



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN  
PÚBLICA**

**Audiencias de conciliación y protección al consumidor en el  
INDECOPI, 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**Maestra en Gestión Pública**

**AUTORA:**

**Esquen Evaristo, Emily Jennifer (ORCID: 0000-0003-1855-3319)**

**ASESORA:**

**Mag. Hurtado Regalado, Gisela Adriana (ORCID 0000-0002-4662-7015)**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Reforma y Modernización del Estado**

**LIMA – PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres Juvencia y Leonaldo que con su ejemplo de trabajo y honradez han inculcado en mí el esfuerzo constante tan necesario en estos momentos, y a mi esposo Christian e hija Almira, por haber sido tan pacientes conmigo y por su gran apoyo en las diferentes etapas de este proceso universitario.

## **Agradecimiento**

Mi más profundo agradecimiento a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, a los docentes encargados de la Maestría en Gestión Pública de la Universidad Cesar Vallejo por haber compartido de manera desinteresada sus conocimientos a lo largo de la preparación, en especial a mi asesora de tesis Mag. Gisela Hurtado quien con su experiencia, conocimiento y motivación me orientó en la investigación, al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual por haber permitido el desarrollo del trabajo de campo en sus instalaciones y a las personas que brindaron su apoyo e hicieron posible esta investigación.

## Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de figuras	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	15
3.1 Tipo y diseño de investigación	15
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización	16
3.3 Escenario de estudio	16
3.4 Participantes	16
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos 3.6	17
Procedimiento	17
3.7 Rigor científico	17
3.8 Método de análisis de datos	18
3.9 Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES	26
VI. RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	
Anexo 1. Declaratoria de autenticidad (autor)	
Anexo 2. Declaratoria de autenticidad (asesor)	
Anexo 3. Matriz de categorización	
Anexo 4. Instrumento de recolección de datos	
Anexo 5. Categorización y codificación	

## Índice de figuras

Figura 1	Codificación y categorización	Pág. 18
Figura 2	Diagrama de subcategorías emergentes sobre audiencias de conciliación	19
Figura 3	Diagrama de subcategorías emergentes sobre protección del consumidor	21
Figura 4	Diagrama de subcategorías emergentes	22

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo analizar las audiencias de conciliación como herramienta efectiva en la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020, el enfoque fue cualitativo, con aproximación hermenéutica interpretativa y diseño fenomenológico, el escenario de estudio fue el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), los participantes fueron usuarios y funcionarios de INDECOPI, el instrumento para la obtención de datos fue la encuesta con preguntas abiertas, los resultados fueron analizados categorizados y codificados para finalmente ser interpretados. Resultados, se realizaron hallazgos que hicieron conocer las unidades significativas como categorías emergentes. Conclusiones, se pudo conocer que las audiencias de conciliación han tenido aspectos positivos y negativos, que se ha empleado las nuevas tecnologías y el empleo de las audiencias virtuales significan ahorro de tiempo y dinero ara los usuarios, pero que la no presentación del proveedor para las audiencias causa malestar en los usuarios pues se ven obligados a iniciar el proceso administrativo o judicial que son más lentos y engorrosos, exigen mayor control por parte del Estado para las actuaciones de los proveedores.

Palabras clave: Audiencia de conciliación, protección al consumidor, expectativas de solución de conflicto.

## **Abstract**

The objective of the research was to analyze conciliation hearings as an effective tool in consumer protection in INDECOPI during 2020, the approach was qualitative, with an interpretive hermeneutical approach and phenomenological design, the study scenario was the National Institute of Defense of Competition and the Protection of Intellectual Property (INDECOPI), the participants were users and INDECOPI officials, the instrument for obtaining data was the survey with open questions, the results were analyzed, categorized and coded to finally be interpreted. Results, findings were made that made the significant units known as emerging categories. Conclusions, it was learned that the conciliation hearings have had positive and negative aspects, that new technologies have been used and the use of virtual audiences means saving time and money for users, but that the non-presentation of the provider for the Hearings cause discomfort in users because they are forced to initiate the administrative or judicial process that are slower and more cumbersome, they require greater control by the State for the actions of the providers.

Keywords: Conciliation hearing, consumer protection, expectations for conflict resolution.

## I.INTRODUCCIÓN

La protección al consumidor ha sido establecida en los textos constitucionales de varios países, como es el caso de la Constitución Española, señalando que en la relación de consumo su protección refiere a las conductas de quienes “ofrecen bienes y servicios a los consumidores” (Izquierdo & Rebollo, 2018). De esta manera la responsabilidad generalmente se encuentra compartida entre las asociaciones de consumidores y el gobierno, para ello se establece determinadas normas que permitan la instrumentalización de las mismas con la finalidad de que la protección hacia los consumidores sea eficaz. Es posible encontrar similitudes, con el marco legal peruano que dispone responsabilidad de la protección del consumidor a las asociaciones de consumidores para temas de repetitividad.

En el caso peruano, la protección y la defensa de los consumidores es una pieza clave del sistema de economía social de mercado que se encuentra consignado en la vigente Constitución Política del Perú, específicamente en el artículo 65°, por lo que nace la necesidad de protección y defensa del consumidor, lo que ha dado lugar al paulatino desarrollo en el Perú del Derecho del Consumidor. De acuerdo a lo señalado por INDECOPI, como ente regulador de la economía de mercado en el Perú, “el rol de los consumidores en el mercado es esencial” (INDECOPI, 2000), lo señala de manera expresa la posición relevante que tiene toda persona que adquiere un bien o servicio, esperando del mismo su completa satisfacción.

En algunos países de Europa se han establecido normas específicas para proteger a las personas que adquieren un servicio o un bien mediante mecanismos de resolución alternativas de litigios en materia de consumo, esto evidencia un nivel de evolución significativa en su calidad, asegurando su independencia, imparcialidad, transparencia, efectividad, rapidez y justicia (BOE, 2017). Mediante el tratamiento de la protección de los consumidores se busca la justicia social, ubicando a los consumidores en el mismo nivel de los proveedores para que las acciones comerciales que se realicen entre ambos sean igualitarias y transparentes.



Como estrategia para solucionar los problemas, que se presentan entre el consumidor o cliente quien adquiere el bien o servicio y el proveedor del mismo, el INDECOPI permite la conciliación en sede administrativa como mecanismo alternativo de resolución de conflictos que busca agilizar un proceso de reclamo antes de continuar su camino en sede judicial y consiguiente malestar para las aspiraciones del consumidor (Congreso de la Republica, 2010).

Se pudo advertir que una cantidad importante de los reclamos que se tramitan en INDECOPI concluyen por inasistencia del proveedor, resultando ser infructuoso el trámite de reclamo. Este tipo de actitudes por parte del proveedor provoca en los usuarios la sensación de indefensión ante la disconformidad y posterior enfrentamiento en defensa de lo que considera justo, mereciendo de INDECOPI la atención permanente para la solución de estos problemas (INDECOPI, 2019).

De acuerdo con la realidad problemática planteada el problema de investigación se ha formulado mediante la siguiente interrogante: ¿De qué manera las audiencias de conciliación permiten realmente la protección al consumidor en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual?

La investigación se justificó teóricamente porque el tema a analizar se llevó a cabo mediante el análisis bibliográfico de autores internacionales y nacionales que tratan sobre resolución de conflictos en sede administrativa referidos a la protección del consumidor.

En cuanto a la justificación metodológica esta se sustentó en el empleo del método científico en todo el proceso que se realizó en la presente investigación. En el caso de la justificación práctica, esta radicó en el desarrollo de una propuesta que promueva solucionar la problemática detectada.

En el tipo de investigación que se desarrolló, se utilizó el enfoque cualitativo mediante el diseño fenomenológico por haberse estudiado las experiencias que

tuvieron las personas (Denzin & Lincol, 2018). En esta investigación, se buscó estudiar las experiencias de los clientes ante algún tipo de problema con un proveedor de servicio o producto del cual no quedó completamente satisfecho y realizó el reclamo correspondiente en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

Se trazó como objetivo general de la investigación analizar las audiencias de conciliación como herramienta efectiva en la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020; como primer objetivo específico examinar la efectividad de las audiencias de conciliación sin acuerdo para la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020 y como segundo objetivo específico constatar la inasistencia del proveedor a la audiencia de conciliación para la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020; de manera que se pudo conocer directamente la situación que viven las personas que expresan algún nivel de insatisfacción al adquirir un bien o servicio, generándose un conflicto con el proveedor, INDECOPI en representación del Estado tiene la responsabilidad de crear mecanismos que permitan solucionar el problema.

Se presentó como supuestos de la investigación que, las audiencias de conciliación realizadas en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual cuentan con un nivel óptimo en su utilización como herramienta procedimental en la protección al consumidor, situación que permitiría evaluar el logro de los objetivos de su aplicación como mecanismo alternativo de resolución de conflictos, fortaleciendo al sistema de economía social de mercado establecido actualmente en la Constitución Política del Perú.

## II. MARCO TEÓRICO

Como trabajo previo internacional, Claudia Solarte en el 2019, en su tesis de maestría sobre protección del consumidor, tuvo como objetivo determinar la necesidad de implementar normas que protejan al consumidor de las prácticas de obsolescencia programada en el ordenamiento jurídico colombiano, el método seguido tuvo enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, con análisis bibliográfico, análisis jurídico colombiano en materia de consumo y estudio de tres casos emblemáticos, dentro de los resultados pertinentes para la presente investigación señalan que cada uno de los derechos que están en cabeza del consumidor por mandato legal no tiene la facultad de protegerlo frente a las recurrentes prácticas empresariales de obsolescencia programada. Como conclusiones más importantes, se evidencia la necesidad de implementar normas que contemplen la protección del consumidor sobre todo en materia de información, se necesita un equilibrio en la relación de asimetría entre proveedor y consumidor (Solarte, 2019).

Como segunda investigación internacional, Manuel Sánchez-Castro en el año 2018, en su tesis de maestría sobre la protección del consumidor, tuvo como objetivo analizar la protección del consumidor, el método seguido tuvo enfoque cualitativo mediante el análisis documentario comparativo de la norma actual y anterior de consumo en España, resoluciones de las Audiencias Provinciales y resoluciones del Tribunal Supremo sobre la contratación vinculada. Como resultados obtenidos del análisis realizado, existen proveedores que intentan eludir la aplicación de la ley actual para evitar celebrar contratos vinculados, intentando la exclusión del consumidor de la protección que debe tener. En cuanto a las conclusiones, la responsabilidad del consumidor de contratos vinculados no queda garantizada ante el incumplimiento del proveedor de bienes y servicios mediante la responsabilidad subsidiaria que le provee el actual marco legal del Contratos de Crédito de Consumo en España (Sánchez-Castro, 2018).

Como tercera investigación internacional, Claudia Mendoza y Ronald Sánchez en el 2016 en su tesis de maestría sobre la conciliación, el objetivo fue mostrar la importancia de implementar una oficina de conciliación extrajudicial en derecho en la Casa de Justicia de Palmira como aporte institucional y académico a la mitigación de los problemas de convivencia como un aporte de paz, la metodología empleada tuvo enfoque cualitativo-cuantitativo de carácter descriptivo-explicativo y de diseño documental, las técnicas utilizadas son revisión documental, en especial la prensa escrita, la normatividad legal, la jurisprudencia, los libros, las revistas, los documentos y las fuentes de internet. Uno de los resultados más relevantes, es que las modificaciones efectuadas son pequeñas pero suficientes para afirmar que el consumidor, en términos comparativos, ha salido beneficiado con la última regulación. Por ello se concluye que, la nueva normativa contiene redacción más clara y se han ampliado los supuestos de protección del consumidor (Mendoza & Sánchez, 2016).

Como cuarta investigación internacional, Pamela Dinamarca en el año 2015, desarrolló una tesis de maestría sobre la protección del consumidor, cuyo objetivo fue identificar si las nuevas funciones en el ámbito financiero son adecuadas y suficientes para avanzar en la protección de los derechos del consumidor. En cuanto a la metodología seguida se prefirió un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y analítico, con diseño de estudio del caso La Polar, los instrumentos analizados fueron documentos secundarios provenientes de informes de prensa, documentación oficial, mensajes presidenciales. Los resultados indican que, ha fracasado la implementación del servicio nacional de defensa del consumidor financiero porque no ha cumplido las expectativas que había creado, pues los bancos (proveedores) no creen en su autorregulación, en desmedro de los consumidores. Por ello se concluye que, la protección de los derechos de los consumidores en Chile ha sido un proceso lento de institucionalización, que aún no logra madurar y convertirse en un sistema robusto y fuerte (Dinamarca, 2015).

Como trabajo previo nacional, Alex Acosta en el año 2016, en su tesis de maestría sobre la conciliación, tuvo como objetivo determinar si la conciliación extrajudicial obligatoria contraviene el derecho a la tutela jurisdiccional efectiva. El método seguido tuvo enfoque cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, que utilizó como instrumento la entrevista a tres conciliadores extrajudiciales de la provincia de Tumbes, así como el análisis documentario a 27 resoluciones judiciales expedidas por el órgano jurisdiccional de Tumbes, la revisión documental de la doctrina y la legislación nacional vigente. Como resultados del análisis realizado se señala que la conciliación extrajudicial no busca básicamente eliminar el conflicto, sino saber convivir con este a partir de allí cambiar actitudes, conductas y circunstancias que permitan solucionar los conflictos de manera pacífica; adquiriendo habilidades sociales de convivencia que encausen la solución de conflictos sin violencia y de manera oportuna. Por ello se concluye que, la conciliación extrajudicial no contraviene el derecho a la tutela jurisdiccional efectiva, le sirve de complemento (Acosta, 2018)

Como segunda investigación nacional, Florinda Roldan en el año 2016, en su tesis de maestría sobre la protección del consumidor, tuvo como objetivo estudiar como el Código Civil regula los contratos por adhesión; así también, evaluar hasta qué punto el Código de Protección y Defensa del Consumidor lo tutela y ver qué protección brindan los órganos administrativos como INDECOPI. El método tuvo enfoque cualitativo, de nivel descriptivo, de tipo analítico sintético, y diseño hermenéutico, las técnicas de investigación empleada fueron en análisis bibliográfico al marco normativo del Código Civil y el Código del Consumidor y como instrumentos se empleó las fichas bibliográficas, hermenéuticas y de investigación, y los mapas conceptuales. En cuanto a los resultados, el análisis de los dispositivos legislativos y administrativos reguladores de los contratos de adhesión y de los procedimientos de atención a reclamos se indica que existen cláusulas que hacen ver evidentemente la característica unilateral del contrato de adhesión y que de no ser aceptada solo podrá rechazarse. Las conclusiones señalaron que la atención de reclamos es todavía deficiente, pues hay demora en

la tramitación de las solicitudes pese a existir normas claras al respecto (Roldan, 2016)

Como tercera investigación nacional, Fredy Cusirramos en el año 2018, en su tesis de maestría sobre la defensa del consumidor, planteó como objetivo presentarse reflexionar sobre la necesidad de introducir los daños punitivos o multas civiles a nuestra legislación de consumo según Ley 29571. La investigación tuvo enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo no experimental, el universo estuvo conformado por los reclamos atendidos por el SAC de Indecopi Arequipa, la muestra fue de 55 reclamos atendidos mediante procedimientos ordinarios y sumarísimos, para ello se empleó el muestreo aleatorio simple, el instrumento fue la ficha documental. En cuanto a los resultados, obtenidos, este tipo de contratos no acepta una modificación por parte del usuario, no siendo favorables en la protección del consumidor y genera daños posteriores en la ejecución del contrato. Por ello se concluye que, es necesario la introducción de los daños punitivos en la Ley 29571, como mecanismo de protección de los consumidores y resarcimiento efectivo, de manera que logre mejorar las relaciones de consumo por parte del proveedor ante la parte más débil que es el consumidor (Cusirramos, 2018).

Como trabajo previo local, Elder Maldonado en el año 2017, en su tesis de maestría sobre la conciliación y satisfacción del usuario, planteó como objetivo determinar el nivel de satisfacción respecto a la conciliación extrajudicial, que presentan los usuarios de la Demuna de la Municipalidad distrital de San Antonio, el método seguido tuvo enfoque cuantitativo, de método hipotético deductivo, de tipo descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, la población estuvo conformada por 50 usuarios de la Demuna de la Municipalidad distrital de San Antonio, la muestra fue de tipo no probalístico por conveniencia, en vista la cantidad limitada de la población se asumió al total de la población como la muestra para el trabajo de campo. El instrumento utilizado fue el cuestionario de encuesta, conteniendo 30 preguntas, con alternativas de escala de valores dicotómicos si y no, nivel y rango fueron desfavorable, favorable y muy favorable.

En cuanto a los resultados, la mayoría de los encuestados señalaron que la conciliación significa una alternativa valiosa para la población de San Antonio que han hecho uso de los servicios de la Demuna, y que hay un alto nivel de satisfacción por parte de los usuarios. Por ello se concluye que, la conciliación es favorable y la capacitación del conciliador ha sido fundamental para lograr el éxito deseado en las audiencias de conciliación (Maldonado, 2017).

Como segunda investigación local, Fernando Ríos en el año 2016, en su tesis de maestría sobre el arbitraje de consumo y el sistema de protección del consumidor, asumió como objetivo realizar un estudio integral del arbitraje de consumo como medio alternativo en la protección al consumidor. El método seguido tuvo enfoque cualitativo, se realizó el análisis bibliográfico de la normativa vigente sobre los métodos alternativos de solución de conflictos y sus procedimientos vigentes, instrumentos utilizados, el escenario propuesto fue el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual y las Asociaciones de Consumidores del país. Los resultados señalaron que la adopción del arbitraje de consumo permitiría ampliar las opciones de los consumidores y proveedores en la búsqueda de solución a los conflictos que se presentan. Por ello se concluye que, se ha considerado que el arbitraje de consumo es una alternativa que podría permitir fortalecer el sistema de protección al consumidor en el Perú, pero que también existe en las Asociaciones de Consumidores un bajo nivel de su institucionalidad en el interior del país, y que esto podría hacer fracasar la propuesta de implementación por no ser capaces de proponer los árbitros idóneos para cumplir su función (Rios, 2016).

Como tercera investigación local, Nataly Herrera, Gisela Neira y Eduardo Tassara en el año 2016, en su tesis de maestría sobre la protección del consumidor, plantearon como objetivo elaborar una propuesta programática orientada a mejorar la relación de consumo en el Perú. El método seguido tuvo enfoque cualitativo, de tipo exploratorio basado en el análisis de datos realizado a publicados del Indecopi, el escenario de estudio fue el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y

de la Protección de la Propiedad Intelectual. Los resultados señalan la falta de confianza en el proveedor, y que la información asimétrica y el comportamiento no ético de los proveedores son los factores que inciden en el incremento de la insatisfacción de los consumidores. Entre las conclusiones relevantes se ha determinado que en el Perú la protección de los derechos de los consumidores en una relación de consumo ha sido reconocida en el marco normativo constitucional y en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, existe una gran magnitud del problema y falta de políticas claras que evidencien las intervenciones que incidan en los factores del mismo (Herrera, Neira, & Tassara, 2016).

En cuanto a las teorías relacionadas al tema, la conciliación, se presenta como alternativa de justicia a los procesos judiciales y administrativos existentes, es uno de los Medios Alternativos de Resolución de Conflictos MARC que reconoce el marco legal nacional. Con estos mecanismos se facilita el acceso de justicia a la ciudadanía, se le considera un papel muy importante y relevante en diferentes sistemas legales, no solo porque ayude a los tribunales a descongestionar el trabajo de los jueces en procesos engorrosos (Nylund, 2014; McGregor, 2015; Carvalho, 2016; Yemisi, 2017; Noone & Ojelabi, 2020).

Por otro lado, la conciliación autocompositiva es un medio legal, que puede ser empleado en un entorno beneficioso de educación, información y conciencia de realizar un acuerdo, en este caso las propias partes enfrentadas en sus posiciones han determinado que tienen la capacidad de auto solución (Jeretina & Uzelac, 2015; Cortes, 2016). Para alcanzar la finalidad de la conciliación es importante la persona de los conciliadores, estos profesionales pueden ser abogados o no, pero profesionales de tipo social que fortalecen sus capacidades con estudios en inteligencia emocional, que les permite entender la psicología de las personas que acuden a las conciliaciones, de manera que puedan colaborar con sus diálogos y ser asertivos con ellos (Arboleda, 2017).



La conciliación cumple características que pertenecen a la justicia formal o jurisdiccional como el respeto a determinados principios que permiten agilizar, efectivizar y economizar un proceso (Bermejo, 2015; Valant, 2015; VanSchagen, 2017; Biard, 2018; Romualdi, 2019). Estos principios facilitan el acceso a la justicia de la ciudadanía, para poder desarrollar los procesos que buscan la solución de conflictos que se presenten entre sus miembros, de manera que la aplicación de la conciliación acerca a la sociedad y el cumplimiento de sus aspiraciones de justicia.

La audiencia de conciliación tiene un significado amplio, más que solo un mecanismo de justicia alternativa, acercando a los sujetos procesales que participan en un conflicto, pues les permite a ellos mismos buscar una solución que satisfaga a ambos; Montoya y Salinas explican que audiencia de conciliación se sustenta en “el marco de sus fundamentos teóricos y en su poder transformador y no meramente desde su valor de simple mecanismo de descongestión de despachos judiciales” (Montoya & Salinas, 2016). Es claro lo que indican los autores al señalar que el espíritu de la conciliación son sus fundamentos teóricos, que se basan en sus principios de tipo social y no solo jurídicos de manera que cumplen la finalidad transformadora por permitir acercar a las partes en litigio en la búsqueda de un término medio de su problema mediante una solución consensuada.

Como contexto histórico, es necesario saber que la conciliación en Perú se inicia en el año 1997 con la publicación de la Ley N° 26872 Ley de Conciliación, que tuvo como antecedentes históricos la Constitución Política de 1823 y 1826, las mismas que indicaban el intento previo de las partes procesales antes del inicio de un proceso judicial, lo resaltante que en esos años la conciliación era encargada a los juzgados de paz. Posteriormente en 1920, la Constitución de ese año en su artículo 69° se refiere como instrumento de solución de conflictos en temas laborales (Castillo, 2018).

En cuanto al contexto social de la conciliación, puede afirmarse que es un medio de solución de conflictos alternativo a la justicia tradicional que busca en su esencia promover la cultura de paz para los miembros de la sociedad respetando principios como la ética de equidad, veracidad y buena fe. La conciliación se desarrolla en un contexto de búsqueda armoniosa de solución de problemas, inculcando la cultura de paz en la sociedad y que de esta manera se puedan satisfacer sus expectativas (Roche, 2016; Asenjo, 2018; Castillo, 2020; Reinke, 2020).

En cuanto al contexto político, la regulación sobre defensa del consumidor se produjo frente dos aspectos principales, establecer políticas de la constitución económica y que este marco legal no deje en indefensión a la población ante las inversiones y la búsqueda de mercado donde colocarlas, por ello se regulan la relación entre usuarios y proveedores, de acuerdo al artículo 65 de la Constitución Política del Perú; cuando existan problemas generados por la insatisfacción del consumidor ante un producto o servicio adquirido del proveedor se aplicara la Ley 29571 que en su artículo 147 permiten llevar a cabo el acercamiento de las partes para el arreglo de la controversia de forma voluntaria. Existen posiciones contrarias a la defensa del consumidor y en algunos casos son promovidos por el propio Estado, como lo sucedido con la implementación de octógonos informativos para los productos alimenticios, promovido por el Ministerio de Salud y objetado por una resolución administrativa de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, situación que desprotege a la ciudadanía y favorece a los proveedores (Defensoría del Pueblo, 2020).

En cuanto al contexto económico, la conciliación que se lleva a cabo en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual tiene carácter de conciliación en sede administrativa, previo al inicio de proceso administrativo. Esta situación responde a un caso de insatisfacción que tiene el consumidor ante la adquisición de un bien o servicio, y que el proveedor

busca solucionar para que su actividad comercial no se vea dañada por una imagen negativa a potenciales consumidores (Congreso de la Republica, 2010).

Como contexto epistemológico, puede señalarse que la conciliación responde a un principio de equidad, pues ambas partes en conflicto buscan una salida a sus diferencias de propia voluntad. La libertad que busca la persona lo mantiene en la constante disyuntiva del camino a seguir, en el caso de la solución de conflictos la conciliación le permite de manera libre buscar la solución a una diferencia entre el cliente y el proveedor, que de esta manera asume su propia decisión en la búsqueda de justicia, y que la decisión tomada corresponde al ejercicio de su libre elección.

Uno de los supuestos teóricos de la conciliación es, el acceso a la justicia por parte del usuario de consumo. La audiencia de conciliación permite al usuario ser protegido ante cualquier tipo de abuso cometido por el proveedor; valorando la conciliación a nivel de derecho fundamental por permitirle acceso a la justicia, resaltando la autonomía de la voluntad de las partes en la elección de este medio alternativo de resolución de conflictos MARC (DuPerez, 2014, Koo, 2018). La conciliación permite a dos personas que están en posiciones antagonistas lograr un acuerdo satisfactorio para ambos, promovido y solucionado por ambos con la sola participación de un tercero que no interviene en los acuerdos, solamente hace cumplir la formalidad del modelo y el respeto entre ambas partes. Al respecto Montoya y Salinas señalan como criterios de éxito de toda conciliación el reconocimiento de “la importancia del entendimiento directo entre las personas, el reconocimiento del otro, la responsabilización del conflicto por cada una de las partes y la posibilidad de su resolución o de su transformación” (Montoya & Salinas, 2016).

De igual manera existen antagónicamente teorías del conflicto, que principalmente han establecido el análisis de las concepciones de la conflictividad humana, iniciando sus aproximaciones históricas del conflicto como patología social, donde

la sociedad ideal apunta a un modelo utópico de paz permanente. Actualmente el conflicto asume un enfoque diferente, se le asimila como situación de la vida diaria del ser humano, y que en realidad no es bueno o malo, lo que debe ser tomado importante son sus consecuencias. Que, de acuerdo a como lo asuma la persona pueda tener significado positivo o negativo para su vida (Parra, 2016).

Sobre la protección del consumidor, se pretende establecer una serie de mecanismos que permitan disminuir o eliminar, en primer término, la asimetría informativa en la que consumidor es el más afectado; pero que se presenta en la relación de consumo como “una condición o circunstancia natural que se produce normalmente en el mercado” (Cavero, 2016). La protección del consumidor pertenece al “ámbito de competencias de órganos públicos y privados y puede ser atribuida mediante leyes específicas o puede ser asumida por dichos órganos en virtud de su condición” (UNCTAD, 2017). En el caso peruano la protección pública se ha hecho de manera general mediante norma legislativa con la publicación del Código del Consumidor y posteriormente con la creación de los órganos reguladores de tipo específico, los cuales lo hacen mediante normas específicas en cada una de sus actividades o especialidades de regulación.

En cuanto al contexto histórico de la defensa del consumidor, esta se inicia en EEUU en el año 1962 y posteriormente en Europa en el año 1975 con el Programa Preliminar de Acción para la Información y Protección de los Consumidores, donde se define el consumidor como sujeto con derechos de tipo social. Posteriormente se van dando directivas específicas sobre la responsabilidad de los productores o fabricantes (UNCTAD, 2017). En el Perú, la protección del consumidor se inicia en 1997 con la publicación del Código del Consumidor, mediante el cual se establecen reglas para que la relación de consumo pueda llevarse de la mejor manera, y se pueda solucionar los problemas que aparecieran.

En cuanto al contexto político, debe considerarse la protección del consumidor como política pública que “aborda las disparidades de la relación entre

consumidores y proveedores, tales como el poder de negociación, los conocimientos y otros recursos” (UNCTAD, 2017). Políticamente el interés por la protección de los consumidores es la responsabilidad del Estado al asumir que todos los ciudadanos deben ser considerados consumidores, y como tal se necesitaban acciones legislativas y administrativas por parte del gobierno para proteger a los derechos de los ciudadanos es temas de consumo.

En cuanto al contexto económico de la protección del consumidor, esta se presenta como una alternativa de solución de conflictos entre el usuario y el proveedor, quien adquiere un bien o un servicio esperando satisfacer una determinada necesidad, en un contexto nacional de economía de mercado (Cavero, 2016). La protección del consumidor permite a la actividad comercial tener un movimiento dinámico, de manera que cumple su finalidad socio-económica, además de proteger al ciudadano consumidor permite que al proveedor conocer situaciones que no logran satisfacer a sus clientes y de manera positiva corregir las mismas y lograra la satisfacción total del cliente.

Uno de los supuestos teóricos en la protección del consumidor es, situar en una realidad de competencia comercial dentro de una economía de libre mercado, donde el Estado no interviene, pero lo regula, permitir entre consumidores y proveedores el “intercambio de derechos y la satisfacción de las necesidades” (Luis & Villa, 2015). Este enfoque está dirigido a la satisfacción de las necesidades de las personas, que gracias a contar con la oportunidad de poder adquirir bienes o servicios y otros de ofrecer sus productos y servicios de igual manera, la oportunidad de obtener beneficios mutuamente, donde ambos están sujetos a determinadas reglas que existen, muchas veces están implícitas y en otros casos explícitas, de acuerdo con cada sociedad. Las teorías sociológicas hacen una aproximación del hombre en sociedad, sus relaciones humanas y su evolución colectiva; la conciliación responde a una de las expectativas de la sociedad en su afán de la búsqueda de la felicidad como objetivo de vida, siendo que es un estado de satisfacción (Alarcon, 2015).

### III. METODOLOGIA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

El enfoque de la investigación fue cualitativo, porque permitió analizar el caso concreto de la audiencia de conciliación como medida de protección del consumidor en INDECOPI de quienes presentan la solicitud de conciliación de consumo en la sede de central de Lima, teniendo como particularidad las experiencias de los informantes (Benjumea, 2015; Flick, 2018a). De naturaleza Inductiva porque empezó con datos específicos, que después se utilizaron para desarrollar e inducir una explicación general (Engel & Schutt, 2017).

Se consideró una aproximación hermenéutica, mediante la interpretación de los mensajes que se presentaron en cada una de las situaciones y las vivencias expresadas por las personas se realiza el análisis para comprender lo que está sucediendo, y se deseó explicar (Prasad, 2018).

En cuanto al diseño, fue fenomenológico porque permitió que se analicen las experiencias de vida de un determinado grupo social, en la presente investigación fueron las personas usuarias o clientes de consumo que no estuvieron satisfechos de su adquisición y presentan un pedido de audiencia de conciliación para tratar de solucionar su conflicto con el proveedor, la fenomenología se inició con la descripción de lo que se descubrió, seguidamente se codificó y finalmente se interpretó. De acuerdo a varios autores, para poder realizar un análisis de tipo fenomenológico debe abordarse holísticamente, pues lo que relaciona es la experiencia que se ha vivido (Pokropski, 2015; Fuster, 2019; Moran, 2019).

#### 3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Las categorías de la investigación fueron: Categoría 1: Audiencias de conciliación: “La audiencia de conciliación es única y comprende la sesión o sesiones necesarias para el cumplimiento de sus fines” (Congreso de la Republica, 1997); y Categoría 2: Protección al consumidor: Protección a los usuarios de consumo de productos y/o servicios, mediante mecanismo que permitan la reducción de la asimetría informativa y otras situaciones que afecten sus legítimos intereses (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2018). Subcategorías 1 (apriorísticas), integradas por Inicio de audiencia, desarrollo de audiencia y culminación de audiencia. Subcategorías 2 (apriorísticas), integradas por relación de consumo y asimetría informativa

Se consideró una matriz de categorización que permitió identificar de manera ordenada como se estructuró la investigación, se partió desde la identificación de las categorías y su definición: Categoría 1 Audiencias de conciliación y sus subcategorías audiencias con acuerdo, audiencias sin acuerdo e inasistencia del proveedor; Categoría 2 Protección al consumidor y sus subcategorías relación de consumo y asimetría informativa. Asimismo, la matriz incluyó los ítems que fueron incluidos en el instrumento para la recolección de información, la misma que permitió llevar a cabo el análisis y su posterior interpretación.

### 3.3 Escenario de estudio

El escenario de estudio fue el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), sede central ubicada en el distrito de San Borja de la provincia de Lima. Esta sede recibe a usuarios para realizar consultas y diferentes tipos de trámites referidos a temas de protección al consumidor, propiedad intelectual, barreras burocráticas, libre competencia, competencia desleal, concursal, y dumpin y subsidios.

### 3.4 Participantes

Los participantes fueron los usuarios que han participado de audiencias de conciliación en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, y los funcionarios públicos que realizan funciones de conciliadores.

### 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica a empleadas fueron la entrevista a profundidad y el instrumento la guía de entrevista. La entrevista a los usuarios de INDECOPI se hizo respetando un orden lógico mediante preguntas abiertas que permitieron al entrevistado expresarse explicando cuál fue su sentimiento o como expresó una determinada experiencia que interesó conocer con preguntas básicas que tuvieron gran importancia en las respuestas que contuvieron; preguntas como ¿Qué? ¿Qué me interesa? ¿Qué estoy tratando de comprender? ¿Cuál es la base de mi interés? (Seidman, 2019; Jamshed, 2014; Adhabi & Blash, 2017; Aspers & Corte, 2019).

### 3.6 Procedimiento

El procedimiento metodológico de la recolección de datos fue el siguiente: primera etapa de descubrimiento, donde se buscaron temas mediante el examen de los datos obtenidos en la entrevista; la segunda etapa de codificación, en la que se reunió y analizó los datos que refirieron a temas, conceptos y proposiciones, y la tercera etapa, de relativización de los datos, interpretación de los datos codificados (Taylor & Bogdan, 1994; Skjott & Korsgaard, 2019). La figura 1 representa el camino que siguió el procedimiento de análisis de los datos obtenidos durante el trabajo de campo.

### 3.7 Rigor científico



El rigor científico respondió a los siguientes criterios: dependencia, permitió la estabilidad a la información; credibilidad, constató creencias e interpretaciones de quienes son los sujetos de estudio; transferencia, mediante descripción exhaustiva permitió hacer extensiva la investigación a otras realidades; confirmación, permitieron ser confirmados por otros investigadores (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014; Johnson, Adkins, & Chauvin, 2020; Maher, Hadfield, Hutchings, & Eyto, 2018; Noble & Smith, 2015) . Si bien existe flexibilidad en la investigación cualitativa, el rigor científico permite brindarle un nivel de estandarización óptimo en la calidad del estudio realizado.

### 3.8 Método de análisis de datos

El análisis de datos se realizó mediante la técnica de reducción de datos, estableciéndose esquemáticamente las unidades temáticas, codificando las unidades temáticas y definiendo las subcategorías emergentes. El proceso de codificar y categorizar permitió que los datos sean analizados, comparados y clasificados para su comprensión (Flick , 2018b).



Figura 1 Codificación y categorización

Nota: Elaboración propia con datos de (Flick, 2015)

### 3.9 Aspectos éticos

Los aspectos éticos que manifestaron la investigación fueron principalmente el consentimiento informado, que responde al principio de ética de la responsabilidad, que en la presente investigación la asumió el investigador mediante el compromiso de objetividad hacia los informantes. Se aplicaron los “ejes éticos básicos en el trabajo de investigación cualitativo” (Galeano, 2011), los aspectos éticos deben ser íntegros en todo el proceso de la investigación, la responsabilidad hacia los informantes, que las técnicas empleadas y los hallazgos sean válidos científicamente.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Resultados



Figura 2 Diagrama de subcategorías emergentes sobre audiencias de conciliación

Nota: Elaboración propia

Sobre la categoría audiencia de conciliación, de las entrevistas realizadas se ha podido identificar subcategorías emergentes vinculadas al inicio de audiencia mediante el empleo de herramientas tecnológicas que permiten llevar a cabo la interacción inicial entre consumidor y la institución encargada del trámite administrativo de la conciliación, de manera más fluida, que se presenta como medida sanitaria de protección a los consumidores y a los funcionarios que atienden en INDECOPI se ha incrementado la conciliación de tipo virtual, cuyo trámite puede iniciarse sin el pago por el servicio que presta la institución, lo que supone para quien decide acudir a este tipo de proceso le significa un servicio rápido y económico.

Así mismo, se ha podido conocer como subcategorías emergentes sobre el desarrollo de las audiencias de conciliación, la programación de la audiencia de conciliación sin mayor dilación, esto favorece a la celeridad de los procesos administrativos sobre solución de conflictos de consumo, además de establecer la posibilidad de ser llevados a cabo desde el hogar de quien se decide por la conciliación como mecanismo de solución de diferencias con el proveedor (audiencia virtual). Así mismo, los funcionarios de INDECOPI llevan a cabo el trabajo de orientación en el uso de las plataformas existentes y que la comunicación en tiempo real es un cambio de paradigma en la atención a los usuarios de este tipo de servicio, esto favorece el tiempo necesario para llevar a cabo la solución de este tipo de conflictos entre el consumidor y el proveedor.

Además, respecto a otra subcategoría emergente, las expectativas que tiene todo consumidor que acude a la institución para llevar a cabo el proceso de conciliación como mecanismo alternativo de solución de conflictos de consumo, giran en torno a la posibilidad de establecer un dialogo de carácter voluntario para llegar a un acuerdo que promueva una solución beneficiosa para quien acude a este mecanismo, que se ahorre tiempo y dinero al acudir a este mecanismo alternativo del proceso judicial por ser un proceso más flexible que acerca a la población con el Estado, y que en algún momento han sentido que las empresas son mayormente beneficiadas con la falta de control en sus actividades comerciales.

Finalmente, se puede indicar como subcategoría emergente lo que refiere al trabajo del conciliador, siendo considerado fundamental para el éxito de la conciliación, que se ha convertido en un facilitador que permite un acercamiento real entre los consumidores y las empresas que proveen un servicio o un bien, que su trabajo muchas veces es disuasivo para que los proveedores puedan ser participativos y contesten las invitaciones al proceso conciliatorio en sede administrativa en Indecopi, que en la sesión llevada a cabo entre las partes el

conciliador propone formulas y/o alternativas para lograr a una solución consensuada mediante la comunicación directa a nivel alturado y respetuoso.



Figura 3 Diagrama de subcategorías emergentes sobre protección del consumidor

Nota: Elaboración propia

Sobre la categoría protección del consumidor, de las entrevistas realizadas se ha podido conocer como subcategoría emergente la necesidad de precisar aspectos normativos de la relación de consumo, que permitan conocer y entender cuál es su significado y alcances para los consumidores a nivel nacional, y en todos los niveles de compra (por menor y por mayor), consideran que su concepto no es difundido y que la obligación del Estado en todos sus niveles debería ser educar al consumidor a saber leer la información en los productos que se ofertan por parte de los proveedores, que además, la información debe estar referida a los derechos y obligaciones de los consumidores y proveedores, que esta medida debería ser llevada cabo mediante campañas informativas frecuentes.

Como otra subcategoría emergente, se obtuvo lo que refiere a la asimetría de la información. Que, la información señalada en los productos ofrecidos por los proveedores muchas veces induce a error, esto sucede porque la información se presenta de forma incompleta o ambigua, y que, como consecuencia, al momento de decidir por un bien o servicio los consumidores se encuentran en desventaja porque no conocen toda la información necesaria sobre el producto, esto provoca disconformidad porque el producto no satisface sus expectativas.

Además, se pudo conocer como subcategoría emergente, respecto a la protección del consumidor por parte del Estado, que esta protección no se refleja en la realidad pero que la mayoría de los consumidores entrevistados consideran que este tipo de protección es un deber del Estado y que no se hace lo suficiente para lograr este objetivo, que no se hace publicidad de forma masiva de la protección de los consumidores y que sería conveniente mayor difusión empleando diversos medios de comunicación y debe ser a nivel nacional, que la atención que se lleva a cabo en Indecopi mejoraría si se contrata más personal para agilizar la atención de los consumidores.



Figura 4 Diagrama de subcategorías emergentes

Nota: Elaboración propia

## 4.2 Discusión

En cuanto a la audiencia de conciliación, para el Congreso de la República (2015), el marco legal peruano considera como medios alternativos de solución de conflictos a la conciliación, y la diferencia en dos tipos: en la judicial o procesal y la extrajudicial o la que se realiza de manera voluntaria entre las partes previa a una demanda en el poder judicial. Este mecanismo se aplica también para la solución de conflictos de consumo y se regula en la Ley 29571, que establece que ante la negativa de solución directamente por parte del proveedor, el consumidor acude a la sede de Indecopi e iniciar un proceso conciliatorio. Por su parte, las informaciones brindadas por los entrevistados han hecho notar lo positivo de la conciliación mediante la aplicación de las nuevas tecnologías para su iniciación, este tipo de apreciaciones ratifican que los objetivos de la normatividad que establece a la conciliación como mecanismo de solución de conflicto ha sido positiva y eficiente, significando un cambio de paradigma para la solución de conflictos de consumo.

El Estado promueve la protección del consumo, pero esperar que la ciudadanía entienda y aplique la normatividad vigente resulta una tarea muy difícil para el propio Estado, (Tello & Gutarra, 2016), situación que sucede por el desconocimiento de sus derechos por parte de la ciudadanía consumidora, no está arraigada la costumbre de revisar las indicaciones de los bienes o servicios a adquirir.

Valbuena (2015) explica que los mecanismos alternativos de resolución de conflictos de consumo han evolucionado de manera muy ágil en países de Europa y Norteamérica, mientras que en esta parte de Latinoamérica se asimila las intervenciones normativas en materia de consumo con la particularidad de sus propias sociedades. En el caso europeo por ejemplo, se implementó desde el año 2006 el sistema de solución de conflictos en línea, este tipo de iniciativas agilizan y acercan a los consumidores con el aparato estatal, que en

el caso europeo este regido por tratados regionales y de obligatorio cumplimiento por los miembros de la Unión Europea. En el caso del Perú, los entrevistados manifestaron que el empleo de las plataformas digitales como el programa Concilia Fácil que promueve Indecopi, es parcialmente fácil, siempre y cuando quien acceda a este mecanismo virtual tenga conocimientos informáticos básicos, cosa que es lo deseable, pero que no sucede en todos los casos. En ocasiones, al consumidor que desea realizar el inicio de un proceso conciliatorio y tiene poco conocimiento de informática se le induce a error y al desistimiento de iniciar su reclamo ante un proveedor.

Sobre la protección al consumidor, para Núñez & Vega (2017) la protección al consumidor es necesaria por ser el consumidor la parte más débil de una relación de consumo, porque es clara que la asimetría de la información causando en el consumidor desventaja al momento de decidir cuál es su elección más satisfactoria entre las opciones existentes en el mercado, y se busca que esta protección se hecha por el Estado, que la administración pública defienda a la ciudadanía que son los verdaderos, o los consumidores en mayoría, además que por generalidad necesitan estar más informados también por el Estado. Por su parte Rejanovinschi (2017) muestra ejemplos donde la regulación de los mecanismos de solución de conflictos está autorregulada, estos mecanismos se llevan a cabo mediante instituciones privadas que funcionan o articulan medidas que permitan acuerdos entre consumidores y proveedores, que estos mecanismos significan un nivel de madurez del propio mercado y agilizan evitando la acumulación de demandas comerciales, creando un sistema gigantesco que no sería más que la continuación de un modelo jurisdiccional que no demuestra agilidad y el logro de los objetivos en la búsqueda de justicia para la sociedad. Por su parte, los entrevistados en esta investigación han manifestado que, sus expectativas son muy altas y que sea el Estado el que los proteja ante evidentes abusos manifiestos que hacen los productores y que generalmente inducen a error en la toma de decisiones al escoger un artículo o bien que satisfaga sus necesidades.

Las regulaciones nacionales en temas de consumo, tienen claramente establecidas la posición del proveedor y de los consumidores, situación por la que de manera general establecen normas reguladoras sobre la relación de consumo, los mecanismos de solución de conflictos y diferentes aspectos que relacionen a proveedores y consumidores (Rejanovinschi, 2017). Por otra parte, las relaciones de consumo establecen la interacción que se genera entre las personas que buscan determinados bienes o servicios que sean necesarios para cubrir sus necesidades, y que por su parte los empresarios o proveedores buscan que colocan sus productos en una cierta sociedad, y que en este tipo de interacciones surgen ciertas diferencias entre ambas partes, que en determinadas sociedades estas diferencias las dirimen la administración pública y en otros casos son los privados mediante mecanismos de autorregulación, que han sido delegados de la potestad pública, son funcionales y exitosas (Namén, 2019).

Rodríguez (2008) considera que la información es el arma más importante en la defensa al consumidor, de allí que la asimetría informativa se manifiesta como una necesidad de protección estatal y que en el caso peruano se inició de manera muy poderosa con un accionar de Indecopi hacia la exigencia de información clara y precisa sobre los bienes y productos ofertados, que posteriormente ha evolucionado como un factor igualitario entre la responsabilidad de los proveedores de informar sobre sus productos y la responsabilidad de que los consumidores busquen mayor información de lo que desean adquirir y sea diligente. Por su parte Muñoz (2012) opina que no siempre se cumple un equilibrio entre las posiciones de consumidores y proveedores, porque se han presentado estrategias comerciales que no son claras y por parte de algunas personas las entienden como la astucia de los proveedores para promocionar sus productos, y que en realidad esconden tras este tipo de publicidad un fraude directamente dirigido hacia consumidores que están levemente informados o abrumados por la cantidad de información que se presenta por los medios de difusión en sus diferentes modalidades.



## V. CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis realizado, se ha podido concluir que las audiencias de conciliación son herramientas que agilizan la interacción que se crea entre el consumidor y el proveedor, y que permite se materialice la protección al consumidor a través de INDECOPI, que ha presentado mejoras en las formas como el consumidor pueda realizar la conciliación mediante la inclusión de alternativas de su inicio, con el empleo de la vía telefónica, la pagina web institucional, la videoconferencia, además de la atención presencial, y que las mismas van siendo conocidas y asimiladas por los consumidores.

Se ha podido examinar la efectividad de las audiencias de conciliación, estas han ido evolucionando de manera constante y en la actualidad se ha creado un sistema de conciliación sencillo a través de la plataforma virtual de INDECOPI que permita, a Largo plazo, facilitar a los consumidores su acceso. Si bien, que aún se presentan situaciones en que la falta de presencia del proveedor provoca que no se culmine la conciliación o que la misma culmine sin acuerdo motivado por alguna de las partes, y que la conciliación como mecanismo de resolución de conflictos tiene carácter alternativo y que esto no permite que las partes no se sientan obligados a asistir a la misma. Que, la protección al consumidor es promovida por el Estado mediante el INDECOPI, es evidente el gran esfuerzo desplegado por esta institución, que existe la mejor voluntad de la institución en beneficio del consumidor.

Se ha podido constatar que la inasistencia del proveedor a las audiencias de conciliación promovidas por el consumidor en INDECOPI evitan la culminación de las mismas, de acuerdo a la información existente en la página web de INDECOPI la cantidad de procesos conciliatorios que no culminan por la inasistencia del proveedor son un problema que causa malestar en el consumidor y conlleva al inicio de un proceso más complicado en la búsqueda de justicia, o al abandono por parte del consumidor cansado del desaire del proveedor y pensando en un futuro tramite lento y tedioso en el poder judicial.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda que INDECOPI integre en su página web la información mensual de los proveedores que no asistieron a las audiencias de conciliación; siendo que es información pública no reservada, sirva como medida disuasiva el hecho de ser conocido como persona o empresa no colaboradora para solución de problemas de consumo.

Se recomienda que INDECOPI coordine con el Ministerio de Educación la implementación en la malla educativa secundaria la creación y el fortalecimiento de la cultura de paz, mediante el empleo de los Mecanismos Alternativos de Resolución de Conflictos como la conciliación y el arbitraje.

Se recomienda que INDECOPI en coordinación con los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales promuevan campañas populares de conocimiento de los Mecanismos Alternativos de Resolución de Conflictos de consumo como la conciliación y arbitraje, para que la ciudadanía tenga acceso a la justicia de manera más ágil y alternativa a la jurisdicción del Poder Judicial.

## REFERENCIAS

- Acosta, A. (2018). *Conciliación extrajudicial obligatoria y su implicancia en el derecho a la tutela jurisdiccional efectiva en la provincia de Tumbes, 2016*. Tumbes: Universidad Nacional de Tumbes.
- Adhabi, E., & Blash., C. (2017). Literature Review for the Type of Interview in Qualitative Research. *International Journal of Education.*, 9(3), 86-97. doi:doi:10.5296/ije.v9i3.11483
- Alarcon, R. (ene-jun de 2015). La idea de la felicidad. (U. Continental, Ed.) *Apunte de ciencias & sociedad*, 5(1), 6-9. doi:http://dx.doi.org/10.18259/acs.2015002
- Arboleda, A. (jul-dic de 2017). Conciliación, mediación y emociones: una mirada para la solución de los conflictos de familia. (U. S. Arboleda, Ed.) *Civilizar Ciencias Sociales Humanas*, 17(33), 81-96. doi:DOI: http://dx.doi.org/10.22518/16578953.900
- Asenjo, C. (7 de june de 2018). Conflict resolution in community development: are the benefits worth the cost? *Critical Social Policy*, 268-288. doi:https://doi.org/10.1177/0261018318780162
- Aspers, P., & Corte., U. (2019). What is Qualitative in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*(42), 139-160. doi:DOIhttps://doi.org/10.1007/s11133-019-9413-7
- Benjumea, C. (2015). The quality of qualitative research: from evaluation to attainment. *Texto & Contexto - Enfermagem*, 24(3), 883-890. doi:https://dx.doi.org/10.1590/0104-070720150001150015
- Bermejo, J. (27 de abr de 2015). La conciliación prejudicial contenciosa administrativa. (U. d. Costa, Ed.) *Juridicas CUC*, 11(1), 101-124. doi:DOI: http://dx.doi.org/10.17981/juridcuc.11.1.2015.5
- Biard, A. (november de 2018). Impact of directive 2013/11/EU on Consumer ADR Quality: Evidence from France and the UK. *Journal of Consumer Policy*, 42, 109-147. doi:https://doi.org/10.1007/s10603-018-9394-z
- BOE. (4 de noviembre de 2017). Ley 7/2017, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. *Boletín Oficial del Estado numero 268*.

Madrid, Madrid, España: Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática.

- Carvalho, M. (2016). Alternative dispute resolution in civil and commercial matters in the EU. En P. Novais, *Interdisciplinary perspectives on contemporary conflict resolution* (págs. 111-127). Hershey: Information Science Reference.
- Castillo, C. (24 de abril de 2018). (EIPeruario, Ed.) *Juridica Suplemento de Analisis Legal*, Edición 685(11), 4-5. Obtenido de <https://elperuano.pe/suplementosflipping/juridica/685/web/pagina03.html>
- Castillo, C. (8 de junio de 2020). (L. P. Juridico, Editor) Obtenido de [https://lpderecho.pe/conciliacion-extrajudicial-acceso-justicia-tiempos-pandemia/#\\_ftn7](https://lpderecho.pe/conciliacion-extrajudicial-acceso-justicia-tiempos-pandemia/#_ftn7)
- Cavero, E. (dic de 2016). ¿Efecto domino o efecto mariposa? El (distorsionado) concepto de consumidor protegido en el derecho peruano. (PUCP, Ed.) *IUS VERITAS*(53), 34-47. doi:<https://doi.org/10.18800/iusteveritas.201701.002>
- Congreso de la Republica. (12 de noviembre de 1997). Ley de Conciliación. Lima, Perú. Obtenido de <http://www.osce.gob.pe/htmls/conciliacion/leyconciliacionextraj.htm>
- Congreso de la Republica. (2 de setiembre de 2010). *Ley N° 29571 Código de protección y defensa al consumidor*. Obtenido de Normas Legales: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/codigo-de-protección-y-defensa-del-consumidor-ley-n-29571-538113-1/>
- Congreso de la República. (2015). *Dictamen recaído en el proyecto de ley 1991/2012-CR*. Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos. Lima: Congreso de la República. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/comision2011.nsf/A85A2ED34612213105257F1B006C26F5/\\$FILE/DEFENSA.CONSUMIDOR\\_1991-2012-CR\\_Txt.Fav.Sust.Mayoria.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/comision2011.nsf/A85A2ED34612213105257F1B006C26F5/$FILE/DEFENSA.CONSUMIDOR_1991-2012-CR_Txt.Fav.Sust.Mayoria.pdf)
- Cortes, P. (2016). The new regulator framework for consumer alternative dispute resolution. En P. Cortes, *The new regulator framework for consumer dispute*

- resolution* (Vol. 28). Oxford: Oxford University Press.  
doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2793564>
- Cusirramos, F. (2018). *Incorporación de los daños punitivos para defensa del consumidor en la Ley 29571 Arequipa 2016-2017*. Arequipa: Universidad Católica Santa María.
- Defensoria del Pueblo. (18 de junio de 2020). Obtenido de Resolución de Indecopi sobre octogonos afectaria el derecho a la información de los consumidores: <https://www.defensoria.gob.pe/resolucion-de-indecopi-sobre-octogonos-afectaria-el-derecho-a-la-informacion-de-los-consumidores/>
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2018). *The sage handbook of qualitative research*. London: SAGE.
- Dinamarca, P. (2015). *Protección de los derechos de los consumidores: lecciones del sernac financiero*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- DuPerez, O. (19 de march de 2014). Conciliation: a founding element in claims management. *Procedia - Social and Behavioral Science*, 119, 115-123.  
doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.015>
- Engel, R., & Schutt, R. (2017). *The practice of research in social work*. London: SAGE Publications.
- Flick, U. (2018a). *An introduction to qualitative research*. London: SAGE Publications.
- Flick, U. (2018b). *Designing qualitative research*. London: Sage.
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: metodo fenomenologico hermeneutico. *Propósitos y representaciones*, 201-229.  
doi:<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Galeano, M. (2011). *Diseño del proyecto en la investigación cualitativa, 6ta reimpresión*. Medellín: Universidad Eafit.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación, 6ta ed*. Mexico DF: McGrawHill Education.
- Herrera, N., Neira, G., & Tassara, E. (2016). *Propuesta programatica para mejorar la relación de consumo en el Perú*. Lima: Universidad del Pacifico.

- INDECOPI. (15 de marzo de 2000). Documento de Trabajo N° 01-2000. Fortalecimiento del sistema de protección al consumidor: diagnóstico y propuesta. *Normas Legales*. Lima, Lima, Perú: El Peruano.
- INDECOPI. (2016). *Guía para el consumo en caso de emergencia*. Obtenido de indecopi.gob.pe: <http://hdl.handle.net/11724/5808>
- INDECOPI. (2019). *Anuario de Estadística Institucional 2019*. Lima: INDECOPI. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3405269/Anuario+2019.pdf/4b6f30a2-86bc-4f3e-8add-fd21a32c0e0d>
- Izquierdo, M., & Rebollo, M. (2018). La intervención pública en defensa de los consumidores y usuarios. En M. Rodríguez, & M. Casas, *Comentarios a la Constitución Española* (págs. 1430-1446). Madrid: Fundación Wolter Kluwer, BOE, Tribunal Constitucional, Ministerio de Justicia.
- Jamshed., S. (nov de 2014). Qualitative research method-interviewing and observation. *Journal Basic and Clinical Pharmacy.*, 5(4), 87-88. doi:doi: 10.4103/0976-0105.141942
- Jeretina, U., & Uzelac, A. (2015). Alternative dispute resolution for consumer cases: are divergences an obstacle to effective access to justice? *Central European Public Administration Review*, 12(4), 39-74. doi: <https://doi.org/10.17573/ipar.2014.4.a02>
- Johnson, J., Adkins, D., & Chauvin., S. (2020). A Review of the Quality Indicators of Rigor in Qualitative Research. *American Journal of Pharmaceutical Education.*, 84(1), 138-146. doi:doi: 10.5688/ajpe7120
- Koo, A. (2018). The role of the english courts in alternative dispute resolution. *Legal Studies*, 38(4), 666-683. doi:<https://doi.org/10.1017/lst.2018.13>
- Luis, J., & Villa, H. (jul-dic de 2015). La integridad del mercado como mecanismo de protección de los derechos colectivos. (U. d. Medellín, Ed.) *Revista Jurídicas*, 12(2), 9-25. doi:DOI: 10.17151/jurid.2015.12.2.2.
- Maertinez, M. (2009). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. Mexico: Trillas.
- Maher, C., Hadfield, M., Hutchings, M., & Eyto, A. (july de 2018). Ensuring Rigor in Qualitative Data Analysis: A Design Research Approach to Coding

- Combining NVivo With Traditional Material Methods. *International Journal of Qualitative Methods*. doi:<https://doi.org/10.1177/1609406918786362>
- Maldonado, E. (2017). *Conciliación extrajudicial y satisfacción del usuario en la Demuna de la Municipalidad distrital de San Antonio, Huarochiri, Lima-2016*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- McGregor, L. (5 de November de 2015). Alternative dispute resolution and human rights: developing a rights - based approach through the ECHR. *European Journal of International Law*, 607-634. doi:<https://doi.org/10.1093/ejil/chv039>
- Mendoza, C., & Sánchez, R. (2016). *La conciliación* . Cali: Pontificia Universidad Javeriana.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (junio de 2018). Código de Protección y Defensa del Consumidor. 1-454. Lima, Perú. Obtenido de [http://spij.minjus.gob.pe/content/publicaciones\\_oficiales/img/CODIGO-CONSUMIDOR.pdf](http://spij.minjus.gob.pe/content/publicaciones_oficiales/img/CODIGO-CONSUMIDOR.pdf)
- Montoya, M., & Salinas, N. (jul-dic de 2016). La conciliación como proceso transformador de relaciones en conflicto. *Opinión Jurídica*, 15(30), 127-144.
- Moran, D. (2019). What it the phenomenological approach? Revisiting International Explication. *Phenomenology and Mind*, 15, 72-90. doi:[https://doi.org/10.13128/Phe\\_Mi-24973](https://doi.org/10.13128/Phe_Mi-24973)
- Muñoz., S. (ene-abr de 2012). El derecho a la información en la esfera de protección del consumidor. *Dialogos de Derecho y Política.*, 3(8), 1-20. Obtenido de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2013/08/Derecho-a-la-Informacion-Proteccion-del-consumidor.pdf>
- Namén., D. (jul-dic de 2019). Una mirada desde la iniciativa privada de arbitraje de consumo: el caso estadounidense y algunas reflexiones sobre su posible adecuación en Colombia. *Revista de Mercatoria*, 18(2), 39-62. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/6442/8742>
- Noble, H., & Smith., J. (2015). Issues of validity and reliability in qualitative research. *Evidence Based Nursing.*, 18(2), 1-8. doi:<https://doi.org/10.1136/eb-2015-102054>

- Noone, M., & Ojelabi, L. (3 de june de 2020). Alternative dispute resolution and acces to justice in Australia. *International Journal of Law in Context*, 16(2), 108-127. doi:10.1017/S1744552320000099
- Núñez, V., & Vega., C. (2017). *Analisis de la acción individual en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores*. Santiago de Chile: Universidad Finis Terrae.
- Nylund, A. (2014). Acces to justice: is ADR a help or hindrance). En L. Ervo, & A. Nylund, *The future of civil litigation* (págs. 325-344). New York: Springer Interntional Publishing. doi:https://doi.org/10.1007/978-3-319-04465-1\_16
- Parra, F. (2016). *Una mirada antropologica sobre el conflicto, la desigualdad y los procesos de reinserción social en Colombia, Tesis Doctoral*. Madrid: Universidad Complutense.
- Pokropski, M. (24 de jul de 2015). Affectivity and time: towards a phenomenology of embodied time-consciousness. *Studies in logic, grammar and rhetoric*, 41(1), 161-172. doi:https://doi.org/10.1515/slgr-2015-0026
- Prasad, P. (2018). *Crafting qualitative research*. New York: Routledge.
- Reinke, A. (june de 2020). Documents and the bureaucratisation of alternative dispute resolution in the United State. *Journal of Legal Anthropology*, 4, 1-22. doi:https://doi.org/10.3167/jla.2020.070701
- Rejanovinschi., M. (jul de 2017). Protección al consmumidor y propuesta Estatal en autorregulación privada y procedimientos administrativos: una aproximación inicial. *IUS ET VERITAS*(54), 272-293. doi:https://doi.org/10.18800/iusetveritas.201702.015
- Rios, F. (2016). *El arbitraje de consumo ¿Cerrando el circulo del sistema de protección al consumidor en el Perú?* Lima: PUCP.
- Roche, W. (30 de december de 2016). The development of conflict resolution practice in Irish workplaces. *Administration*, 64(3/4), 61-89. doi:https://doi.org/10.1515/admin-2016-0025
- Rodriguez., G. (2008). ¿Asimetría informativa o desigualdad en el mercado?: apuntes sobre el verdadero rol de la protección al consumidor. *Foro*



- Jurídico*(8), 13-119. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/18500/18740>
- Roldan, F. (2016). *Protección del consumidor en el Código Civil y Código de Protección y Defensa del Consumidor frente a las cláusulas abusivas en los contratos por adhesión de telefonía fija*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Romualdi, G. (2019). Problem solving justice and alternative dispute resolution in the italian legal context. *Utrecht Law Review*, 14(3), 52-63. doi:<http://doi.org/10.18352/ulr.468>
- Sánchez-Castro, M. (2018). *La protección del consumidor en los contratos vinculados*. Madrid: Universidad Complutense .
- Seidman, I. (2019). *Interviewing as qualitative research*. New York: Teachers Coleege Press.
- Skjott, M., & Korsgaard, S. (2019). Coding qualitative data: a synthesis guiding the novice. *Qualitative Research Journal*, 3, 259-270. doi:<https://doi.org/10.1108/QRJ-12-2018-0012>
- Solarte, C. (2019). *Protección al consumidor en Colombia ante la obsiolesencia programada*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidos Ibérica.
- Tello, S., & Gutarra., N. (2016). Protección al comsumidor y la delegación de competencia de INDECOPI a la Superintendencia Nacional de Salud, en el marco del Decreto Legislativo N° 1158. *Lex*, 14(17). doi:<http://dx.doi.org/10.21503/lex.v14i17.944>
- UNCTAD. (2017). Manual sobre protección del consumidor. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Ginebra, Ginebra, Suiza: Organización de las Naciones Unidas. Obtenido de [https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1\\_es.pdf](https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1_es.pdf)
- Valant, J. (2015). *Consumer protection in the EU*. Bruselas: European Parliamentary Research Service. doi:doi: 10.2861/575862

- Valbuena., F. (2015). La plataforma europea de resolución de litigios en línea (ODR) en materia de consumo. *Revista de Derecho Comunitario Europeo*.(52), 287-1016. doi:Doi: <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rdce.52.05>
- VanSchagen, E. (30 de aug de 2017). Better regulation and the principle of consumer protection in EU Contract Law. *European Review of Contract Law*, 13(3), 239-254. doi:<https://doi.org/10.1515/ercl-2017-0011>
- Yemisi, I. (13 de october de 2017). Understanding nature and process of alternative dispute resolution and collective conciliation: lesson from United Kingdom, Canada, South Africa and Japan. *International Business Research*, 10(11), 103-110. doi: <https://doi.org/10.5539/ibr.v10n11p103>

## **ANEXOS**

### Anexo 4. Matriz de categorización

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS	METODOLOGIA	FUENTES
Se puede advertir que una cantidad importante de los reclamos que se tramitan en INDECOPI concluyen por inasistencia del proveedor, resultando ser infructuoso el trámite de reclamo. Este tipo de actitudes por parte del proveedor provoca en los usuarios la sensación de indefensión ante la disconformidad y posterior enfrentamiento en defensa de lo que considera justo, mereciendo de INDECOPI la atención permanente para la solución de estos problemas (INDECOPI, 2019).	<b>Problema General</b> ¿De qué manera las audiencias de conciliación permiten realmente la protección al consumidor en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual?	<b>Objetivo General</b> Analizar las audiencias de conciliación como herramienta efectiva en la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020.	<b>Audiencias de conciliación</b>	Inicio de la audiencia de conciliación Desarrollo de la audiencia de conciliación Culminación de la audiencia de conciliación	Enfoque: Cualitativo Tipo: Hermenéutica Interpretativa Diseño: Fenomenológica Escenario: INDECOPI	Usuarios (denunciantes) Conciliadores del INDECOPI
	<b>Problema Específicos</b> ¿Se logra la efectividad de las audiencias de conciliación sin acuerdo para la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020? ¿Cómo afecta la inasistencia del proveedor a la audiencia de conciliación para la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020?	<b>Objetivo Específicos</b> Examinar la efectividad de las audiencias de conciliación sin acuerdo para la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020. Constatar la inasistencia del proveedor a la audiencia de conciliación para la protección al consumidor en el INDECOPI durante el año 2020.	<b>Protección al consumidor</b>	Relación de consumo Asimetría informativa		<b>TECNICAS INSTRUMENTOS</b> Entrevistas Guía Entrevista

## Anexo 5. Instrumento de recolección de datos

### Entrevista para usuarios

Categoría	Subcategoría apriorística	Pregunta orientadora	N° de ítem
Categoría 1: Audiencia de conciliación	Inicio de la audiencia de conciliación	¿Por qué decidió iniciar la audiencia de conciliación?	1
		¿Considera a la audiencia de conciliación como una alternativa rápida de atención al inconveniente ocasionado? ¿Por qué?	2
		¿Considera engorroso el trámite para afiliarse al Concilia Fácil, Sistema de Audiencia Virtual? ¿Por qué?	3
	Desarrollo de la audiencia de conciliación	¿Considera pertinente el plazo en el que se desarrolla la audiencia de conciliación? ¿Por qué?	4
		¿Considera que la participación del conciliador contribuyó en el acercamiento de las partes durante el desarrollo de la audiencia de conciliación? ¿Por qué?	5
	Culminación de la audiencia de conciliación	¿Se cumplieron las expectativas que tenía de la audiencia de conciliación? ¿Por qué?	6
Categoría	Subcategoría apriorística	Pregunta orientadora	N° de ítem
Categoría 2: Protección del consumidor	Relación de consumo	¿Conoce la definición de relación de consumo? Explique cómo se enteró.	7
		¿Considera que el Estado difunde entre los ciudadanos el significado de relación de consumo? ¿Por qué?	8
	Asimetría informativa	¿Considera que las empresas mediante la publicidad para ofertar sus productos, difunden información de manera clara y oportuna? ¿Por qué?	9
		¿Considera que la información que le brindan las empresas ayuda a determinar su decisión de compra (producto o servicio)? ¿Por qué?	10
Protección del consumidor	¿Se siente protegido ante los proveedores por parte del Estado? ¿Por qué?	11	

## Entrevista para funcionarios

Categoría	Subcategoría apriorística	Pregunta orientadora	N° de ítem
Categoría 1: Audiencia de conciliación	Inicio de la audiencia de conciliación	¿Considera a la audiencia de conciliación como una alternativa de solución de conflictos de consumo de fácil acceso para los usuarios que la solicitan? ¿Por qué?	1
		¿Cómo considera el trámite para afiliarse al Concilia Fácil, Sistema de Audiencia Virtual? ¿Por qué?	2
	Desarrollo de la audiencia de conciliación	¿Considera pertinente el plazo en el que se desarrolla la audiencia de conciliación? ¿Por qué?	3
		¿Considera que la participación del conciliador contribuyó en el acercamiento de las partes durante el desarrollo de la audiencia de conciliación? ¿Por qué?	4
	Culminación de la audiencia de conciliación	¿De acuerdo a su experiencia considera que se cumplen las expectativas que se tiene de la audiencia de conciliación como mecanismo de acercamiento entre proveedores y usuarios? ¿Por qué?	5
Categoría	Subcategoría apriorística	Pregunta orientadora	N° de ítem
Categoría 2: Protección del consumidor	Relación de consumo	¿De su experiencia considera que los usuarios conocen la definición de relación de consumo? ¿Por qué?	6
		¿Considera que el Estado difunde entre los ciudadanos el significado de relación de consumo? ¿Por qué?	7
	Asimetría informativa	¿Considera que las empresas mediante la publicidad para ofertar sus productos, difunden información de manera clara y oportuna? ¿Por qué?	8
		¿Considera que la información que brindan las empresas ayuda a determinar la decisión de los usuarios para la adquisición de productos o servicios? ¿Por qué?	9
Protección del consumidor	¿De su experiencia, considera que es suficiente lo que hace el Estado para proteger a los usuarios en caso de abuso por parte de los proveedores? ¿Por qué?	10	

## ANEXO 6. CATEGORIZACIÓN Y CODIFICACIÓN

### ENTREVISTA A FUNCIONARIOS INDECOPI

Preguntas	Participantes		
	F-1	F-2	F-3
¿Considera a la audiencia de conciliación como una alternativa de solución de conflictos de consumo de <b>fácil acceso para los usuarios</b> que la solicitan? ¿Por qué?	Efectivamente, considerando la <b> coyuntura actual</b> , el Indecopi ha implementado <b>herramientas tecnológicas para</b> que los usuarios accedan de manera fácil a los servicios que brinda la Institución, entre ellos, el de <b>conciliación virtual</b> , cuya audiencia se puede llevar a cabo desde cualquier lugar en donde se encuentre ubicado el reclamante <b>sin necesidad de presentarse a las oficinas</b> del Indecopi y <b>cumplir con las medidas sanitarias</b> .	Considero que la audiencia de conciliación es una <b>herramienta accesible</b> a nivel económico, temporal y que genera altas probabilidades de <b>solución efectiva</b> , asimismo cuenta con un sencillo sistema de uso. A nivel económico, porque <b>no genera ningún tipo de costo para el usuario</b> , en la medida que todas las gestiones propias del trámite, son asumidas por el Estado. A nivel temporal, porque no involucra un trámite que dilate más de <b>20 días hábiles</b> , aminorando afectaciones en los usuarios, al procurar obtener rápidos resultados. El sistema con el que se cuenta en la actualidad, es un <b>sistema mixto (presencial y virtual)</b> que permite al ciudadano de a pie, optar por el canal que más se adecue a sus necesidades y, considerando el contexto actual, las <b>plataformas virtuales</b> generan una gestión mucho más celera en <b>beneficio de los usuarios</b> del servicio, sin dejar de lado, el canal original ( <b>presencial</b> ) que también está a disposición para aquellos <b>usuarios que no manejen herramientas virtuales</b> , pero con el mismo objetivo y efectividad.	Considero que audiencia de conciliación es una alternativa de solución de conflictos de <b>fácil acceso</b> para los usuarios que la solicitan, debido que mediante la misma se puede resolver conflictos de manera <b>rápida y económica</b> , a través del dialogo y la conversación entre las partes, donde el <b>conciliador facilita</b> dicha comunicación y el acercamiento entre las mismas, pudiendo llegar a acuerdos. Asimismo, los usuarios que deseen registrar sus reclamos podrán acceder fácilmente mediante los <b>distintos canales de atención</b> de la institución, entrando a la página web <a href="http://www.indecopi.gob.pe">www.indecopi.gob.pe</a> ingresado al icono ¿cómo presentar tu reclamo? – Reclama <b>Virtual</b> , comunicándose de manera <b>telefónica</b> al número 2247777, escribiendo al <b>correo electrónico</b> <a href="mailto:sacreclamo@indecopi.gob.pe">sacreclamo@indecopi.gob.pe</a> o de manera <b>presencial</b> .
¿Cómo considera el trámite para afiliarse al <b>Concilia Fácil</b> , Sistema de Audiencia Virtual? ¿Por qué?	El trámite para afiliarse al Concilia Fácil es bastante <b>sencillo</b> , lo que implica que el registro se pueda realizar de manera <b>inmediata</b> , lo cual facilita que las audiencias de conciliación se <b>programen sin mayor dilación</b> .	El <b>trámite es sencillo</b> , en la medida que el usuario puede <b>desde la comodidad de su hogar</b> , facilitar toda la información que se le requiera para el inicio de la afiliación. Asimismo, se cuenta con <b>equipos especializados</b> , que se encargan de <b>brindar acompañamiento</b> durante el proceso de afiliación,	El concilia fácil es una herramienta de conciliación a través de <b>video llamada</b> para que los consumidores y proveedores puedan <b>comunicarse en tiempo real</b> con asistencia de un conciliador para buscar solución a los reclamos presentados. Considero que el trámite para

		brindando la <b>orientación en el uso de plataforma</b> , a fin que el usuario sepa interactuar en la misma.	afiliarse al concilia fácil es sencillo y de <b>fácil acceso</b> , debido a que usuario o el proveedor podrán registrarse ingresando al registro SEL, consignando sus datos personales, aceptando los términos y condiciones y así poder acceder a todos los <b>servicios virtuales</b> del Indecopi.
¿Considera pertinente <b>el plazo</b> en el que se <b>desarrolla la audiencia</b> de conciliación? ¿Por qué?	El plazo en el que se desarrolla la audiencia de conciliación, si bien <b>puede reducirse</b> , resulta necesario para que las partes involucradas puedan dejar en claro sus posiciones; asimismo, el desarrollo de la diligencia depende del <b>colaborador asignado</b> , el cual debe procurar, que los tiempos y/o plazos no se extiendan en forma innecesaria.	El plazo empleado para generar un espacio de negociación mediante la audiencia de conciliación, es un <b>plazo apropiado</b> , en la medida que la interacción previa (mediación) únicamente toma entre 02 y 05 días hábiles, por lo que, el plazo para citar a las partes a una audiencia de conciliación es óptimo, considerando que únicamente se toman en cuenta plazos de tránsito de documentos (envío y devolución de la citación) lo cual constituye un <b>plazo en mínimo, a diferencia de otros plazos a nivel de procedimientos administrativos</b> .	El tiempo promedio que duran las diligencias de conciliación es de 45 minutos aproximadamente y considero que dicho <b>tiempo es adecuado</b> para que el consumidor pueda expresar su requerimiento, el proveedor señalar su posición o alguna propuesta conciliatoria en virtud al reclamo presentado y el conciliador acercar a las partes para ser intermediario en la solución del conflicto.
¿Considera que la <b>participación del conciliador</b> contribuyó en el acercamiento de las partes durante el desarrollo de la audiencia de conciliación? ¿Por qué?	Definitivamente, la participación del colaborador siempre <b>resulta importante</b> , ya que no solo está encargado de la conducción de la audiencia, sino también, puede <b>proponer fórmulas conciliatorias y/o alternativas</b> para que la gestión del reclamo culmine de manera exitosa.	La participación del conciliador a cargo del trámite <b>es fundamental</b> y, en esencia, si contribuye a generar el acercamiento entre las partes, toda vez que, como parte de su rol, <b>puede proponer y realizar contrapropuestas a las partes</b> , así como <b>disuadirlas</b> de un procedimiento posterior (denuncia), que generaría mayores costos para las partes, por ello, considero que funge una <b>labor fundamental</b> para lograr el acuerdo conciliatorio.	Considero que la participación del conciliador en la diligencia de conciliación <b>es importante</b> porque <b>facilita el acercamiento entre las partes</b> y contribuye a una <b>comunicación directa</b> entre el consumidor y el proveedor para solucionar conflictos de consumo. Es así que, el conciliador al iniciar la diligencia de conciliación agradece la participación de las partes, indica la finalidad de la audiencia de conciliación, que es el acercamiento entre las partes para dialogar sobre los hechos materia del reclamo <b>sin evaluar el caso ni emitir un juicio de valor</b> , señala las reglas de conducta y propicia una adecuada comunicación entre las partes para poder llegar a un acuerdo conciliatorio.
¿De acuerdo a su experiencia considera que se	En mi experiencia, muchas veces, para un mejor entendimiento del reclamo, resulta necesario que las partes involucradas cuenten con un espacio en	En su mayoría <b>la expectativa es cubierta</b> , debido a que se pueden lograr <b>soluciones muy beneficiosas</b> ; sin embargo, es importante informar a los usuarios	Considero que <b>se cumplen las expectativas</b> , debido a que, mediante la diligencia de conciliación, el <b>conciliador propicia un</b>



<p>cumplen las expectativas que se tiene de la audiencia de conciliación como mecanismo de acercamiento entre proveedores y usuarios? ¿Por qué?</p>	<p>donde se pueda dialogar, lo cual conlleva que un reclamo que en un inicio obtuvo como respuesta la negativa del proveedor, durante la diligencia de conciliación, se pueda llegar a un acuerdo conciliatorio.</p>	<p>sobre la naturaleza y alcance de las audiencias de conciliación, toda vez, que revisten un carácter voluntarias y dependen del ánimo conciliatorio de las partes.</p>	<p>acercamiento entre las partes para el dialogo y la conversación, facilitando la comunicación entre las partes para solucionar los problemas de consumo. Asimismo, trae como ventajas el ahorro de tiempo, dinero, flexibilidad, utilizando un lenguaje sencillo, directo, manteniendo las relaciones más fluidas, es de fácil acceso para las partes y promueve una cultura de paz.</p>
<p>¿De su experiencia considera que los usuarios conocen la definición de relación de consumo? ¿Por qué?</p>	<p>En la mayoría de casos, los usuarios conocen la definición; sin embargo, hay ocasiones en donde resulta necesario precisar ciertos aspectos normativos, para que se entienda de mejor manera que significa e implica una relación de consumo.</p>	<p>No, el concepto no está bien difundido, y es importante que se siga educando al consumidor sobre las vías que están a su disposición para el correcto ejercicio de sus derechos y asimismo se propicie una cultura de lectura en los ciudadanos que les permitirá prever situaciones de controversia o saber cómo actuar frente a las mismas.</p>	<p>Considero que los consumidores no conocen la definición de la relación de consumo, debido a que los mismos no acceden a una información adecuada, oportuna, veraz y precisa sobre los productos adquiridos o los servicios prestados, lo que no les permite realizar una adecuada decisión de consumo. En una relación de consumo, es el proveedor quien tiene mejor y mayor información sobre los productos o servicios, debido a que participan en el proceso productivo, conocen de la calidad y funcionalidad de lo que ofrecen y no propiamente el consumidor, pues este último no forma parte de la actividad económica. En ese sentido, nace la asimetría informativa, donde el proveedor se encuentra en una mejor posición frente al consumidor, creando una desventaja, debido a que es el proveedor quien tiene la mejor información respecto de los productos y servicios que ofrece en el mercado.</p>
<p>¿Considera que el Estado difunde entre los ciudadanos el significado de relación de</p>	<p>Considero que el Estado, sin perjuicio de las actividades de difusión que a la fecha desarrolla, podría impulsar o desarrollar campañas informativas de mayor envergadura toda vez que, en ocasiones, la información necesaria no llega a todos los pueblos</p>	<p>El Estado realiza labores de difusión como parte de su rol tuitivo; sin embargo, considero que no solo se debe difundir el concepto, sino que él se debe cultivar desde las escuelas el hábito de lectura, porque esto permitirá a los ciudadanos decidir correctamente sobre sus transacciones comerciales.</p>	<p>Considero que en la actualidad el Estado a través de Indecopi se encuentra realizando diferentes campañas informativas al consumidor para difundir el significado de la relación de consumo; sin embargo, considero que le falta trabajar más en la difusión de dicha información. Al respecto,</p>

<p>consumo? ¿Por qué?</p>	<p>del país, ello en gran medida, debido a la difícil geografía de nuestro país.</p>		<p>Indecopi, cuenta con una radio, distintas plataformas virtuales donde difunden programas de información a los consumidores, donde informan sobre sus derechos y obligaciones de las partes al realizar un contrato, sobre lo que tendrían que tener en cuenta al comprar un producto o contratar un servicio, campañas informativas en época escolar, información al comprar inmuebles, información respecto al sistema financiero, información para fechas festivas (día del padre, día de la madre, día del niño, compras virtuales, viajes, navidad, etc); sin embargo, la difusión de esta información se encuentra en la propia página de la institución y algunas oportunidades dichas campañas las informan en el canal de televisión del Estado y considero que debería existir un convenio con las radios y canales de televisión de señal abierta para que esta información llegue a toda la población y con ello los consumidores estén mejor informados sobre las consideraciones que tendrían que tener en cuenta al realizar la compra de un producto o la contratación de un servicio y así poder realizar una adecuada decisión de consumo.</p>
<p>¿Considera que las empresas mediante la publicidad para ofertar sus productos difunden información de manera clara y oportuna? ¿Por qué?</p>	<p>La publicidad puede mejorar definitivamente, lo cual implica, que el usuario tome una mejor decisión al momento de elegir los productos de su interés.</p>	<p>En muy pocos casos, las empresas toman en cuenta la regulación sobre publicidad, así como la información mínima que debe contener el encarte publicitario; lamentablemente, las empresas suelen inducir al error con la información ambigua o, con la falta de información en la publicidad de productos, que genera afectación en los intereses de los consumidores, con el ánimo de incrementar sus ganancias sustancialmente.</p>	<p>Considero que las empresas mediante la publicidad muchas veces no difunden información clara y oportuna sobre los productos o servicios, porque dicha información muchas veces no es fácilmente accesible a los consumidores y si la indican la misma no se encuentra en un lenguaje sencillo; por lo que, no es entendible para un consumidor, lo que no le permite saber con precisión qué es lo que está adquiriendo o que servicio está contratando.</p>

<p>¿Considera que la información que brindan las empresas ayuda a determinar la decisión de los usuarios para la adquisición de productos o servicios? ¿Por qué?</p>	<p>Definitivamente, ello debido a que el usuario toma una decisión teniendo en cuenta la información que recibe por parte del proveedor, situación que se presenta en la gran mayoría de compras que se efectúan en el mercado.</p>	<p>La información es fundamental para una adecuada contratación, considero que es el pilar de las transacciones comerciales, porque permitirá al consumidor conocer las ventajas y/o desventajas de un determinado producto o servicio, a fin de contratar lo que se requiera en atención a sus necesidades. Sin información, hay ambigüedad y ningún ciudadano debiera contratar algo que le genere inseguridad jurídica.</p>	<p>La información que brindan las empresas no ayuda a determinar la decisión de los usuarios para la adquisición de los productos o servicios, porque la información no es precisa, no es completa, no es relevante, no es oportuna, no es comprensible. Al respecto, se necesita que el proveedor informe de una manera comprensible al consumidor sobre el producto o servicio, con un lenguaje sencillo, sin palabras técnicas, de forma oportuna, lo que le permitirá tomar una adecuada decisión de consumo.</p>
<p>¿De su experiencia, considera que es suficiente lo que hace el Estado para proteger a los usuarios en caso de abuso por parte de los proveedores? ¿Por qué?</p>	<p>El Estado despliega su mayor esfuerzo en su búsqueda de protección para lo usuario en materia de consumo; sin embargo, muchas veces, esto no se ve reflejado en la realidad debido a la falta de colaboración por parte de los proveedores. Durante el transcurso de estos últimos años, la Institución ha venido implementado mecanismos y herramientas que buscan fortalecer la labor que se desarrolla, lo cual da cuenta del compromiso del Estado respecto de la búsqueda de mejorar la labor de protección a favor de los consumidores.</p>	<p>Es deber del Estado evolucionar de acuerdo a los nuevos contextos y realidades que atraviesa el mercado, ya que éste siempre es fluctuante y se va ajustando en función a diferentes factores, entonces, lo que el Estado pueda hacer cada día nunca será suficiente, porque debe ir siempre de la mano con las necesidades del usuario y proponer capacitaciones, mejoras normativas justas y sostenibles para los dos eslabones de la cadena, consumidor y proveedor, y así ir generando un mercado más justo y equitativo.</p>	<p>El Estado a través de la Legislación e Indecopi ofrece a los consumidores canales de atención respecto a sus problemas de consumo; sin embargo, considero que no es suficiente y deberían reforzar las áreas del Indecopi contratando más personal para hacer frente a la carga que está en toda la institución y realizar más difusión de sus campañas a través de convenios con canales de radios y televisión de señal abierta. Al respecto el Estado a través de Indecopi ofrece diferentes canales de atención a los consumidores respecto a sus conflictos de consumo, en primer lugar a través del SAC - Servicio de Atención al Ciudadano, ofrece a los usuarios orientación sobre los procedimientos, servicios y trámites a seguir ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual y es una vía alternativa por la cual los consumidores pueden presentar sus reclamos de manera gratuita, ofreciéndoles la mediación y conciliación, cuando sus derechos son afectados y el proveedor no les brinda ninguna solución. Asimismo, se ofrece el arbitraje de consumo, es</p>

			<p>una herramienta gratuita, sencilla, rápida a disposición del consumidor para que pueda obtener una solución a inconvenientes que puedan presentarse al adquirir un producto o durante la prestación del servicio y también cuenta con Órganos Resolutivos Sumarios y Ordinarios, que según su competencia, mediante la evaluación de los medios probatorios, emitirán sus resoluciones, pudiendo establecer medidas correctivas reparadoras y complementarias y establecer sanciones para los proveedores que van desde una amonestación hasta una multa de 450 UIT, si incurrir en infracciones a las normas de protección al consumidor. En ese sentido, si bien existe por parte del Estado un esfuerzo por proteger a los usuarios por el abuso por parte de los proveedores, este no es suficiente porque la carga crece en demasía frente al personal que labora en la Institución lo que hace inviable que se pueda atender de manera oportuna los conflictos de los consumidores en los distintos canales de atención que se ofrece a la ciudadanía, por lo que, se requiere reforzar el personal humano para poder brindar un servicio de manera oportuna y con mayor rapidez.</p>
--	--	--	--

### ENTREVISTA A USUARIOS

PREGUNTAS	PARTICIPANTES			
	U-1	U-2	U-3	U-4
1. ¿Por qué decidió iniciar la audiencia de conciliación?	Presenté mi reclamo ante la empresa Ripley, los cuales negaron la responsabilidad sobre mi deuda, por un seguro del cual yo no estuve	Porque me parece un medio adecuado y rápido para resolver controversias y llegar a un acuerdo de ambas partes.	Porque tuve un reclamo con una aerolínea, el cual no fue solucionado en primera instancia, es decir directamente con la empresa.	Decidí iniciar un proceso de conciliación debido a que Scotiabank se negó a aceptar mi postura frente al problema que me ocasionaron, los

	informada, e indicaron que tenía que pagarla, condicionándome para que ellos procedan a cancelar mi tarjeta. El tiempo de respuesta por parte de Ripley fue más de lo esperado, ya que la cuenta iba aumentando y generando intereses. Esto anudado a requería sacar un préstamo y esto no sería factible si Ripley me ponía en la base de Infocorp como deudor. Estas razones fueron las que me hicieron acudir a INDECOPI, en el cual se me indicaron las opciones que tenía para proceder y consideré que el tiempo de solución era más rápido con una audiencia de conciliación y los gastos en los que incurriría serían nulos.			tiempos de respuesta a las consultas y quejas que formulé a la empresa, esto junto a que las respuestas por parte del banco no llegaron a cubrir mis dudas.
2. ¿Considera a la audiencia de conciliación como una alternativa rápida de atención al inconveniente ocasionado? ¿Por qué?	Sí, en mi caso las empresas que estaban involucradas acudieron a la primera citación y el personal de INDECOPI me guio en el proceso que seguía, obteniendo mejores resultados de los esperados, ya que yo requería la cancelación de la tarjeta, sin embargo, también se me cancelo la deuda, la cual no había pagado porque no había usado el servicio y la consideraba una estafa.	Si, por que es de mutuo acuerdo ambas partes llegar a una solución rápida y evitar la vía judicial.	En efecto, considero la audiencia de conciliación como una alternativa rápida, ya que el tiempo es bastante reducido ya sea para obtener una respuesta por parte del proveedor o para saber si se inicia una denuncia en contra del reclamado.	No, debido a que las empresas no atienden la solicitud del INDECOPI a presentarse a una audiencia de conciliación, como es mi caso.
3. ¿Considera engorroso el trámite para afiliarse al Concilia Fácil, Sistema de Audiencia Virtual?	No conozco la herramienta descrita, debido a que mi problema sucedió en el 2015 y esta herramienta no estaba establecida. Sin embargo, considero que las herramientas de tecnología son más complicadas para nosotros los adultos.	No, porque tengo familiaridad con el sistema, pero considero que para otras personas puede ser un poco tedioso.	No lo considero engorroso. Los pasos a seguir para la afiliación son sencillos.	No me encuentro familiarizado con el sistema, pero considero que las plataformas del estado son simples.

<p>4. ¿Considera pertinente el plazo en el que se desarrolla la audiencia de conciliación? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, creo que está dentro del plazo esperable, ya que da tiempo a las empresas a darle seguimiento al reclamo y a su atención.</p>	<p>Si, justamente porque se trata de una solución rápida y evitar largos periodos de tiempo.</p>	<p>Sí, porque es un plazo razonable que tácitamente se le otorga a las partes para llegar a un acuerdo sin audiencia.</p>	<p>No, considero que los plazos son demasiado extendidos y dan pie a que el usuario se canse y desista de seguir con su reclamo.</p>
<p>5. ¿Considera que la participación del conciliador contribuyó en el acercamiento de las partes durante el desarrollo de la audiencia de conciliación? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, la doctora fue una persona neutral que nos guió en el proceso y favoreció el dialogo entre las empresas y mi persona para llegar a un acuerdo favorable y sin perjuicio de las empresas a mi consideración.</p>	<p>Sí, es importante la participación del conciliador y esta persona tenga empatía por ambas partes, buscar la armonía, solución y satisfacción de las partes en controversia.</p>	<p>Considero que el conciliador contribuyó de manera positiva, ya que, al conversar con cada una de las partes en la audiencia, se pudo obtener un resultado beneficioso. Ya que se resolvió mi reclamo, pero también acepté el tiempo que demorarían para la devolución.</p>	<p>En mi caso el proceso transcurrió a través de mi conciliador el cual me solicito gran cantidad de documentación para sustentar mi postura, frente al banco, esto vía correo. En el caso del banco solo basto con que indique que su postura es que no realiza indemnizaciones a sus clientes, dando a pie a que se solicite una audiencia de conciliación, en la cual el banco no se presentó y por el tiempo transcurrido y porque se me indico que se tenía que pagar una tasa no proseguí con el reclamo.</p>
<p>6. ¿Se cumplieron las expectativas que tenía de la audiencia de conciliación? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, mis expectativas fueron superadas, ya que yo solo requería la anulación de la tarjeta, pero las empresas se dieron cuenta que sería injusto pagar por un servicio que no había consumido y del cual no había sido informado.</p>	<p>Si, en la mayoría de los casos, salvo en un caso donde tuve que acudir a una denuncia administrativa.</p>	<p>Si, ya que mi objetivo era lograr una solución al incidente y así fue.</p>	<p>No, ya que el banco no se presentó a la audiencia y no se le aplico ningún tipo de sanción por ello.</p>
<p>7. ¿Conoce la definición de relación de consumo? Explique cómo se enteró.</p>	<p>No, no estoy familiarizada con el término.</p>	<p>Es la garantía del producto o servicio que se brinda, la responsabilidad solidaria entre el proveedor del servicio y el cliente. Me entere de esto en mi centro de estudios universitarios.</p>	<p>Si la conozco, me enteré por el Código de Protección al Consumidor.</p>	<p>Sí, estoy al tanto del termino debido a cursos que eh llevado de los cuales se ha hablado solo en definición.</p>

<p>8. ¿Considera que el Estado difunde entre los ciudadanos el significado de <b>relación de consumo</b>? ¿Por qué?</p>	<p>No, ya que <b>nunca eh visto información relacionada ni en los medios o en las redes</b> que hoy son muy utilizadas.</p>	<p>No, porque he visto varios casos que las personas no conocen ni que existe una entidad como Indecopi que vela por los derechos de los consumidores, ni publicidad por parte del gobierno en algunos sectores sobre relaciones de consumo.</p>	<p>Considero que <b>no lo difunde con claridad</b>, lo que conlleva a que los <b>consumidores sigamos siendo negligentes y poco razonables</b>.</p>	<p>No, ya que <b>nunca eh escuchado por ningún medio o propaganda el término</b>.</p>
<p>9. ¿Considera que las <b>empresas</b> mediante la publicidad para ofertar sus productos <b>difunden información de manera clara y oportuna</b>? ¿Por qué?</p>	<p>No, ya que toda <b>la publicidad tiene letras muy pequeñas</b> y que pasan muy rápido como los términos o información relevante al público.</p>	<p>No, dado que su <b>publicidad en la mayoría de los casos es confusa</b> y tratan de hacer <b>caer en el error</b> al consumidor.</p>	<p>Considero que la mayoría cumple con la información necesaria para una elección, ya sea <b>en los empaques o en la publicidad televisiva</b>.</p>	<p>No, muchas veces en la publicidad se tienen un panorama totalmente diferente al que este asociado a los términos de la compra o del producto, los cuales te enteras cuando lees <b>etiquetas, letras pequeñas</b> o buscas mayor información.</p>
<p>10. ¿Considera que la <b>información que le brindan las empresas</b> ayuda a determinar su decisión de compra (producto o servicio)? ¿Por qué?</p>	<p>No, muchas veces la decisión está determinada por el precio del producto o servicio.</p>	<p>No, porque ahora con la herramienta del internet es más fácil estar informado y <b>no depende tanto de la empresa</b> que tiene el servicio o producto.</p>	<p><b>No siempre</b>, muchas empresas consideran que si brindan información al cliente sobre los productos o servicios que ofrecen, perderán clientes.</p>	<p>Si, muchas veces <b>tenemos que estar atentos a toda la información</b> para poder estar seguros de realizar las compras o adquisición de servicios y no ser estafados o estar descontentos por las empresas.</p>
<p>11. ¿Se siente <b>protegido ante los proveedores</b> por parte del Estado? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, porque a <b>través de INDECOPI</b> dieron solución a mi reclamo, haciéndome <b>confiar en el sistema</b>.</p>	<p>No, aun siento que muchos <b>proveedores que no respetan ni acatan las leyes</b> brindadas dentro del marco de protección al consumidor.</p>	<p>Existen <b>algunos vacíos o imprecisiones legales en algunos temas de consumo</b>, pero creo que el INDECOPI es un organismo que ha ayudado y ayuda en un alto porcentaje a la solución de los reclamos de consumo.</p>	<p>No, considero que <b>las instancias no sancionan</b> o no regulan de la forma que el ciudadano esperaría.</p>

## CODIFICACIÓN DE SUBCATEGORIAS EMERGENTES

### **Familia: Audiencia de conciliación**

#### **Sub categoría emergente: Inicio de audiencia**

HT: Herramientas tecnológicas

CVIR: conciliación virtual

MS: medidas sanitarias

SINC: sin costo para el usuario

FAC: fácil acceso

RECO: rapidez y economía

#### **Sub categoría emergente: Desarrollo de audiencia**

SIND: Programación sin mayor dilación

HOG: Desde el hogar

ORP: Orientación de uso de plataforma

VID: Video llamada

TR: Comunicación en tiempo real

TEMP: Tiempo adecuado

#### **Sub categoría emergente: Expectativas**

VOL: Dialogo de carácter voluntario

ACU: Llegar a acuerdo

SOL: Solución beneficiosa

ATD: Ahorro de tiempo y dinero

FLEX: Flexibilidad

#### **Sub categoría emergente: Trabajo del conciliador**

FUN: Fundamental

DIS: Disuasivo

FAC: Facilitador al acercamiento entre las partes

FYA: Propone formulas y/o alternativas

CDIR: Comunicación directa



**Familia: Protección del consumidor**

**Sub categoría emergente: Relación de consumo**

NPAN: Necesidad de precisar aspectos normativos

NDIF: Concepto no difundido

EDUC: Debe educar al consumidor

DYO: Información de derechos y obligaciones

CAMP: Se necesita impulsar campañas informativas

**Sub categoría emergente: Asimetría de la información**

INDO: Información inducen a error

IINC: Información incompleta

NDC: No ayuda a decisión del consumidor

PMP: Proveedor en mejor posición

CIP: Consumidor en inferior posición

**Sub categoría emergente: Protección del consumidor**

NSRR: No se refleja en la realidad

DEBE: Deber del Estado

NSUF: No es suficiente

MASP: Necesita más personal

NMDI: Necesita mayor difusión