DE DERECHO

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE DERECHO

“Publicidad engañosa evidenciada en la propaganda comercial de productos electrodomésticos y como ello vulnera el deber de idoneidad en la relación de consumo en el distrito de Tarapoto, periodo Enero – Junio 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE ABOGADA

AUTORA:

Danithza Rosana Flores Delgado

ASESORA:

Dr. Grethel Silva Huamantumba

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

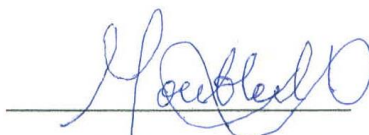
DERECHO CIVIL

PERÚ - 2017

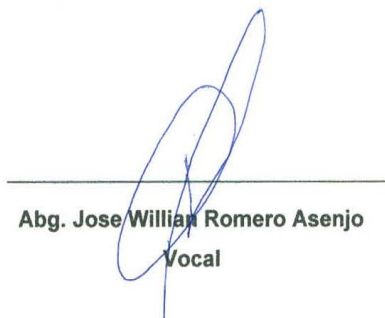
Página del Jurado:



Mg. Luis Roberto Cabrera Suárez
Presidente



Dra. Grethel Silva Huamantumba
Secretaria



Abg. Jose William Romero Asenjo
Vocal

DEDICATORIA

Al ser superior

Por darme la vida y mantenerme con salud, y ser la brújula a seguir.

A mis padres y hermano

A mis queridos padres Rosana Delgado García, Hugo Flores López y mi querido hermano Carlos Augusto Flores Delgado por el ejemplo de gratitud y cariño, por su invaluable apoyo moral y ejemplo de enseñanza y superación.

A mis seres queridos

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

AGRADECIMIENTO

Como muestra de gratitud al término de esta etapa de mi vida, quiero expresar un profundo agradecimiento a quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron a lograr esta hermosa realidad especialmente a aquellas personas que han contribuido en la elaboración del presente trabajo de investigación, con la cual materializo el anhelo de seguir creciendo profesionalmente.

A la Abog. Dra. Grethel Silva Huamantumba; mi Asesora, por su desinteresada y activa participación en la elaboración del presente trabajo de investigación; a las autoridades de la Universidad Cesar Vallejo – Tarapoto por su visión de futuro; a la Escuela de Derecho, del cual me siento orgulloso de formar parte; a los miembros del Jurado Abog. José Willian Romero Asenjo; a los colaboradores del INDECOPI - Tarapoto, por las facilidades brindadas para acceder a la información necesaria y finalmente a toda mi familia; agradecimiento sincero.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo **DANITHZA ROSANA FLORES DELGADO**, estudiante de la Escuela de Derecho de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 71902614, con la tesis titulada **"PUBLICIDAD ENGAÑOSA EVIDENCIADA EN LA PROPAGANDA COMERCIAL DE PRODUCTOS ELECTRODOMESTICOS Y COMO ELLO VULNERA EL DEBER DE IDONEIDAD EN LA RELACIÓN DE CONSUMO EN EL DISTRITO DE TARAPOTO, PERIODO ENERO – JUNIO 2016"**. Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, mayo del 2017.



PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento a lo dispuesto en el reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad César Vallejo, se pone a vuestra consideración la presente Tesis Titulada "**PUBLICIDAD ENGAÑOSA EVIDENCIADA EN LA PROPAGANDA COMERCIAL DE PRODUCTOS ELECTRODOMESTICOS Y COMO ELLO VULNERA EL DEBER DE IDONEIDAD EN LA RELACIÓN DE CONSUMO EN EL DISTRITO DE TARAPOTO, PERIODO ENERO – JUNIO 2016.**"

La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Grado Académico de Bachiller en Derecho y Ciencias Políticas.



La Autora.

INDICE

Contenido

Página

PÁGINAS DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE GRAFICOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática	12
1.2 Trabajos Previos	15
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	19
1.4 Formulación del Problema	37
1.5 Justificación del estudio	37
1.6 Hipótesis	38
1.7 Objetivos	38
II. MÉTODO	39
2.1 Diseño de investigación	39
2.2 Variables, Operacionalización de Variables	39
2.3 Población y Muestra	41
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	41
2.5 Métodos de Análisis de Datos	43
2.6 Aspectos Éticos	43

III.	RESULTADOS	44
IV.	DISCUSIONES	51
V.	CONCLUSIONES	55
VI.	RECOMENDACIONES	56
VII.	REFERENCIAS	57
VIII.	ANEXOS	58
8.1	Matriz de Consistencia	59
8.2	Recuento de Datos	60
8.3	Fotos de Referencia	61
8.4	Instrumentos de recolección de datos	62
8.5	Validación de instrumentos	65
8.6	Constancia de autorización - INDECOPI	71
8.7	Acta de aprobación de Originalidad de tesis	74
8.8	Acta de aprobación de tesis	75
8.9	Autorización de publicación de tesis al repositorio	76
8.10	Constancia de Revisión Gramatical y Ortográfica	77
8.11	Constancia de Corrección de Estilo	78
8.12	Carátula de la tesis visada	79

INDICE GRÁFICOS

Tabla N° 01: Procedimiento para la denuncia por publicidad engañosa.

Tabla N° 02: Número de casos presentados por publicidad engañosa.

Tabla N° 03: Vulneración del derecho del consumidor.

Tabla N° 04: Estrategias negativas de competencia.

Tabla N° 05: Sanción ejemplar para los casos de publicidad engañosa.

Tabla N° 06: Filtros o lineamientos de publicidad.

RESUMEN

Actualmente hablar de responsabilidad por daño de productos defectuosos es aquel bien mueble o inmueble que presenta un error en fabricación, diseño y construcción donde la casa comercializadora tiene la obligación con el usuario de cambiar el producto defectuoso. De tal manera como formulación del problema se obtiene lo siguiente: ¿De qué manera incide la publicidad comercial engañosa en la adquisición de productos electrodomésticos con relación al deber de idoneidad en la relación de consumo en el distrito de Tarapoto, periodo Enero – Junio 2016? Asimismo como objetivo general y específicos es: Determinar la publicidad engañosa evidenciada en la propaganda comercial de productos electrodomésticos y como ello vulnera el deber de idoneidad en la relación de consumo en el distrito de Tarapoto, periodo Enero – Junio 2016; por lo que se identificó mediante una búsqueda documental el número de denuncias por venta de productos defectuoso en la Oficina de INDECOPI- San Martín y establecer mediante una entrevista dirigida al responsable de la Oficina INDECOPI- San Martín sobre el procedimiento para la denuncia por publicidad engañosa de tal manera en la hipótesis se señala que la incidencia de la publicidad comercial engañosa en la adquisición de productos electrodomésticos es alta con relación al deber de idoneidad en la relación de consumo en el distrito de Tarapoto, periodo Enero – Junio 2016.

La investigación responde a un diseño transversal correlacionar, asimismo se usó el guía documental y la entrevista de los resultados se indica que del 100% en su totalidad manifestó que si consideran adecuado el procedimiento para establecer una denuncia por publicidad engañosa.

PALABRAS CLAVES: PUBLICIDAD ENGAÑOSA, INDECOPI, PRODUCTO DEFECTUOSO, PRINCIPIO DE IDONEIDAD, ERROR DE FABRICACIÓN.

ABSTRACT

At present, speaking of responsibility for damage of defective products is to refer to that movable or immovable property that presents an error in manufacture, design and construction where the merchant has the obligation with the user to change the defective product. Thus, as a formulation of the problem we obtain the following: In what way does misleading commercial advertising influence the acquisition of household appliances in relation to the duty of suitability in the relation of consumption in the district of Tarapoto, January-June 2018? Also, as a general and specific objective, we have: To determine the misleading advertising evidenced in commercial advertising of household appliances and how it violates the duty of suitability in the consumption relationship in the district of Tarapoto, January-June 2016. A documental search was identified for the number of complaints about the sale of defective products at the INDECOPI Office, San Martín. And to establish through an interview directed to the head of the INDECOPI Office, San Martín on the procedure for complaints about misleading advertising. Hence, the hypothesis is that the incidence of misleading commercial advertising in the acquisition of household appliances products is high related to the duty of suitability in the consumption relationship in the district of Tarapoto, between January and June 2016.

The research responds to a correlational cross-sectional design. Also, the documentary guide was used; and the results of the interview indicate that 100% in its entirety stated that they do consider the procedure to establish a misleading advertising complaint to be adequate.

KEY WORDS: MISLEADING ADVERTISING, INDECOPI, DEFECTIVE PRODUCT, PRINCIPLE OF SUITABILITY, MISTAKES OF MANUFACTURE.

