



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

El derecho del consumidor frente al principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:** Abogada

**AUTORA:**

Huapaya Boza, Katherine Nicole ([ORCID 0000-0002-0093-8184](https://orcid.org/0000-0002-0093-8184))

**ASESOR:**

Dr. Santisteban Llontop, Pedro Pablo ([ORCID 0000-0003-0998-0538](https://orcid.org/0000-0003-0998-0538))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Derechos fundamentales, procesos constitucionales y jurisdicción constitucional y partidos políticos.

Los Olivos – Lima – Perú

2021

### **Dedicatoria:**

Al amor más grande y duradero que tengo, mi madre, Karina Boza, quien es mi inspiración en este largo camino universitario pues ella es y será la musa que necesito en mi vida.

A los que ya no están conmigo, mis ángeles de la guardia, esto es por ustedes.

A la persona que nunca dejó que me rindiera y se trasnochó dándome su apoyo constante.

**Agradecimiento:**

Agradezco a Dios por enviarme una maravillosa familia y padres excelentes quienes me guiaron en este largo camino, siendo mi apoyo constante en momentos difíciles, sobre todo a mi abuela Rosa Cépeda, una mujer quien admiro mucho.

También agradezco al doctor Pedro Santiesteban Llontop por ser mi mentor en este largo camino lleno de dificultades que él supo aclarar, sin usted esto no sería posible.

A mis amigos Samuel Torres, Carlos Diaz y Ronald Ruiz por ayudarme a prepararme en este proyecto de investigación y estar presente en cada proceso.

## ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN. –	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Categorización	12
3.3. Escenario de estudio	13
3.4. Participantes	14
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.6. Procedimiento	17
3.7. Rigor científico	17
3.8. Método de análisis de información	19
3.9. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	21
V. CONCLUSIONES	68
VI. RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS	71
ANEXOS	76

<b>Índice de tablas</b>	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Tabla de categorías y subcategorías.....	21
Tabla 2. Tabla de escenario de estudio y participantes .....	23
Tabla 3. Tabla de validación de la guía de entrevista .....	25
Tabla 4. Tabla de validación de la guía de análisis documental.....	26

<b>Índice de gráficos y figuras</b>	<b>Pág.</b>
Figura 1: Asimetría en los sujetos de consumo.....	32
Figura 2: Asimetría en los sujetos de consumo.....	40
Figura 3: Método Alternativo de Prueba In Vitro.....	43
Figura 4: Método Alternativo de Prueba In Silico.....	44

## RESUMEN

El presente tema que nos convoca es de vital importancia puesto que como consumidores debemos tener total información de los productos que las diferentes empresas nos ofrecen ,con el transcurso del tiempo se ha quebrantado lo tipificado en la Constitución Política ,en el artículo 65 que tiene como objetivo resguardar y garantizar el derecho a la información sobre los productos y servicios que son ofrecidos a los pobladores de nuestra nación, con ello hacemos referencia a los productos importados y nacionales, este principio equilibra la asimetría informativa que existe en referencia del consumo, por ende concretiza y brinda validez sobre las normas complementarias a fin de que el consumidor tome una decisión pertinente entre las necesidades y el beneficio del producto.

La presente investigación emana de la identificación del problema que aqueja a los consumidores del rubro de cosmética puesto que, desde que la Institución PETA lanzo un video conmovedor sobre la historia de un animal de testeo millones de clientes buscaron dar un alto a este tipo de prácticas, este hito fue el punto de quiebre para que diversos países prohibieran o regularizaran estrictamente el uso de estos animales para el testeo en animales y garantizar un consumo sostenible.

**Palabras claves:** Derecho al consumidor, testeo en animales, Principio de Transparencia

## **ABSTRACT**

The present topic that summons us is of vital importance since as consumers we must have total information of the products that the different companies offer us, with the course of time has been broken what is typified in the Political Constitution, in the article 65 that has as objective to protect and to guarantee the right to the information on the products and services that are offered to the settlers of our nation, This principle balances the informative asymmetry that exists in reference to consumption, therefore it concretizes and provides validity on the complementary norms so that the consumer makes a relevant decision between the needs and the benefit of the product.

The present research emanates from the identification of the problem that afflicts the consumers of the cosmetics industry since, since the PETA Institution launched a moving video about the story of a testing animal, millions of customers sought to stop this type of practices, this milestone was the turning point for several countries to prohibit or strictly regulate the use of these animals for animal testing and ensure sustainable consumption.

**Keywords:** Consumer rights, animal testing, Principle of Transparency.



**INTRODUCCIÓN.** – Para aproximarnos debidamente al tema es necesario precisar que medios sociales se han convertido en el mecanismo para informar acerca de las nuevas modificaciones legislativas que se han realizado a **nivel internacional** con respecto a la prohibición de la experimentación animal en productos cosméticos, tales como en la Unión Europea, Chile , EE.UU y recientemente en México, es así que con la finalidad de proteger y proporcionar al consumidor la facultad de expandir sus opciones en la selección del producto para lograr garantizar una buena adquisición se buscó el mitigar este tipo de prácticas , lamentablemente no podemos decir lo mismo de nuestro país pues no se viene amparando lo establecido en el margen constitucional en el art. 65 título 3ro del Régimen Económico, la gran evidencia que existe una transgresión en **nuestro sistema jurídico**. A medida que pasan los años pese al cambio legislativo de países vecinos nos encontramos con un gran vacío legal el cual puede surgir como soporte a aquellas industrias clandestinas que utilizando animales y abusando de este vacío puede provocar desinformación al consumidor, así como daños en su salud debido al desconocimiento de la procedencia del mismo.

La cosmética actual acapara un mercado muy amplio, éste con el pasar del tiempo ha obtenido una gran relevancia y competencia debido a que se encuentra relacionado directamente a las emociones y autoestima de los mismos consumidores, por un ámbito social de aceptación, las grandes empresas a nivel nacional e internacional nunca han informado correctamente al consumidor sobre el método de experimentación, selección y elaboración de productos los cuales son comercializados en grandes cadenas perdiendo la razón de ser de diversas normas jurídicas de nuestro país. A pesar de la relevancia sobre la información de experimentación en animales sobre los productos de belleza y las consecuencias que este puede contraer en nuestra salud aún no se logra consignar la información correspondiente en la etiqueta de cada producto, pues no hay una norma que lo exija como tal.

Es así ,que como lugar de investigación se escogió la ciudad de **Lima** Metropolitana, donde se registra un alto índice de comercio de productos cosméticos ,todas de diferentes procedencias, a pesar de contar con el decreto

legislativo N° 1304 el cual tiene como finalidad la verificación de los productos industriales manufacturados y la legislación N° 29571, Ley de Protección y Defensa del consumidor el cual en el art 5to se busca que los proveedores generen una plena accesibilidad sobre la procedencia de dichos productos expuestos al consumo por medio del Principio de Transparencia. Por lo expuesto, este trabajo tiene como **problema general** ¿De qué manera el derecho del consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales?

Por consiguiente, el **problema específico 1** planteado es: ¿De qué forma el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas?, y como **problema específico 2**: ¿De qué modo el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con el derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas? Tal cuestionamiento, surge como resultado de la revisión de diversas doctrinas y normativas referente al tema, ello aunado, al contexto de la realidad actual, denotando, por un lado la incorrecta aplicación del principio de transparencia el cual señala cómo la normativa y principios que amparan al consumidor se han transgredido dentro del ámbito comercial como también en el contorno social, por ello, es necesario hacer una modificación a la legislación para fomentar la figura de un consumidor responsable y consciente de la selección y compra de productos de acuerdo a sus necesidades y no solo por el costo del mismo. Por otro lado, respecto a la justificación del estudio es visto desde la **justificación teórica**, ya que plasmarán conceptos afines al derecho del consumidor, principio de transparencia, legislaciones internacionales y nacionales, las cuales establecerán un panorama jurídico más amplio para lograr obtener un resultado efectivo para dar solución a la problemática establecida. Del mismo modo, con la justificación en el ámbito de práctica, se planteará una propuesta para la modificación normativa, a fin de obtener una norma eficaz, respecto a la transgresión del derecho al consumidor; mediante su justificación desde el área metodológica será primordial emplear el método científico puesto que permite realizar una loable investigación, por lo que el medio será analizado por libros, tesis y artículos de revistas, doctrina, jurisprudencia, derecho

comparado, etc. Doméstico e internacional. En ese sentido, la presente investigación **contribuirá** a establecer los criterios jurídicos a tomarse en cuenta cuando se determine la elaboración e inspección de productos cosméticos, siendo **relevante** porque podría influir en la salud del contribuyente el cual es amparado por nuestra Carta Magna. Por ello, es importante analizar las normativas y las entidades de protección al consumidor como lo es INDECOPI, jurisprudencias constitucionales y tribunales de defensa del consumidor, así como las opiniones de aquellas empresas peruanas e internacionales que acaparan la industria de la belleza.

Ello nos lleva a establecer el **siguiente objetivo general**: Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor se transgredió por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales; y como **objetivo específico 1**: Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas; **objetivo específico 2**: Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales en la industria cosmética. Del mismo modo, establecimos el siguiente **supuesto general**: El Derecho al consumidor fue transgredido por la falta de aplicación del principio de Transparencia establecido en el Código del Consumidor, este tiene sustento en la constitución, pues su función principal es defender el interés del consumidor por medio de la información de bienes y servicios ofrecidos tanto por medio de importaciones como también en producción nacional. Así también, el **supuesto específico 1** es: Este derecho fue perjudicado debido a la procedencia del testado de los productos, que, al ser probados en animales, ponen en peligro la salud del consumidor y al animal, transgrediendo legislaciones a nivel nacional, producto de la falta de información brindada por la empresa de cosméticos; y como **supuesto específico 2**: El principio de Transparencia está vinculado con el derecho a una información oportuna para garantizar una compra sostenible y responsable, la promoción de estos protege y respalda lo establecido en el marco constitucional.

**II. MARCO TEÓRICO.** - Con la globalización, la sociedad peruana puede ver la presencia de dos grandes actores en la relación de consumo, proveedores y consumidores, que intervienen activamente en el mercado. El primero es el encargado de vender productos con la comunicación, siendo este su herramienta principal y el segundo busca conseguir los productos que mejor satisfagan las expectativas de los consumidores. Este proceso de recomendación y selección sirve como mecanismo básico para proporcionar información cuando los consumidores seleccionan productos para comprar. Por lo tanto, la "información" es un mecanismo de comunicación importante entre los vendedores o proveedores y los consumidores que obtienen bienes o utilizan los servicios que brindan. Por ello, el artículo 65 de la Constitución Política establece: "Que se garantiza su derecho a estar informado sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. En particular, también garantiza la salud y seguridad de las personas ". Entre los muchos productos que hay en el mercado, existen grupos específicos que se compran con frecuencia y son de vital importancia, tenemos productos de limpieza e higiene, productos de cuidado personal y otros. Este grupo de productos ha sido identificado por el Ministerio de Salud del Perú como productos cosméticos siendo estos identificados a los jabones de tocador, champús, pastas dentales, lápices labiales, sombras de ojos, mascarillas para pestañas, flores de agua y perfumes.

Esta investigación se justifica por la necesidad de establecer un alcance de los derechos de información de los consumidores. Basado en la ley promulgada por la Corte Constitucional del Perú, el Departamento de Protección al Consumidor del INDECOPI. Para dar respuesta a las preguntas generales planteadas, se ha desarrollado el alcance y contenido esencial de los derechos del consumidor a la información que contribuye a la doctrina del derecho a la información. Por otro lado, para sustentar la presente investigación **a nivel Internacional** se cita a la reforma de la normativa mexicana que se ha realizado en el transcurso de la investigación del trabajo en donde: Alejandra Soria Gutiérrez, diputada del PAN, mencionó como sustento a su decisión que los animales sufrirán consecuencias en las pruebas al ser sometidos a laboratorios para la fabricación de champús, protectores solares, máscaras, lápices labiales y otros productos; Es un

problema que debe abordarse como una oportunidad de solución basada en la oferta y demanda de productos libres de crueldad animal.”. (2021). La Cámara de Diputados de México aprobó hace pocos días las modificaciones sobre la Ley general de salud para salvaguardar a los animales proponiendo 7 años de prisión a quienes sigan realizando este tipo de actos, por otro lado, a las empresas que realicen este tipo de prohibiciones se le adicionara un monto económico por sanción.

Algunos países están modificando actualmente sus legislaciones con el objetivo de prohibir el testeado en animales y la venta de productos cosméticos. Estos incluyen los países que integran la Unión Europea, Guatemala e India. Asimismo, otros países como Brasil, Argentina, Chile y Estados Unidos están discutiendo la posibilidad de restringir el uso de animales en la industria cosmética en el Congreso. Básicamente, hay dos razones por las que la Unión Europea está impulsando estos cambios en la ley: **En primer lugar**, existen serias dudas científicas sobre la eficacia de este método de prueba para establecer la seguridad de los cosméticos. Se considera seguro y confiable. Este aspecto, por tanto, está vinculado a la necesidad de proteger los derechos a la salud de los consumidores previstos en el art. 7 y 65 de la constitución política. **En segundo lugar**, se ha cuestionado el uso de la experimentación con animales en la industria cosmética. Porque estos procedimientos conducen a la tortura de animales que se consideran sensibles al dolor. Este aspecto se relaciona con la obligación del hombre de mantener una relación equilibrada y armoniosa con la naturaleza, incluidos los animales que viven en la tierra (esto está sujeto al artículo 68 de la Constitución). Independientemente de la relevancia de la información sobre experimentos cosméticos con animales y sus efectos desde un punto de vista de seguridad (salud) y ético, nuestra ley no establece ninguna obligación de incluir esta información en las etiquetas de los cosméticos. Esta situación ha dado lugar a varias consideraciones éticas de diversas disciplinas con respecto a la experimentación con animales en la industria cosmética. En ese sentido, varios investigadores y científicos cuestionan las ineficiencias de las pruebas con animales para determinar si los ingredientes utilizados en el proceso de fabricación o los productos finales son perjudiciales para los seres humanos.

Asimismo, diversas ONGs, científicos y biólogos que protegen los derechos de los animales están invirtiendo en la investigación y producción de métodos alternativos de experimentación con animales debido a la necesidad de mejorar los estándares y la calidad de los productos utilizados en cosmética. Se trata de promover una cultura de investigación ética responsable (con animales) y garantizar la seguridad y la salud de los consumidores. Consumimos este tipo de productos todos los días. Por esta razón, muchas empresas de cosméticos están desarrollando alternativas, como pruebas in vitro y muestras de células, entre otros métodos utilizados para realizar pruebas seguras y responsables, gracias a los avances de la ciencia y la tecnología.

Por otra parte, con respecto a los **antecedentes nacionales** a esta investigación se sustenta en la tesis de Bartolo (2018) con la investigación titulada: “El Derecho a la Información del consumidor y la información sobre la experimentación de productos cosméticos en animales, en búsqueda de un consumidor responsable”, manifiesta que al La omisión de la información en la etiqueta del producto cosmético, ya sea probado en animales, menoscaba el contenido esencial del derecho a la información y vulnera el derecho del consumidor consagrado en el artículo 65 de la

Constitución, (...) pues este si constituye información relevante (p.141). La autora expresa en el transcurso de toda su investigación lo importante que es la información oportuna al consumidor y la responsabilidad que tienen las empresas al momento de especificar las formas de elaboración del producto puesto que gracias a ello estamos sustentando y haciendo valer los derechos que nos corresponde como consumidores. Es importante rescatar lo que menciona Chávez Rosa en su

investigación sobre “La transparencia de la Información” en el 2018 el cual establece lo siguiente: La transparencia de la información del consumidor es uno de los principios clave de la Ley 29571, Ley de Defensa y Protección al Consumidor. (p.102). Para respaldar la importancia de este principio la autora Chávez en el transcurso de su investigación manifiesta que este principio genera plena accesibilidad a la información del producto o servicio ofrecido en el mercado, ayudando a que el consumidor obtenga información que le proporcione

seleccionar correctamente el producto que se ajuste a sus necesidades y/o preferencias.

Igualmente, Baltazar (2011) en su investigación sobre: “Los vacíos del Código de

Protección y su repercusión en los derechos del consumidor” de la Universidad de San Martín de Porres manifiesta la importancia que le merece la aplicación de los principios dentro de la Ley N°29571: “sin duda constituyen pautas [referentes al principio de transparencia], es decir, pautas generales a tener en cuenta en la resolución de disputas de consumidores como bases informativas”. (p.19). En la investigación antecedida se infiere que los principios juegan un rol muy importante debido a que estos dilucidan ante la existencia de vacíos legales, en nuestra investigación conforme a lo tipificado en el código del consumidor en el artículo V se presentan los principios básicos del derecho al consumo, los cuales deben ser resguardados para evitar la vulneración de la constitución. Con respecto a el etiquetado está respaldado por el artículo 2 numeral 2.2 del derecho legislativo

N°1304 el cual manifiesta lo siguiente: “etiqueta, marcado u otro material descriptivo o gráfico que haya sido escrito, impreso, estarcido, marcado con relieve o bajorrelieve, o adherido al producto, su envase o su embalaje. El marcado contiene la información requerida en el artículo 3. ” (p.1). Esta exigencia se realizó con el objetivo de consignar la información pertinente sobre el producto manufacturado para garantizar lo prescrito en el art.65 de la Constitución. Por otro lado, INDECOPI en su artículo publicado denominado “El consumidor de Etiqueta” rescata lo importante que es contar con la información debida en los productos buscando de esta manera aun consumidor responsable y sostenible manifestando lo siguiente:

“En conclusión, el mercado funciona mejor con la existencia de más información, accesible y legible, al alcance del consumidor para la compra de los productos, ya que esto favorece una mayor transparencia del mercado.”. (p.2). Debido a la importancia que merece el etiquetado y con ello la información del producto en razón de las características, elaboración y tipos de testeados es que se origina la presente investigación. Los primeros documentos comunes de protección al consumidor fueron las Directrices de Protección al Consumidor promulgadas por

las Naciones Unidas, adoptadas mediante la resolución 39/2 donde los Estados miembros, incluido Perú, deben implementar políticas y leyes. para proteger a los consumidores. Este documento muestra que las necesidades legítimas que las directrices buscan abordar son: protección al consumidor frente a los riesgos para la salud y la seguridad, acceso a información adecuada para la correcta elección de los deseos y necesidades de cada consumidor, educación del consumidor sobre el impacto ambiental y social en el consumo y la promoción de métodos sostenibles para un consumo adecuado.

En nuestro país, por primera vez, el artículo 110 de la Constitución Política de 1979 estableció las disposiciones de esta Constitución relativas a la necesidad de un Estado de proteger los intereses de los consumidores. En la actualidad, el artículo 65 de la Constitución Política de 1993 reconoce la necesidad de garantizar el derecho a la información sobre los bienes y servicios ofertados en el mercado a fin de proteger los intereses de las personas, consumidores y usuarios. Con respecto a la información oportuna, la University of Oxford University Press (2016) señala que el término “oportuna” significa que una determinada acción puede o no realizarse o llevarse a cabo de manera oportuna para lograr el efecto deseado. Según la definición anterior, para equilibrar la asimetría de una empresa que requiere actores en las relaciones con el consumidor, el proveedor adquiere la información necesaria sobre los productos o servicios que brinda. Después de los hallazgos mencionados podemos señalar que, existe una transgresión al Principio de Transparencia sobre el derecho del Consumidor por consecuente, responde a nuestro objetivo general busca determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales tal y como lo señalan los autores en párrafos anteriores este tipo de prácticas garantiza la seguridad del producto, por otro lado, es derecho del consumidor conocer los orígenes del producto a comprar , como ya es de conocimiento , la mayoría de productos que consumimos tienen orígenes de importación debemos tener mayor interés en investigar sobre las procedencias del mismo la finalidad de esto no radica en el precio o en la marca pues la fuente principal de establecer una buena especificación del tiempo de procesos que lleva este producto es buscar un equilibrio entre los derechos que



existen para el resguardo del que consume con la empresas que lo fabrican .Por otro lado, como objetivo específico 1 se pretende Analizar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales en empresas cosméticas. En este objetivo es necesario identificar la experimentación animal para ello se tomará como referencia lo establecido por Boada Saña, M., Colom Comi, A., & Castelló Echevarria, N. en el año 2011, esta revista tiene como denominación La experimentación animal y fue realizada en la Universidad

Autónoma de Barcelona haciendo mención lo siguiente: “[científicos con experiencia en testear con animales], defiende que su uso no es útil ni necesario. (...) Los animales de laboratorio no son humanos y, por lo tanto, los resultados de los experimentos con estos animales no se pueden transferir a los humanos.”. (p.28). Al momento de realizar la investigación de esta revista manifiesta que no es indispensable realizar indagaciones utilizando animales puesto que la relación de la especie animal es distinta a la especie humana puesto que tienen relaciones diferentes y la reacción que el hombre casualmente es similar al de un animal, por lo tanto, no existen la seguridad total de que la reacción sea la misma. Tal y como menciona Fernández Alonso en su investigación denominado : Animales criados para el consumo humano y el testado en la industria cosmética en el año 2019 en Madrid argumenta: “la Organización Cruelty Free International creo un logo conocido como Leaping Bunny, [el único símbolo reconocido internacionalmente] que garantiza a los consumidores que no se han utilizado nuevos ensayos con animales en el desarrollo de ningún producto” (p.7). Si bien es cierto no se puede eliminar de manera radical la experimentación de la misma, pero si es posible disminuir este tipo de prácticas de maneras muy simples, tal y como lo señala la cita anterior debido a que gracias a la identificación de un logo podemos como consumidores seleccionar el que mejor nos parezca, optar tanto por un producto testado en animales o no . Por otro lado, es necesario citar a Robbins (2011) en la revista denominada: “Por qué amamos a los perros, nos comemos a los cerdos y nos vestimos con las vacas” quien manifiesta que: “La industria sabe que a la población en general le gustan los animales, por lo que hace todo lo posible para evitar que el público se entere de lo que sucede en los edificios industriales, no quiere [...] estar informado sobre

cómo viven los animales cuando están preparados para el sacrificio” (p.12) .Al mirarlo desde esta perspectiva el insertar este tipo de logos provocaría que poco a poco las empresas que elaboran sus productos con apoyo de la no experimentación en animales buscando nuevos métodos para brindar confianza al consumidor sobre el producto a comprar, de esta manera estaríamos mitigando estas prácticas que son ilegítimas en el sector de belleza. Por otro lado, Hernández F. en su artículo La cara oculta de la distribución en el sector de la Cosmética de la Universidad de Valencia (2017) manifiesta que: “A falta de textos legales específicos, las disposiciones para otros tipos de responsabilidad se trasladaron a este”. (p.14). Para finalizar con el objetivo específico 1 se discutirán las citas rescatadas en la presente, a partir de ello se considera que el derecho al consumidor es perjudicado por medio del proceso de la selección de productos los cuales son experimentados en animales, por un lado, sabemos que estas pruebas no necesariamente van a coincidir con las reacciones que tenga el humano con el animal, entonces que seguridad brindan estas empresas si los mismos científicos citados con anterioridad manifiestan que no es necesario el testado en animales , por otro lado tenemos también las consecuencias que este puede traer al no proporcionar la información correspondiente. Para finalizar con el objetivo específico 2 se consideró oportuno Analizar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado a la información oportuna sobre los productos testados en animales de empresas cosméticas para ello se citarán revistas indexadas, tesis nacionales e internacionales entre otras investigaciones. Es por ello que la autora Ramces Rosa en su investigación “La protección al consumidor en cuanto a la transparencia de la información en Lima” del año 2018 establece que:(...) el presente principio [haciendo referencia al principio de transparencia] se entiende que los proveedores en el mercado deben dar plena accesibilidad a la información clara y precisa acerca de los productos o servicios que ofrecen, la cual debe ser veraz y apropiada para los consumidores (...). (p.102). Este Principio encuentra resguardo normativo puesto que tanto en el código del consumidor y al nivel constitucional se desarrolla un rol de amparo para el consumidor, exigiendo a las empresas nacionales e internacionales la correcta descripción de la elaboración del producto. Tal y como establece la ley de

protección al consumidor en el artículo 7: “Los proveedores están obligados a cumplir con los estándares de seguridad, calidad y etiquetado del producto o servicio.”. La Comunidad Andina de Naciones en la decisión en Materia de Productos Cosméticos (Decisión 777). El cual busca “Adoptar estándares de buenas prácticas de fabricación como mecanismo para asegurar la calidad higiénica de los cosméticos durante todo el proceso de producción.” (p12). Este tipo de normativas ayudan a establecer un control sobre cada producto comercializado debido a la cantidad de sustancias que contenga el mismo, recordemos que no a todos nos puede funcionar el mismo producto, es por ello que por medio de estar etiquetas nosotros logramos identificar que sustancias pueden o no perjudicarnos. Con respecto a los **enfoques conceptuales** es de suma importancia pues se enmarcará los conceptos establecidos del presente tema de investigación: El derecho al consumidor se define como un conjunto de acciones legales tomadas por el estado para proteger el poder adquisitivo de las personas, proteger la salud y la seguridad física de la regulación de ciertos productos y servicios, y asegurar su utilidad o conveniencia, estos bienes son necesarios para la satisfacción de las necesidades. En él se encuentra los derechos principales que amparan este derecho al consumidor el cual es información oportuna y la elección de productos de calidad, con respecto a la información oportuna debe ser completa, veraz y de fácil acceso relacionada con las decisiones o elecciones del consumidor de acuerdo con sus preferencias y derecho a usar o consumir productos o servicios exactamente. Por otro lado, con respecto al principio de transparencia es el principio fundamental el cual busca generar plena accesibilidad a cerca de los productos y servicios que se ofrecen siendo este la fuente principal del vínculo entre el adquiriente y el proveedor, este se encuentra tipificado en la ley del derecho al consumidor establecido en el artículo 5, entro de este principio de transparencia encontramos los tipos de procesos que ampara el principio de transparencia, los cuales son el proceso de selección y el proceso de elaboración los cuales son las subcategorías de la presente categoría de la investigación , sobre el proceso de es necesario mencionar que es la parte del proceso en donde el proveedor escoge los recursos necesarios para la elaboración del producto final .

### III. METODOLOGÍA

Precisar que en el presente capítulo se detallara de qué manera se ha realizado el presente proyecto de investigación pues la diferencia esencial entre un enfoque de tipo cuantitativo y cualitativo no recae meramente en el uso de procesos numéricos sino, en la naturaleza de la investigación (Quintana, 2006, pp. 43-44).

#### **a. Tipo y diseño de investigación:**

El enfoque es cualitativo porque, debido a la dinámica de la investigación, contiene conceptos, técnicas y estudios no cuantitativos. Por lo tanto, como investigadores, tenemos el deber de explorar y revisar diferentes tipos de perspectivas que provienen del enfoque temático, apoyados en metas, supuestos que se aclaran en el transcurso de la investigación con diferentes opiniones de fuentes confiables.

El **tipo de investigación es básica** puesto que se empleará diversos recursos informativos de fuentes confiables ya sean libros, revistas, derecho comparado e informes nacionales e internacionales. El propósito de la investigación básica es ampliar el conocimiento científico mediante la observación de fenómenos que existen en un entorno real (Espinoza, 201, p. 90). Por ello, luego de identificar los problemas que ocurren en nuestra sociedad, utilizaremos diversas fuentes para determinar la raíz del problema y, a través de un proceso de información, contribuiremos a la búsqueda de una posible solución para mejorar el sistema regulatorio de nuestro país. En base a esto, es de gran importancia contar con un tipo de investigación básica que incremente los conocimientos teóricos utilizando el nivel descriptivo.

**El diseño de este estudio** se basa en la teoría fundamentada, en este diseño se pretende que el investigador obtenga una explicación general sobre el fenómeno estudiado en un área determinada en la cual se desarrollarán las hipótesis a través de la recolección de datos. A través de la Teoría Fundamentada, se puede plantear el problema de manera general con el fin de traer nuevas ideas y luego agregar la interpretación respectiva, el criterio del investigador y el apoyo de especialistas calificados, creando una nueva teoría

derivada de la recolección de datos que responden a el objetivo de esta investigación.

### 3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

La matriz de categorización apriorística es una herramienta que enmarca de manera integral el título de la investigación, el problema general y los problemas específicos. Constituye la base de la investigación ya que establece las pautas a seguir para su implementación. También se utilizó la información recopilada luego de aplicar las herramientas utilizadas bajo el enfoque cualitativo. De tal manera que estos se reflejen en el marco teórico a través de hallazgos que se componen de antecedentes nacionales e internacionales, artículos de revistas jurídicas indexadas, así como enfoques y teorías conceptuales. Las categorías representan a unidades de conceptuales.

Por ello la presente investigación se planteará como primera categoría Derecho del Consumidor subcategorías dos de las dimensiones encontradas por los derechos que posee el consumidor, las cuales son: la Información Oportuna y la Elección de productos de calidad. Como segunda categoría se propone El principio de Transparencia y subcategorías los procesos de producción los cuales están protegidos por este principio, los cuales son el proceso de selección de productos y el proceso de elaboración de productos. Como escenario de estudio se entiende a aquel espacio físico que será testigo directo de la recolección de datos.

Tabla 1. Tabla de Categorías y subcategorías

Categorías	Subcategorías
1. Derecho del consumidor	2. Información oportuna
	3. Elección de productos de calidad
2. Principio de transparencia	1. Proceso de selección de productos
	2. Proceso de elaboración de productos

Fuente: Elaboración propia.

### 3.3 Escenario de estudio

En este contexto, es importante señalar que una de las herramientas, la entrevista, se aplica a personas especializadas que puedan contextualizarse con la problemática de la investigación, de las oficinas de litigantes de derecho del consumidor de Lima y abogados de países vecinos que ya son parte del cambio regulatorio que es el objetivo de esta investigación.

### 3.4 Participantes

Como participantes pretendemos concretar la categorización de los sujetos, para captar a aquellas personas que serán objeto de aplicación del primer instrumento, la entrevista, quienes son abogados especialistas en el tema, en este caso serán tres jueces especializados en derecho jurídico. Consumo y tres abogados especialistas en litigio nacional e internacional. Tabla 2. Tabla de escenario de estudio y participantes

Escenario de estudio	Participantes
Abogado del estudio jurídico J & C	Cáceres Alvarado Wilder Jair
Abogada Especialista	Pérez Vásquez Hania
Abogada Especialista	Santos Gonzales Lesly
Abogado Especialista	Ruiz Pérez Ronald
Vocal de INDECOPI	Zuppiani Arguedas Luis
Doctor Internacional	Bellaoui Moad
Jueza	Mandos Vargas Leyla
Despecho Jurídico de México	M & G Asociados
TOTAL:	8

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En cuanto a las técnicas y herramientas para la recolección de datos, se utilizarán con el fin de recolectar todos los datos para que posteriormente sean introducidos en la encuesta, se especifica que esta recolección es de carácter claramente fundamental y se utilizará la información obtenida. para encontrar la solución a las preguntas obtenidas durante la entrevista (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pp. 396 - 397).

En ese aspecto, la entrevista y el análisis de fuente documental serán las técnicas por las cuales se recolectarán los datos.

**En la entrevista** se obtendrán la información de manera subjetiva en base a las opiniones emitidas por el entrevistado (Torres, s. f., p. 13). En la guía de entrevistas es aquel instrumento para la entrevista en ella se recabarán diferentes datos o información de los expertos seleccionados con anterioridad quienes serán parte de la recolección de información de la presente.

Estas preguntas se caracterizan por ser objetivas, abiertas, contextualizadas, mediante la formulación de 9 preguntas (tres por cada objetivo). Con el apoyo de cada uno de los expertos en el tema se logrará obtener resultados claros y reales basados en la actualidad. Cabe mencionar también que las formulaciones van a realizarse en base al marco teórico de aquellos trabajos previos desarrollados para contextualizarnos en el tema. Por otro lado, el análisis de fuente documental nos permite el fenómeno eje de la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 415).

Tabla 3. Tabla de validación de la Entrevista

Validación de instrumentos		
Datos	Cargo	Porcentajes
Dr. Pedro Pablo Santiesteban Llontop	Docentes de metodología de investigación científica en la Universidad César Vallejo	95%
Mag. Eliseo Segundo Wenzel Miranda		95%
Dra. Felipa Elvira Muñoz Ccuro		95%
PROMEDIO	95%	

Fuente: Elaboración propia

Las guías **de análisis por fuente documental** serán de gran importancia pues de ello se recolectará el análisis de jurisprudencias en materia del consumidor y bajo legislaciones comparadas el tipo de mecanismo que se utiliza los cuales pueden servir de ejemplo para nuestro país.

Tabla 4. Tabla de validación de la guía de análisis documental

<b>Validación de Instrumentos (Guía de análisis de fuente documental)</b>		
Datos generales	Cargo	Porcentaje
Dr. Pedro Pablo Santiesteban Llontop	Docente de metodología de investigación científica en la Universidad César Vallejo	95%
PROMEDIO	95%	

Fuente: Elaboración propia.

### **3.6 Procedimiento**

La triangulación de métodos de recopilación de datos implica la creación de un plan analítico para recopilar y organizar la información recopilada sobre las categorías de derechos ganadores y defensores. A continuación, se extraen conclusiones para dar confianza a los resultados obtenidos. Para ello, las unidades de análisis corresponden a la siguiente figura:

### **3.7 Rigor científico**

Ahora también proporciona el equivalente a una reconstrucción teórica de las categorías y subcategorías obtenidas de la encuesta anterior. Asimismo, el equipo utilizado, la guía de entrevista y la guía de análisis de fuente han sido validados para realizar esta tarea de manera científicamente rigurosa.

### **3.8 Método de análisis de la información**

En el momento del proceso de análisis, se insertaron los comentarios del investigador con el fin de identificar la posición durante la investigación, y luego llegar a conclusiones y recomendaciones que puedan brindar soluciones reales y posibles al problema expuesto. Finalmente, los resultados obtenidos de las fuentes documentales serán discutidos de la misma manera que los trabajos anteriores, enfoques conceptuales y teorías, a esto se le llama triangulación de los resultados los cuales se estructuran a través de los objetivos, entendiendo que partiremos con el objetivo general y culminar con los objetivos específicas.

**Método hermenéutico:** Con este método, la investigadora fue capaz de interpretar los datos recolectados, es decir, desde su punto de vista, ganar un significado o aclaración de la información recibida para convertirla en un aporte.



**Método inductivo:** La importancia radica en la diferencia de posturas que existen en los investigadores debido a la perspectiva de la recopilación de datos, lo cual proporciona un aporte único e innovativo y diferente a cualquier investigación.

**Método descriptivo:** Utilizando el método de análisis se logró identificar un objeto de estudio señalando sus características y propiedades.

**Figura 4. Métodos de análisis de la Información**



**Fuente:** Elaboración propia

### 3.9 Aspectos éticos

Enfatizar que la investigación está diseñada de acuerdo con el método científico y está relacionada con el campo doctrinal. El estudio se realizó de acuerdo con todos los parámetros establecidos por CONCYTEC con respecto a la integridad del investigador, como se demostró al inicio del estudio.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este apartado se refleja y analiza toda la información recopilada por las herramientas de recolección de datos, luego de reportada cada una de ellas, todas son puestas a discusión utilizando los métodos adecuados a este tipo de investigación como se señaló en el capítulo anterior. Cabe señalar que no existe una estructura rígida que delinee cómo se debe ordenar y considerar cada uno de los resultados, por lo que el enfoque dado estuvo en línea con los factores que el investigador consideró oportuno para comprender su estudio. Es de destacar que la formalidad en la recolección de los resultados no socava la posibilidad de su adecuación, ayudada por la propia metodología de investigación que, a través de un enfoque cualitativo y diseño teórico básico, permite al investigador profundizar, desglosar y examinar los resultados del estudio. inductivo. Esto se debe a que los resultados de la investigación de la teoría cualitativa fundamentada no generan ningún condicionamiento de las conclusiones alcanzadas. Una vez demarcados los márgenes tentativos de este artículo, es hora de empezar.

**Respecto del Objetivo General** se pretende “Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales”

Como primera pregunta se buscó aclarar como el derecho del consumidor es transgredido por la no aplicación del principio de transparencia para lo cual los expertos respondieron de la siguiente manera:

Cáceres W. (2021) El principio de transparencia es un principio que no es respetado, se encuentra establecido en el código, pero no es puesto en práctica. Es poco probable que se cumpla y por ello el organismo encargado debe fijarse en hacer respetar la ley.

Pérez H. (2021) El principio de transparencia es un principio que se encuentra en nuestra legislación, debe servir como auxiliar ante vacíos legislativos, pero en la realidad no es así. Por ello es normal que algunos derechos sean transgredidos y no solo del consumidor sino también diferentes derechos inherentes como ciudadanos.

Santos L. (2021) El principio de transparencia es importante debido a que la información que se proporcionó al consumidor es el mecanismo por el cual se busca corregir ciertas asimetrías que existen puesto que hay diversos vacíos legales en el vínculo del consumo para lograr equilibrar este lazo estrecho del consumo.

Zuppiani L. (2021) En mi criterio, considero que el principio de transparencia es un saludo a la bandera en términos generales, si bien la cosmetología avanza para complacer las necesidades del mercado. Solo el 5 de cada 100 empresas cumplen con los sistemas de fiscalización y es ahí donde Indecopi como ente fiscalizador no cumple esa función, el principio de transparencia esta más relacionado a entidades públicas que empresas privadas. Y si hablamos de transgresión, nunca se sabrá si hay o no... lo únicos concedores de ello serán las empresas- que para ser realistas encubrirán todo lo que le pueda afectar.

Ruiz F. (2021) Existe transgresiones en materia del consumidor a por montones, y más aún cuando este organismo encargado de una actividad tan importante no cumple bien su función fiscalizadora, si nos enfocamos en el tema tratado pues sí.

Existe una transgresión, pero es por el simple “no hacer” de las autoridades, sobre todo cuando no se conoce sobre las producciones de las mismas y eso nace desde la falta de interés del consumidor.

Mandos (2021) La información sobre la experimentación de los productos cosméticos constituye a una información relevante por dos motivos fundamentales , en principio por el desbalance de igualdad de derechos entre nosotros como consumidores y los animales, que son seres protegidos por nosotros bajo un sustento legal, pero bajo el avance de la tecnología nos hemos visto facilitados con diferentes tipos de pruebas en productos para enfocar las normas de una manera que esa balanza sea equilibrada , fomentando un ambiente sostenible , sin evitar ese tipo de abusos.

Resultados en base a los expertos entrevistados con respecto a si el hecho de no informar sobre el tipo de experimentación en animales en la etiqueta del producto atenta contra el derecho a una información oportuna del consumidor

tipificada en la constitución y ello conlleva a la vulneración un derecho constitucional al artículo 65 Cáceres (2021) Para ello es importante diferenciar entre información oportuna a información necesaria, para identificar el problema de información. La información necesaria ayuda a decidir correctamente sobre la adquisición del producto permite que el consumidor adopte una decisión de consumo de manera informada, a fin de satisfacer las necesidades mientras que la información oportuna es un tipo de información actual. La información tiene un tiempo de vida que depende de la rapidez con que nueva información puede ser procesada y comunicada sustituyendo a la anterior.

Pérez (2021) el derecho de los consumidores a la información es la directriz general del sobre la que deben formularse todas las políticas de Estado. Si bien la norma establece en sentido general que el derecho a la información debe ser protegido; Sin embargo, no se especifica qué condiciones deben cumplirse para que considere que este derecho está garantizado.

Santos (2021) No considero que atente porque, al no existir iniciativa por parte del consumidor a ser informado no se evidencia cierta transgresión, por otro lado, en el marco normativo actual no exige el establecer el tipo de experimentación, considero que lo más importante en este tema es buscar al consumidor idóneo.

Zuppiani (2021) Si, pero ahí nace lo que te decía, ¿es información oportuna? O es una información necesaria. Si hablas de derechos constitucionales es necesario precisar que artículo. En términos generales si vulnera.

Ruiz (2021) Si existe una transgresión, pero considero necesario delimitar que tipo de información debe emplearse, bajo que termino se debe considerar el tipo de información presentada, justo y necesario o más de lo establecido.

Mandos (2021) Es necesario distinguir entre información oportuna e información necesaria y otros tipos de términos, a fin de identificar problemas de información. La información necesaria para mi es tomar decisiones precisas sobre la compra de productos permitiendo a los consumidores la toma decisiones informadas para satisfacer sus necesidades, mientras que la información oportuna es una forma de información oportuna. La información tiene una vida útil que depende

de la velocidad a la que se procesa y comunica la nueva información, reemplazando la información anterior.

### **Resultados obtenidos de las fuentes documentales**

\*Con respecto a lo enmarcado en la sentencia del tribunal constitucional N° 73202005-PA/TC en el fundamento 23 debemos entender que el consumidor es el fin de la actividad económica, por ello la variedad de productos ofrecidos en el sector deben encontrarse bien detallados, para ofrecer una transacción adecuada para el consumidor, de manera que el mejor que satisfaga las necesidades del adquirente será el que realice este acto.

\*Código de protección y defensa del consumidor establece la protección eficaz, aunque no idónea de los derechos puesto que aun el consumidor desconoce los métodos de testeo a los productos cosméticos. En este se busca no solo la protección de la salud del adquirente, sino también los intereses económicos y en aquellas cláusulas abusivas y métodos coercitivos.

Se entiende que el artículo 65 de la Constitución busca garantizar el cumplimiento de cada uno de los regímenes establecidos en ella, en este ámbito del consumidor busca la total satisfacción y facilitación de información a través de la creación del principio de transparencia, su origen deriva de una norma que se encuentra en la cima de la estructura normativa, por ello es de vital importancia cumplirla, por otro lado el no considerar proporcionar la información en un producto de belleza afecta al contenido en esencia de esta normativa puesto que la experimentación constituye a una de las informaciones más importantes al momento de seleccionar un producto, pues al establecerlo garantizamos que este ampare diferentes derechos para evitar la vulneración (hablamos del derecho a la salud) pues al estar configurado como hemos mencionado por la Decisión 777 estamos ante mercadería que puede perjudicar al consumidor. Debemos mencionar que la ley 1304 no establece una correcta inspección en el etiquetado debido a que el consumidor no tiene conocimiento de la forma de experimentación de las sustancias químicas de los productos a consumir, siendo la información establecida escasa para seleccionar un buen producto por ello tanto los hallazgos establecidos en el capítulo anterior

nos brinda la propuesta de establecer logos o indicaciones que sirvan de información al consumidor ,debido a la insuficiencia de información podemos concluir que si existe una transgresión al derecho del consumidor y por otro lado también entendemos que la causa de esta falta de información perjudica la correcta selección de productos del consumidor.

Por otro lado, el principio de transparencia si guarda relación muy estrecha con la información oportuna del bien o servicio ofrecido ,para lo cual se exige una información relevante señalado de manera clara y comprensible para el consumidor ,por otro lado , las normas internacionales tienen la finalidad de promover un consumidor sostenible para que el cliente comprenda lo que genera la adquisición de un buen producto , bajo este ejemplo de consumidor es que se pretende que la legislación nacional persiga ese mismo objetivo.

A partir de las investigaciones recabadas en la presente investigación se ha podido identificar por medio del derecho comparado eferentes estrategias para poder mitigar con esta problemática el cual se encuentra transgrediendo y desamparando derechos constitucionales.

Como primer punto , es conveniente establecer una modificación al Decreto Legislativo N° 1304 el cual regula el Etiquetado y Verifica los reglamentos técnicos de productos industriales manufacturado en el artículo 3 la cual tipifica el tipo de información que debe tener el etiquetado para incorporar de manera obligatoria un logo que represente si ese producto manufacturado ha sido experimentado en animales, todo para garantizar lo establecido en el art. 65 , por lo que en el presente proyecto se adjuntara el proyecto legislativo para brindar solución a la problemática. Asimismo, estos logos que van a ayudar a identificar estas prácticas en animales pueden ser similares a los insertados en diferentes países o por establecidos en diferentes Instituciones de protección a animales testeados en industrias de belleza.

Para mitigar el testado en animales es necesario tomar de ejemplo las tácticas empleadas en diversos países, los cuales establecieron un plazo determinado para las empresas que testean para que se busquen alternativas diferentes para testear con diferentes tipos de seres y así proteger tanto los derechos del

consumidor como los derechos de los animales. Se exigiría a todas las instituciones que busquen fomentar al consumidor sostenible, para garantizar lo resguardado en el área constitucional, el único vínculo entre consumidor y empresas es la información, al garantizar el principio de transparencia fomentaríamos compras informadas, evitaríamos reclamos por desconocimiento y generaríamos confiabilidad y se resguardaría los derechos propios del consumidor al momento de adquirir un bien o servicio. Para concluir, se recomienda al consumidor que indague sobre los tipos de procedimientos realizados en grandes empresas debido a que los productos que se consumen pueden ser dañinos para la salud.

**Respecto del Objetivo Específico 1** se pretende “Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas”

Cáceres (2021) Indirectamente existe una leve afectación solo porque diversos productos pueden traer graves consecuencias a la piel de las personas, pero por ello es probado por el testeo animal en ese caso es probable que no tenga nada que ver con ello.

Pérez (2021) Hay un efecto indirecto solo porque diferentes productos pueden tener graves consecuencias para la piel de todos, pero por esta razón se prueba con experimentación en animales en este caso. La posibilidad no tiene nada que ver con eso.

Santos (2021) Atenta más que nada al derecho de los animales puesto que los químicos poseen cierto grado de consecuencias, entonces en esa lógica a más químicos posee un producto existe mayor riesgo de obtenerse un perjuicio o efecto en la piel, en este caso hacia el animal.

Zuppiani (2021) Solo por no informar, o no atender contra las susceptibilidades de los animalistas. Entonces a quien dañas a un grupo específico o a la sociedad en general. Debemos pensar en una forma diferente de colocar a la información como el nexo, no solo atendiendo al dolor de los animalistas.

Ruiz (2021) Efectivamente, como perjuicio al consumidor no es de manera directa, pues si este producto no tiene efectos secundarios, como reacciones en

la piel, el consumidor no opondrá objeción alguna, son pocos los consumidores que observamos los tipos de ingredientes que se utilizan en los productos que adquirimos.

Con respecto a la pregunta planteada si se podría emplear algún mecanismo legal para la prohibición de este tipo de testeos teniendo como conocimiento que existen métodos alternativos suficientemente efectivos

Cáceres (2021) Considero que en caso de existir mecanismos que apoyen a proteger la salud del hombre y al mismo tiempo evitar masacre de animales se deberían exigir mayor rigurosidad al momento de las inspecciones en empresas que realizan este tipo de daños masivos a animales, países aledaños al nuestro ya han realizado la prohibición de este tipo de procesos, sin embargo, nosotros hacemos caso omiso a ello, tanto con las normas establecidas pues no existe una sanción tan rigurosa.

Pérez (2021) Deberían utilizar nuevas formas de prueba, si hay alternativas al método utilizado, deberíamos utilizar más métodos que no sean de tortura. Que las nuevas tecnologías y tendencias de productos utilizan productos naturales.

Santos (2021) Creo que, si existen mecanismos para apoyar la protección de la salud humana evitando la matanza de animales, debe haber más rigor a la hora de inspeccionar las empresas que hacen el trabajo, algo que causa un gran daño a los animales. Ya se ha prohibido este tipo de proceso en otros países, sin embargo, lo ignoramos incluso con los estándares establecidos porque no existe un castigo tan estricto.

Zuppiani (2021) Deberíamos emplear nuevas formas de testeo, si en caso existiera métodos alternos a él utilizado, debemos hacer uso de los que no involucren más torturas, me comentabas sobre las pruebas in vitro, este es una opción factible para la protección de químicos a la piel de las personas, Por otro lado, debemos tener en cuenta que la tecnología y las nuevas modas en productos utilizan productos naturales.

Ruiz (2021) Por supuesto, ante la existencia de métodos actualizados es necesario la actualización legislativa no solo con esta legislación, sino con la mayoría de diferentes aspectos que en la actualidad no se han reformado.



## **Resultados obtenidos de las fuentes documentales**

\*En la Ley 2047 de Colombia en el artículo 1 se da a conocer la prohibición de cualquier tipo de experimentación para un producto cosmético, así se sea un producto importado o exportado del país. En este breve párrafo se evidencia la preocupación del país por el cuidado y también evitar las explotaciones y abuso del animas en colectividad, por otro lado, se busca proteger los derechos del adquirente del bien o servicio.

Conforme se establecen los artículos el 4to nos manifiesta incentiva al tratar de buscar métodos alternativos con becas a nivel internacional.

Asimismo, con el apoyo del artículo 5to se establecen una cierta cantidad de montos de multa al incumplir lo plasmado con anterioridad.

\*En base a los establecido por el Tribunal de Defensa de la competencia y de la propiedad intelectual Exp. 189-2006/CCD menciona que La Ley de Protección al Consumidor requiere que los proveedores proporcionen a los consumidores toda la información necesaria en el momento de su decisión de consumo para que sea apropiada. Para evaluar si un proveedor ha cumplido con esta obligación, se debe evaluar toda la información que se puso a disposición de los consumidores de forma oral o escrita antes de su decisión de consumo, y que se registra en un contrato de consumo o en un comercial. Como fuentes documentales contamos con diferentes Casos, tales como lo establecido en el Exp. 52-2013/CC2 en donde se estableció que todos los productos cosméticos que lleguen del extranjero deben contener información solicitada en nuestro país y en español, para que el consumidor sepa lo que contiene. Es necesario aclarar que el Principio de transparencia si se encuentra vinculado con el derecho a la información oportuna puesto que garantiza un vínculo armonioso entre las empresas y los consumidores sostenibles, este tipo de buenas prácticas incentivan el buen comportamiento de los agentes productores para una competencia sana y balanceada para que el consumidor tenga la potestad de poder escoger el producto que mejor le parezca conveniente.

**Respecto del Objetivo Específico 2** se pretende “Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales en la industria cosmética”

Cáceres (2021) Obviamente recordemos que los principios son aquellos que nos respaldan en caso de algún vacío legislativo en nuestro ordenamiento jurídico

Pérez (2021) La información sobre el proceso para verificar la toxicidad del producto cosmético final , así como sus ingredientes (ya sea que haya sido probado en animales o por métodos alternativos) es información importante para los consumidores, ya que existen serias dudas a los científicos sobre la experimentación con animales porque no se considera un método seguro o eficaz para analizar los efectos nocivos o secundarios de los compuestos químicos utilizados en la fabricación de cosméticos, esto debe comunicarse a los consumidores para que puedan estar al tanto de los posibles daños a la salud a los que cosméticos los productos se suministran que usted en el mercado puede crear para usted.

Santos (2021) Los consumidores de nuestro mercado siguen siendo débiles en cuanto a información, educación, acceso a determinados bienes, determinación o influencia de las condiciones aplicables (independientemente de las condiciones contractuales generales también se utilizan entre proveedores), bajos reclamos personales cuando los bienes adquiridos no tienen las propiedades y ventajas que se les traen, debilidad en la organización de la protección de los intereses, su bien común, debilidad en el acceso a la justicia común, etc.

Zuppiani (2021) Es claro que hay un vínculo intrínseco entre el principio y el derecho. El principio es parte de la legislación, cubre ciertos vacíos legales. Pero ahora que se cumpla en la vida cotidiana, pues no.

Ruiz (2021) La información relevante es toda aquella que, sin una correcta decisión por parte del consumidor, no se hubiera tomado, afectando dicha decisión por una omisión en la prestación de un producto o servicio. En

consecuencia, el consumidor o usuario debe ser informado de manera determinada, completa, comprensible, completa y oportuna.

### **Resultados obtenidos de las fuentes documentales**

En la Resolución N°1602-2007-S/TDC-INDECOPI respalda con la practica lo tipificado con el artículo 1 del código del consumidor en donde se establece que todos los consumidores tienen derecho a acceder a la información necesaria para adoptar decisiones que satisfagan los intereses, este código tiene la misión de proteger y prevenir el vínculo que existe entre el consumidor y el proveedor.

\*Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo firmada en Nueva York y Ginebra del 2016 establece un conjunto de derechos y deberes que los países aliados deben cumplir para el resguardo de los consumidores ,tanto en sus respectivos países como para prevenir a los demás al momento de las exportaciones .Uno de ellos consistía en apoyar a mantener seguro al consumidor con una información pertinente y en caso de tener información actualizada poder compartirla para el amparo de cada consumidor y así evitar perjudicar y atentar con la vida y salud del adquiriente .

## DISCUSIÓN

En este apartado se analizan y evalúan los resultados obtenidos de la aplicación de herramientas de recolección de información según criterios en dos niveles; el primero de ellos es la crítica personal de los resultados, autoevaluándolos y decidiendo cuál o cuál de ellos tiene más robustez a la teoría, en última instancia, que incluye esta investigación, mientras que el segundo aspecto del análisis se refiere a la ordenación de los resultados como un todo para tejer lógica, consistencia y homogeneidad

, teoría subyacente que surge de este trabajo.

<b>Objetivo General</b>	<b>Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales</b>
<b>Supuesto General</b>	Se supuso que el Derecho al consumidor era transgredido por la falta de aplicación del principio de Transparencia pues erróneamente se ha interpretado como solo un principio más no como un mecanismo establecido en el Código del Consumidor para defender el interés del consumidor por medio de la información de bienes y servicios ofrecidos tanto por medio de importaciones como también en producción nacional.

A partir de la recopilación de los hallazgos y consideraciones de especialistas es conveniente iniciar por la razón de ser de la presente para que a partir de ello se pueda analizar correctamente todas las perspectivas halladas y así lograr una triangulación idónea.

En ese sentido, durante el desarrollo de la presente investigación se ha podido establecer que el derecho a la información del consumidor se muestra como un principio que debe ser tutelado por el estado, no solo por lo establecido en el marco jurídico sino también por el gran rol que asume este principio, la información a la que tiene acceso el consumidor sobre los productos disponibles en el mercado es el principal mecanismo a su disposición al ejercer sus derechos, ya que es en base a la información facilitada que elige el producto logrando así satisfacer las preferencias y necesidades de sus consumidores.

Esta información es presentada bajo la norma como una forma de equilibrio ante la asimetría informativa que existe entre el proveedor y el consumidor, pues la necesidad de garantizar los derechos del adquirente ha sido plasmada en el artículo 65 de nuestra carta magna y fue recalcada en el código de defensa del consumidor en el artículo primero a fin de evitar este tipo de transgresiones.

En base a ello, la sala de Defensa de la Competencia del Tribunal de Indecopi (2004) estableció un precedente el cual menciona que:

La esencia del derecho a la información del consumidor es proporcionar a los consumidores, de manera clara, eficiente y comprensible, todos los elementos necesarios para que los consumidores tomen decisiones informadas. Los riesgos, precauciones, restricciones, requisitos y condiciones previsibles relativos a la compra de los productos suministrados, no son los únicos indicios de su existencia, pero conviene mencionar claramente en qué consisten. Este contenido esencial es sine qua non para que los consumidores tengan derecho a recibir esta información y no a ver el contenido eliminado. Al tratar el termino contenido esencial hacemos referencia a aquel núcleo, como su nombre lo dice es buscar un mayor alcance sobre el contenido, la esencia del derecho al tratar debe ser protegido por la norma, en este caso al derecho de información.

A partir de lo indicado anteriormente y abordando lo recogido en las fuentes documentales debemos vincular los marcos y precedentes legales que ordenan la protección del derecho al consumidor por medio de la información, es así que

refiriéndonos al tema estudiado sobre los productos cosméticos este apartado legal no está siendo amparado.

En nuestro país, por primera vez, en el artículo 110 de la Constitución Política de 1979 defiende la necesidad del Estado de proteger los intereses del consumidor esta disposición constitucional estableció:

Basándose en principios de la justicia social, apuntando a la dignidad del trabajo como fuente primaria de riqueza y como medio de realización humana. Donde el Estado promueve el desarrollo económico y social mediante el aumento de la producción y la productividad, el uso racional de los recursos, el pleno empleo y una distribución equitativa de los ingresos.

Actualmente encontramos respaldo normativo en el artículo 65 en nuestra magna del año 1993 donde se precisa el interés del estado para la defensa de este vínculo del consumidor, estableciéndose así el amparo constitucional ante este vínculo bilateral.

La información es proporcionada al consumidor buscando corregir la asimetría existente, equilibrando la relación del consumo que si bien es cierto la norma manifiesta a grandes rasgos que el consumidor debe recibir oportunamente información, pero ¿Cómo poder identificar la razón de ser de la asimetría? ¿A qué tipo de información debemos alcanzar y bajo de mecanismos se lograrán? ¿Es suficiente la información del producto del servicio o establecido hasta la fecha?

La **asimetría informativa** nació a partir de la situación de querer proteger al consumidor y proveedor ante la existencia de un desbalance , pero la discusión de muchos autores deriva a que si esta asimetría es solo por la falta de información o detrás de este se encuentra otra situación importante, para ello en la **Resolución 101-96-Indecopi** manifiesta que la razón de ser de esta legislación en enfrentar la posición ventajosa de los proveedores frente a los consumidores pues como consecuencia del análisis del mercado este no tiene iniciativa de buscar o exigir mayor información , evidenciando la ventaja que puede ser utilizada en contra la ley.

Es por ello que en el código se establece la asimetría como un principio de la protección al consumidor lo cual ha permitido desarrollar amparar aspectos importantes tales como la idoneidad del producto, no obstante, diversos autores manifiestan que no es suficiente puesto que existen aún diferentes situaciones que se encuentra un desequilibrio en la relación de consumo

Por lo tanto, es necesario entender que este código del consumo tiene como finalidad corregir practicas inadecuadas ante el desequilibrio del vínculo del consumo ante toda clase de falta de información del producto o de cláusulas abusivas. No solo se busca garantizar el goce de los derechos sino también busca la existencia de mecanismos para la defensa, pues de nada sirve que se plasmen diversas normas si no existe una forma de luchar a favor de la efectividad del mismo, para ello como derecho comparado en la Constitución española (artículo 51) se ordena a los organismos públicos garantizar mediante procedimientos eficaces los derechos de los consumidores y conexos a este.

¿Cómo busca el CPDC la reducción de la asimetría informativa? La misión de este guarda una relación con respecto al principio de Transparencia y el derecho a la información del consumidor **(temas que vienen siendo investigado en la presente)** Estos dos últimos buscan que las transacciones económicas entre los sujetos sea transparente , asimos, busca generar accesibilidad en información para ello se establecen diferentes conjuntos normativos como las normas de publicidad , información sobre el producto con respecto a la salud y seguridad del usuario y las normas del etiquetado enmarcadas en la ley de los productos manufacturados **(ley producto de análisis)**.



Figura 2. Asimetría en los sujetos de consumo

La información es proporcionada al consumidor buscando corregir la asimetría existente, equilibrando la relación del consumo si bien es cierto la norma manifiesta a grandes rasgos que el consumidor debe recibir oportunamente información, pero no especifica el tipo de contenido, el contenido de la misma es insuficiente, para esclarecer esta conceptualización es tipificado en el artículo 1 del código del consumidor el tipo de información que debe adjuntarse, en el mismo se utiliza el termino oportuno, suficiente y fácilmente accesible, por tal motivo gracias a la fuente documental se pudo hallar un precedente, la sentencia de INDECOPI (2007) en donde manifiesta que la información necesaria permitirá la correcta decisión del producto que se pretenda comprar.

En referencia de la última pregunta planteada debemos afirmar que contenido de la misma es insuficiente, para ésta conceptualización es de relevancia interpretar lo tipificado en el artículo 1 del código del consumidor el tipo de información que debe adjuntarse, en el mismo se utiliza el termino oportuno, suficiente y fácilmente accesible, por tal motivo gracias a la fuente documental se pudo hallar un precedente, la sentencia de INDECOPI (2007) en donde manifiesta que la información necesaria permitirá la correcta decisión del producto que se pretenda comprar. Luego de establecer el termino correcto, se pasará a diferenciar el término oportuno y necesario a efectos de comprender a totalidad,



Según la autora Muñoz S. (2012) conceptualiza a la información como aquel contenido y forma de dar conocimiento sobre las características relevantes respecto al producto que se ofrezca, esta debe ser:

1. **Clara** en la medida de ser comprendida por cualquier persona que está interesada en la adquisición del producto
2. **Veraz** con respecto a la no introducción al engaño sobre datos importantes al consumidor
3. **Suficiente** en razón de no omitir información sobre aspectos comerciales relevantes para el consumidor.
4. **Oportuna** pues se proporciona en la etapa de la elección del producto, existiendo una competencia libre de engaños al consumidor evitando incurrir en errores o daños del vínculo
5. **Verificable** pues al comprobarse cierta información establecida por el proveedor tenga seguridad que sea verídica

El fin último que persigue la legislación en esta dirección, es crear para el responsable del fabricante o el proveedor como titular de la información, una obligación legal de comunicar en una relación jurídica o respecto a la prestación, cuyo contenido es proporcionar a la otra parte una cantidad suficiente de datos para evitar cualquier daño o peligro a la otra parte si no se proporcionan. Con respecto a los resultados de las entrevistas en este objetivo se obtuvo que el Principio de Transparencia es un mecanismo de defensa para el consumidor que no se está utilizando correctamente pues las empresas se aprovechan de la falta de fiscalización por parte de Indecopi y por eso el consumidor sigue presentando esa desigualdad, por consecuencia de esta estamos ante la existencia de la transgresión del derecho al consumidor por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia. En ese sentido, el principio de transparencia según Ramces R. (2018) manifiesta que este principio busca que los proveedores brinden plena información sobre los productos o servicios que ofrecen, este tipo de información ofrecida sobre el producto debe ser clara y veraz. La importancia de este Principio radica en la relación que existe con los objetivos del CPDC pues con este principio se buscaba mitigar con la asimetría informativa siendo un mecanismo de protección para el consumidor, este principio no solo exige la

información pertinente, sin que, proteja ante la publicidad engañosa, y otros tipos de jugadas desleales que desnaturalizaran el vínculo de consumo.

**Por lo tanto**, se puede entender **que el principio de transparencia fue creado como un mecanismo de protección ante la existencia de la asimetría informática y otros factores que dan a relucir la desigualdad que existe en la actualidad entre el consumidor y el proveedor, por ende, haciendo un contraste a la realidad en la que nos encontramos dicho principio solo paso a ser “un saludo a la bandera” por ello es claro entender que el derecho hacia el consumo es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de Transparencia**, por otro lado evidenciamos que el consumidor como sujeto sustancial de esta situación no es lo que la legislación espera, pues es un ciudadano que no tiene iniciativa a indagar sobre la información presentada en los productos que elige entre muchos , podemos también inferir que la publicidad es un arma utilizada por los proveedores para interferir en el proceso de elección del consumidor persuadiendo a la parte débil creer ciegamente en lo ofrecido en una publicidad que puede estar acompañada de un conjunto de promesas falsas.

---

### **Determinar como el derecho al consumidor es perjudicado por el**

#### **Objetivo Especifico 1 proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas**

<b>Supuesto Especifico 1</b>	Se supuso que el derecho al consumidor fue perjudicado debido a que el proceso de selección suele ser interrumpido por que la información no es suficiente para que el consumidor elija el producto que se adecue a sus necesidades
------------------------------	---

Para dar inicio a esta sección es necesario definir ciertos términos sobre la experimentación animal en productos cosméticos, si bien es cierto en nuestro marco teórico se estableció el motivo y se sustentó el motivo de la presente, pero

considero que conceptualizar a lo que nos referimos con producto cosmético dilucidará ciertas dudas.

Como sustento conceptual optare por referirme a la Comunidad Andina de Naciones exactamente en la Decisión 516 y Digemin (2017) los cuales conceptualizan al producto cosmético como toda sustancia que puede ser usada en partes superficiales de la piel (epidermis), rostro, hasta los dientes y cabellos, con el propósito de mantener limpieza, por modificar ciertos aspectos estéticos, o hasta perfumarlos.

Ahora a continuación se procederá a enlazar con las pruebas en animales y para ello citar a Medina B. quien con ayuda de diferentes organizaciones buscan incentivar a las personas de diferentes países a utilizar otros tipos de testeo, ella menciona lo siguiente : Desde que dejaron ciega a una mujer después de usar rímel a pesar de haber sido testeado el producto por animales llevó a la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA) a aprobar la Ley Federal de Alimentos y Medicamentos Cosméticos en 1938.

En la actualidad, más de 500.000 animales mueren cada año como resultado de estas actividades en los laboratorios de cosmética. Sin embargo, existe una baja cantidad de países que prohíben de la experimentación con animales. La Unión Europea prohibió las pruebas de productos terminados del 2004, luego en el 2009 prohibió el testeo de ingredientes. Finalmente, en 2013, anunciaron una prohibición total de todos los productos cosméticos probados en animales. En todo el mundo, esta decisión ha sido adoptada por países como Turquía, Israel, India, Taiwán, Corea del Sur, Nueva Zelanda, Noruega, Suiza, Islandia, Liechtenstein, Noruega y el Reino Unido.

En Latinoamérica diferentes países hasta la fecha se han sumado a esta práctica responsable de protección animal, gracias a las fuentes documentadas recopiladas en la presente logramos obtener que México aprobó este año una sanción penalizada de hasta 7 años de prisión y una sanción económica equivalente a 200 a2000 unidades de medida (UIT) quien infrinja esta nueva normativa.

Así mismo, gracias a la entrevista que nos otorgó el estudio jurídico M&G Asociados afirman que estas prácticas negativas serán mitigadas colocando así en equilibrio

### **LA VIDA DIGNA DEL ANIMAL Y EL DERECHO A LA INFORMACION DEL CONSUMIDOR** (adherido a ello la protección de la salud y conexos a ellos).

Por otro lado, Colombia bajo la ley 2047 logro convertirse en el primer país SUDAMERICANO en prohibir las pruebas en animales para cosméticos de cualquier tipo ya sean personas naturales o jurídicas imponiendo una sanción económica de 13 mil a 50 mil salarios mínimos legales, en uno de sus articulados (4to) manifiesta que este país incentivara con becas a nivel internacional a aquellos que busquen métodos alternativos de testeo.

La experimentación animal es definida por Boada, Colom & Catelló (2011) quienes mencionan que es aquella actividad que tiene la misión de probar diferentes fenómenos biológicos sobre especies establecida incrementando conocimientos sobre determinada especie y sobre la sustancia que se aplica para comprobar sus consecuencias al contacto con el animal.

Existe un problema ético con este tipo de pruebas, conviene recordar que:

- i) Esta práctica es aceptable ya que se realiza para servir a un objetivo legítimo (protección) a la salud de humanos
- ii) Se lleva a cabo mientras no existan métodos alternativos de prueba **(punto objeto de debate)**
- iii) Se lleva a cabo de acuerdo con un proceso ético que evita el dolor, pues no es necesario para los animales probados

Con respecto al punto 2 un especialista del área salud, el Doctor Moad Bellaoui menciona que un método alternativo actual en Europa son las pruebas IN VITRO, IN SILICO o IN VIVO, el menciona que debemos mantener un ambiente armonioso defendiendo derecho entre seres vivos.

Bajo lo establecido en la ley 30407, Ley que busca la protección y bienestar animal este tiene la función de velar por el cuidado de todas las especies animales que merecen gozar de un trato adecuado por parte del humano y vivir en armonía con el medio ambiente.

Dentro de este apartado podemos encontrar al Principio Precautorio menciona que el estado tiene la autoridad de **realizar acciones inmediatas y eficaces** ante la existencia de indicios de que algún acto pueda provocar dolor grave e irreversible (**Daño que es ocasionado en este tipo de testeos**).

Los métodos alternativos a la experimentación animal en la industria cosmética vienen siendo practicados en diferentes empresas, podemos agregar en este apartado que la Comunidad Europea no cuenta con productos que sean testados en animales y la industria ha tenido buen alcance en los países, aumentando las ventas en los productos.

El Instituto New England Anti- Vivisection Society (2016) afirma que una de las otras consideraciones es que la industria cosmética sigue utilizando animales para las pruebas, a pesar de que existen varios métodos alternativos, esto se debe a que las pruebas con animales son menos costosas que desarrollar alternativas. modalidades. El problema ya no surge por la falta de un método, sino más bien por el análisis de costes que realiza la industria cosmética, que cada vez más busca cosechar más y más beneficios minimizando los costes de producción.

A modo de conceptualizar los tipos de pruebas alternativas, con respecto a las **Pruebas In Vitro** los investigadores Thieman y Palladino (2010) Establecen que estos son métodos mediante los cuales se utilizan células y tejidos fuera del cuerpo del animal en un entorno artificial (laboratorio). Hay dos tipos; estos pueden ser partes de animales muertos o humanos utilizados, o tejidos que se han formado y cultivado en el laboratorio a partir de células.

Por otro lado, la European Chemicals Agency (2016) Una prueba in vitro ("sobre vidrio") significa que se lleva a cabo fuera de un organismo vivo y generalmente en tejidos, órganos o células aislados.

Fina, Lombarte y Rigalli (s.f) mencionan que los trabajos in vitro son mejores que los testeados in vivo puesto que se logra argumentar la calidad del control o condición de diversos errores estadísticos y suele ser una práctica con menor costo.

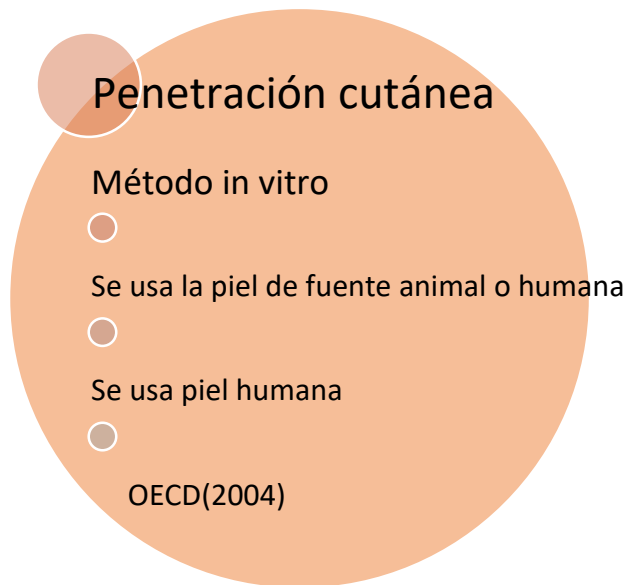


Figura 4. Método Alternativo de Prueba In Vitro

Con respecto a las **pruebas In vivo** la empresa Farmacapsulas S.A. (2021) menciona que la investigación in vivo es un paso muy importante para determinar niveles seguros de eficacia y toxicidad, lo que ayuda a garantizar que un producto presente el menor riesgo posible para el uso humano. Ayudan a reducir los riesgos de financiación asociados con el desarrollo de fármacos. Sin embargo, al mismo tiempo, aumentan el riesgo de muerte.

Para finalizar, con respecto a las pruebas In Silico Fina, Lombarte y Rigalli (s.f) mencionan son nuevos porque combinan software de computadora y de simulación, pero no son nuevos para la ciencia.

Según Medical Life Sciencer (2021) manifiesta que las pruebas in silico se refiere a modelos informáticos que estudian hipótesis farmacológicas utilizando métodos como bases de datos, herramientas de análisis de datos, minería de datos, modelado de homología, aprendizaje automático, farmacología, el bucle cuantitativo de actividad estructural y la herramienta de análisis de redes.

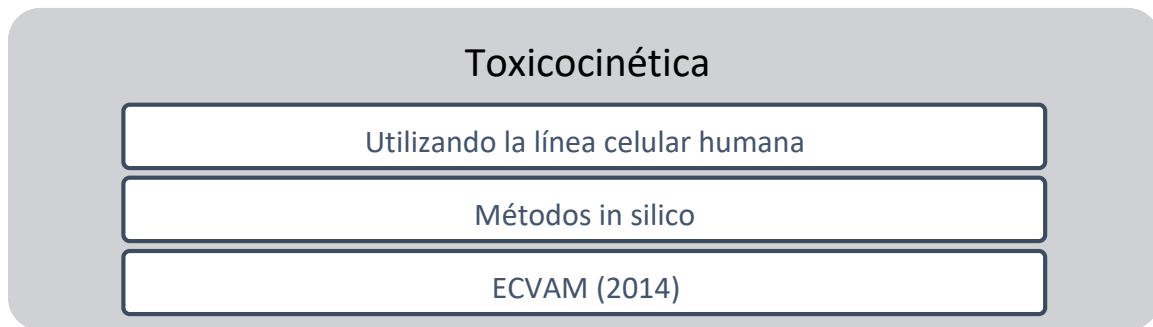


Figura 5. Método Alternativo de Prueba In silico

Una vez configurado el tipo de experimentación se pasará a definir el derecho de libertad de elección del consumidor. El derecho a la libertad de elección corresponderá a la libertad de ejercer la voluntad de los consumidores y usuarios en la relación y negociación de los consumidores, a través de la información recibida por el proveedor que les permita tomar las decisiones acertadas. Para sustentar esta premisa el autor Gutiérrez W. (2005) manifiesta que la capacidad de elección es un acto influenciado por aspectos no conscientes, en donde no solo prevalece el contenido de la afecta, sino que la elección deriva de aspectos diversos a ellos (entendiéndose a los logos, música, colores atractivos).

Por otro lado, Súmar O. (2011) menciona que el poder de elección de los consumidores y usuarios es fundamental para la protección de los interesados , por lo que el principal objetivo de este derecho es recomendar dispositivos que permitan recabar información suficiente para formalizar una elección en función de sus propios intereses y no en contra él.

En este derecho la última palabra la tiene el consumidor y el tipo de rol que juegue en este proceso debido a que si hablamos de un consumidor razonable o sostenible ejercerán ese derecho y seleccionaran el producto basándose en el cumplimiento de la información establecida por el proveedor, entonces podemos inferir que este derecho es meramente aplicado bajo ejercicio y potestad propia. Por otro lado, se deduce que este derecho a elección del consumidor está vinculado a el derecho a la información pues en ellos se encuentra la responsabilidad de garantizar la decisión de consumo para que no sea condicionada a favor del proveedor.

En las entrevistas realizadas la mayoría de los expertos indicaron que este proceso de elección permite que el consumidor determine el producto adquiriendo amparando la libertad de decidir del usuario gracias a esa soberanía evitamos el engaño de los malos actos de los proveedores. En este punto es necesario precisar que a partir de la decisión que tome el consumidor su salud y seguridad correrá riesgo puesto que si no se informa sobre las contraindicaciones del mismo puede atentar contra su salud en la medida de poder ser alérgico a algún químico o ingrediente que contiene el producto, no obstante, en este punto es netamente subjetivo para el consumidor, es por ello que en este punto se busca que el consumidor asuma su responsabilidad en este vínculo y tome conciencia.

**Por lo tanto**, en este apartado se logró concluir que actualmente nuestras legislaciones se encuentran desactualizadas, por ende, no se logra proteger ciertos derechos y uno de ellos es el investigado en la presente. Con respecto a el derecho de elección del consumidor es un proceso meramente subjetivo del consumidor, pero que indirectamente el estado tiene la misión de que ese proceso no se vea interrumpido o alterado por factores realizados por el proveedor en busca de lograr vender el producto, de proceso dependerá que el producto sea el adecuado, o que pueda ser beneficioso para el consumidor. Además de ello se entendió que el producto cosmético es aquel que se aplica en contacto con la piel, en ese sentido inferimos que aquellos productos de uso personas y aseo para varones y mujeres son productos cosméticos es así como el presente tema busca evitar esa transgresión a productos que son de uso general, para finalizar se puede entender que gracias a la tecnología se ha logrado generar nuevas formas de testeo para equilibrar la balanza del medio ambiente en el sentido de garantizar la vida del animal y respetar el derecho del consumidor. Observamos también que diferentes países ya han impuesto una normativa, introduciendo multas económicas y sanciones en concepto de penas, buscando adicional a ello un beneficio para aquellos que colaboran a la investigación de nuevos métodos de testeos, en base a lo enmarcado se puede decir que el supuesto con respecto al objetivo específico 1 si fue cierto.



**Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la**

***Objetivo Específico 2***

**información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas**

Se supuso que este principio si estuvo vinculado con el derecho a una información oportuna para garantizar

**Supuesto Específico 2** una compra sostenible y responsable, la promoción de estos protege y respalda lo establecido en el marco constitucional.

La protección al consumidor se constituye como un mecanismo dentro del sistema económico consagrado en la Constitución Política del Perú y que se encuentra en perfecta armonía con el mecanismo de la economía social de mercado en que vivimos. Como se desprende de la introducción a este trabajo, el objetivo es abordar conceptualmente la información desde una perspectiva actual.

Ahora, con respecto al objetivo específico 2 se habla de la información en el contexto de la protección al consumidor. Según la Real Academia Española, el termino de **“información”** pasa por definirla como la comunicación o adquisición de conocimientos que permite ampliar o definir lo que se posee, pero ello se desarrollara en base a la situación o experiencia de la persona influyendo directamente en su conducta.

Según el artículo 2 de la ley del consumidor a cerca de información relevante menciona que: El proveedor debe ofrecer información en el producto para realizar una elección adecuada de consumo.

Esta información debe ser fácilmente comprensible, es decir, con contenidos accesibles al consumidor medio sin necesidad de un esfuerzo intelectual extraordinario ni de la ayuda o investigación de un tercero. La información denominada "relevante" se puede identificar de antemano en una garantía, a discreción de un legislador en un estándar (garantía legal), de un proveedor según lo expresado en un contrato u otra fuente similar (representante a

garantía), o, con la única expectativa de que los consumidores estén atentos a su propia experiencia y al contexto en el que se relacionan con la transacción comercial (garantía implícita).

El medio para ofrecer la información al consumidor es el Etiquetado, Indecopi resalta la importancia de establecer la información en términos neutros o descriptivos y no con valores que promuevan su consumo, ya sea de manera directa o indirecta. Por ello se debe comprender que el producto pasa a ser un medio de información directa entre el vínculo del consumidor.

En la ley número 1304, Ley de etiquetado de productos manufacturados numeral 2.2 menciona que el etiquetado es cualquier marca u otra materia descriptiva o graficada, donde se establezca adherido al producto ya sea en su envase o empaque la información que se exige en el artículo 3ro.

En este sentido, la información que es obligatoria es el nombre del producto, país de origen del producto, fecha de vencimiento, condiciones de la conservación del producto, el contenido neto del producto, RUC, advertencia de algún peligro con respecto a el producto, modo de uso, entre otros. La información debe encontrarse en el idioma del país en venta.

Como derecho comparado según el Real Decreto 85/2018 en España mencionan en su artículo 15 que todos los recipientes deben contener caracteres fácilmente legibles y contener : la denominación del producto , razón social, direcciones responsables del producto ,entre otros , pero en ningún momento se mencionó sobre el logo característico con el cual reconocemos que el producto no se encuentra testeado en animales, para ello debemos aclarar que hay logotipos certificados que pagan a una empresa de certificación para obtenerlos y esa empresa investiga y confirma que no hacen pruebas con animales. Con estos tampones podemos saber que ha "superado una prueba" y que los productos están libres de sustancias nocivas. De izquierda a derecha, estos logotipos representan las siguientes empresas / organizaciones: leapingbunny, PETA, CCF Rabbit y TeProtejo. Pero dado que este tema no está regulado, cualquier empresa puede inventar su propio logo y ponerlo en su packaging/sitio web porque es una buena estrategia de marketing.

## Imágenes referenciales de algunas organizaciones

Para terminar con la triangulación del objetivo específico 2 se evidencia que los especialistas ven necesario que diversas entidades internacionales también formen parte de esta alerta sobre la transgresión de derechos ,también se observó que con respecto a los logos no existe un marco normativo que señale o establezca el tipo



de logo que deba contener un producto en señal de alguna información , exhortando a los futuros investigadores tener en consideración estos tipos de vacíos que son desencadenados por el presente problema.

**Por lo tanto,** el principio de transparencia si guarda relación muy estrecha con la información oportuna del bien o servicio ofrecido ,para lo cual se exige una información relevante señalado de manera clara y comprensible para el consumidor ,por otro lado , las normas internacionales tienen la finalidad de promover un consumidor sostenible para que el cliente comprenda lo que genera la adquisición de un buen producto , bajo este ejemplo de consumidor es que se pretende que la legislación nacional persiga ese mismo objetivo. Para finalizar se mostró con las entrevistas y fuentes documentales que países extranjeros aún no logran concretar la tipificación de esta prohibición pese a los años transcurridos, las

Organizaciones tratan de cubrir esos vacíos, utilizándose a falta de una normativa IV. **CONCLUSIONES**

Primera: Se determinó que el artículo 65 de la Constitución busca garantizar el cumplimiento de cada uno de los regímenes establecidos en ella ,en este ámbito del consumidor busca la total satisfacción y facilitación de información a través de la creación del principio de transparencia ,mecanismo el cual no se utiliza de

manera correcta , su origen deriva de una norma que se encuentra en la cima de la estructura normativa , por otro lado, el no considerar proporcionar la información en un producto de belleza afecta al contenido en esencia de esta puesto que la experimentación constituye a una de las informaciones más importantes al momento de seleccionar un producto pues gracias a la información adecuada el consumidor elige el producto que satisfaga sus necesidades. En adición a ello, el legislador debe basarse en la realidad para modificar la norma pues se evidencia gran necesidad de protección para evitar la asimetría informativa.

Segunda :Determinó que la ley 1304 no establece una correcta inspección en el etiquetado debido a que el consumidor no tiene conocimiento en primer lugar , de sus derechos como consumidor, en la medida que es necesario fomentar de diferentes maneras el conocimiento a los derechos que son inherentes por ley, en segundo lugar, el consumidor desconoce la forma de experimentación de las sustancias químicas de los productos a consumir, en tercer lugar, Indecopi no cumple su función como ente fiscalizadora de los derechos en el ámbito del consumidor además de ello no orienta adecuadamente a los sujetos de consumo dando a entender que no es eficiente , tanto el mecanismo como la institución, como consecuencia de ello la información establecida es escasa para seleccionar un buen producto por ello tanto los hallazgos establecidos en el capítulo anterior nos brinda la propuesta de establecer logos o indicaciones que sirvan de información al consumidor ,debido a la insuficiencia de información podemos concluir que si existe una transgresión al derecho del consumidor y por otro lado también entendemos que la causa de esta falta de información perjudica la correcta selección de productos del consumidor. Por parte de los Proveedores en ánimo de obtener la compra de sus productos intervienen indirectamente en la decisión del consumidor, orientándolo con publicidades falsas, alterando el proceso de elección del producto.

Tercera: Las regulaciones internacionales son ejemplo del arduo proceso que conlleva buscar un equilibrio de derechos, sin menospreciar el valor de estos. Existen métodos alternativos eficientes que son utilizados por países extranjeros que buscan establecer un ambiente sostenible entre la naturaleza y la ciudadanía. Se debe hacer prevalecer lo enmarcado por la constitución, pues si no hacemos lo que ella nos estipula siendo la más grande norma, a que debemos respetar y hacer respetar. Además de ello, se evidenció que aún existe ciertos ámbitos que requieren de investigación legal.

## V. RECOMENDACIONES

Primera :Al poder Legislativo, establecer una modificación al Decreto Legislativo N° 1304 el cual regula el Etiquetado y Verifica los reglamentos técnicos de productos industriales manufacturado en el artículo 3 la cual tipifica el tipo de información que debe tener el etiquetado para incorporar de manera obligatoria un logo que represente si ese producto manufacturado ha sido experimentado en animales, todo para garantizar lo establecido en el art. 65, por lo que en el presente proyecto se adjuntara el proyecto legislativo para brindar solución a la problemática. Asimismo, estos logos que van a ayudar a identificar estas prácticas en animales pueden ser similares a los insertados en diferentes países o por establecidos en diferentes Instituciones de protección a animales testeados en industrias de belleza.

Segunda: A INDECOPI, Fomentar al consumidor sostenible, para garantizar lo resguardado en el área constitucional, el único vínculo entre consumidor y empresas es la información, al garantizar el principio de transparencia fomentaríamos compras informadas, evitaríamos reclamos por desconocimiento y generaríamos confiabilidad y se resguardaría los derechos propios del consumidor al momento de adquirir un bien o servicio.

Tercera: Al consumidor que indague sobre los tipos de procedimientos realizados en grandes empresas debido a que los productos que se consumen pueden ser dañinos para la salud y evitar que la publicidad engañosa interceda en un afán de contar con la compra del producto.

## REFERENCIAS

About animal testing. (s.f.). Humane Society International. Recuperado de:  
Armonización de Legislación en Materia de Productos Cosméticos. Decisión 777:  
Modificatoria de la Decisión 516. Recuperado de:

Anima naturalis. (s.f.). Anima naturalis. Prohibición a la experimentación en  
animales en productos cosméticos. Recuperado de:

Ashby, M. (2012) Expérimentation animale: Tout sauf scientifique. Entrevista  
efectuada en A. Europe. Recuperado de: <http://antidote-europe.org/martin-ashbyexperimentation-animale-tout-sauf-scientifique/>

Barrantes Serrano R. (2016) *El derecho a la información de los consumidores: el caso de la falta de etiquetado de los alimentos transgénicos*. (Tesis de título).  
Universidad San Martín de Porres

Boada Saña, M., Colom Comi, A., & Castelló Echevarria, N. (2011) La  
experimentación animal. Universidad Autónoma de Barcelona

Chávez Sotelo R. (2018) *La protección al consumidor en cuanto a la transparencia de la información por los centros educativos privados en Lima*.

Chiorando, M. (2018). Vegans Blast Cosmetics Giant MAC For Testing on  
Animals.

Plant Based News. Recuperado de:

Decreto Legislativo N°1304 “Ley que aprueba el etiquetado y verificación de los  
reglamentos técnicos de los productos industriales manufacturados”.

Dr Hadwen Trust. (2016) Entrevista efectuada al científico Geoff Pilkington, en  
Animal Free Research UK. Recuperado  
de:

<https://www.animalfreeresearchuk.org/brain-tumour-scientist-professor-geoffpilkington/>

Echarte Alonso, L. (2009). *Psicofarmacología terapéutica y cosmética: riesgos y límites*. Cuadernos de bioética. Asociación Española de Bioética y Ética, 20(p.69),

211-230. Recuperado de <http://aebioetica.org/revistas/2009/20/2/69/211.pdf>  
Especismo cero (2015) “Especismo cero”, en revista digital de la UNAM. Recuperado de: <http://www.especismocero.org/articulos/130-bienestarismo-iayuda-o-perjudica-a-los-animales-ide-jaulas-mas-grandes-a-jaulasmas-vacias>

European Animal Research Association (2015) “Cuarenta razones para defender la

experimentación en animal”. En European Animal Research

Association. Recuperado en: <http://eara.eu/es/campanas/cuarenta-razones-paradefender-la-investigacion-con-animales/>

Expediente 1372-2008/CPC. Recuperado de: <https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/download/46/44/>

Hernández Fernández A. (2017) *La cara oculta de la distribución en el sector de la cosmética*. Universidad de Valencia

Leaping Bunny Program. The leaping bunny logo. Recuperado de:

<https://www.leapingbunny.org/content/leaping-bunny-logo> 11

Ley 29459. Ley de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios. Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/rins/v26n4/a14v26n4.pdf>

Ley de Protección al Consumidor del 2010. Código de protección y defensa del consumidor No.29571

Long, C. (2016). *El deber de rotulado de productos manufacturados a la luz de la jurisprudencia del INDECOPI*. Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual, 12(23), 29–45.

Martín Nicolás Rivero, Mariela Lenze, Mercedes Izaguirre, Silvia Wikinski y María Laura. Gutiérrez. *Tendencia al reemplazo de Animales de Experimentación* DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e239>



Martínez, Y. (2016). *Las principales barreras burocráticas y el desarrollo del mercado de productos cosméticos en el Perú, período 2013-2014* (Tesis de maestría). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú.

Morente Parra V. (2019). Animales criados para el consumo humano y el testado de la industria cosmética: un paso más allá en la consolidación del derecho animal.

Recuperado de:  
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/29653/TFG%20%20Vega%20Fernandez%20Sandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mulà, A. (2016). Animales utilizados en experimentación, especial referencia a la experimentación con fines cosméticos y a la Sentencia del TJUE de 21 de septiembre de 2016. Recuperado de:

<https://www.abogacia.es/2016/10/21/animales-utilizados-en-experimentacion-especial-referencia-a-la-experimentacion-con-fines-cosmeticos-y-a-la-sentencia-del-tjue-de-21-de-septiembre-de-2016/>

Muwellness.com. (s.f.). (2015) Lista de ingredientes tóxicos en cosméticos. Recuperada de <http://www.muwellness.com/content/lista-de-ingredientes-t%C3%B3xicos-en-cosm%C3%A9ticos>

New England Anti- Vivisection Society (2016) Sociedad contra la vivisección de Nueva Inglaterra. Recuperado de: <http://www.neavs.org/>

Oxford University Press (2016). Diccionario Oxford. Recuperado de:  
<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/oportuno>

PETA. (2015) <http://www.peta.org/>

Pruebas de cosméticos en animales: hacia una prohibición mundial. (2018).

Noticias Parlamento Europeo. Recuperado de:  
<http://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20180216STO98005/pruebas-de-cosmeticos-en-animales-hacia-una-prohibicion-mundial>

Ramon Fernández F. (s.f) *Seguridad y responsabilidad de los productos cosméticos en el Derecho Español*. Universitat Politècnica de València

Resolución 197-2005/TDC-INDECOPI. Recuperado de:  
[https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/165388/pres\\_Res\\_0197-2005TDC.pdf/5644233e-771d-4b46-a188-7063b1a9629b](https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/165388/pres_Res_0197-2005TDC.pdf/5644233e-771d-4b46-a188-7063b1a9629b)

Responsable Antidote Europe Comité Scientifique pour une Science Responsable.

(2015) “Asociaciones y fundaciones médicas: ¿Quién financia la investigación con animales? Recuperado de: <http://antidote-europe.org/>

Responsable Antidote Europe Comité Scientifique pour une Science Responsable

(2015) “Asociaciones y fundaciones médicas: ¿Quién financia la investigación con animales?. Recuperado de: <http://antidote-europe.org/>

Robbins, J. (2011). Por qué amamos a los perros, nos comemos a los cerdos y nos vestimos con las vacas. Valdés Editores

Rodriguez, E. (2014) “Desafíos Éticos de la investigación con animales, manipulación genética”. En revista National Institutes of Health. Recuperado de: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3711750/>

Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals (2017) Recuperado de:

Sistema de las Naciones Unidas en el Perú (2013). Recuperado de: <http://www.un.org/es/member-states/index.html#gotoP>

TLC Colombia – Costa Rica: una oportunidad para el sector cosméticos Bogotá, Colombia 2020. Recuperado de:

<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6790/TLC%20Col>

[ombia%20%20Costa%20Rica%20%3a%20una%20oportunidad%20para%20el%20sector%20cosm%20c3%20a9ticos.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6790/TLC%20Colombia%20%20Costa%20Rica%20%3a%20una%20oportunidad%20para%20el%20sector%20cosm%20c3%20a9ticos.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

UNAM (2015) “Análisis de parabenos en productos cosméticos”. En revista del Departamento de Farmacia Química de la UNAM. Recuperado de: [http://depa.fquim.unam.mx/amyd/archivero/examen\\_croma\\_2015\\_31994.pdf](http://depa.fquim.unam.mx/amyd/archivero/examen_croma_2015_31994.pdf)

Understanding China's Animal Testing Laws. (2018). Ethicalelephant. Recuperado de: <https://ethicalelephant.com/understanding-china-animal-testinglaws/>

Vega Fernández S. (2019) *Animales criados para el consumo humano y el testado de la industria cosmética: un paso más allá en la consolidación del derecho animal.*

Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/29653/TFG%20%20Vega%20Fernandez%20Sandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vegans Blast Cosmetics Giant MAC For Testing on Animals. Plant Based News. Recuperado de: <https://www.plantbasednews.org/post/vegans-blast-cosmeticsgiant-mac-testinganimals>

Durand Carrión, B. "El Derecho del Consumidor y sus efectos en el Derecho Civil, frente a la contratación de consumo en el mercado". En: VOX JURIS. N° 24. Lima, diciembre de 2012, págs. (97-124)

Espinoza Espinoza, J. "Primeras reflexiones a propósito del Código de Protección y Defensa del Consumidor". En: Actualidad Jurídica: Información especializada para abogados y jueces. Tomo N° 202. Lima, Setiembre de 2010, págs. 15-18

Calle Casusol, J. "Envase, Publicidad y Rotulado de producto: Acerca del reciente criterio establecido por el INDECOPI". En: Diálogo con la Jurisprudencia. Revista N° 79. Lima, abril de 2005, págs. (35-45)

Mesinas Montero, F. "Precisando conceptos y competencias sobre la información que aparece en los envases de productos". En: Diálogo con la Jurisprudencia. Revista N° 78. Lima, (2005), págs. (9-10).

Fina, Lombarte y Rigali (s.f) Investigación de un fenómeno natural: ¿estudios in vivo, in vitro o in silico? Recuperado en:

[https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/21655/CONICET\\_Digital\\_Nro.257](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/21655/CONICET_Digital_Nro.257)

[29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/21655/CONICET_Digital_Nro.257)

Villota M. (2018) Avances y orientaciones del nuevo código de protección y defensa del consumidor. Recuperado:

<https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/82/80>

European Chemical Agency (s.f) Métodos in vitro,  
Recuperado de:

<https://echa.europa.eu/es/support/registration/how-to-avoid-unnecessary-testing-on-animals/in-vitro-methods>

Muñoz S. (2012) El derecho a la información en la esfera de protección del consumidor. Recuperado de:

<https://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2013/08/Derecho-a-la-Informacion-Proteccion-del-consumidor.pdf>

News Medical Life Sciences (2021) Testeo In Silico. Recuperado de:

<https://www.news-medical.net/amp/life-sciences/What-is-in-Silico->

(Spanish).aspx Medina B. (s.f) Los testeos en Animales.

Recuperado de:

<https://www.circulonatural.com/hablemos-sobre-los-testeos-en-animales/>

Ley N°30407, Ley de Protección y Bienestar Animal. Recuperado de:

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-de-proteccion-y-bienestaranimal-ley-n-30407-1331474-1/>

Thieman W., Palladino M. (2010) Introducción a la Biotecnología. Recuperado de:

[http://siar.minam.gob.pe/puno/sites/default/files/archivos/public/docs/copia\\_de\\_t\\_hi\\_ebiot.pdf](http://siar.minam.gob.pe/puno/sites/default/files/archivos/public/docs/copia_de_t_hi_ebiot.pdf)

Pérez L. (2004). Derechos del consumidor. Buenos Aires: Astrea

## ANEXO 1.- DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Katherine Nicole Huapaya Boza, alumna de la Facultad de Derecho y Humanidades, Escuela Profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo, filial Los Olivos, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulada “El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana,2020” son:

1. De mi autoría.
2. La presente Tesis no ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
3. La Tesis no ha sido publicado ni presentado anteriormente.
4. Los resultados presentados en la Tesis, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Los Olivos, 19 de noviembre del 2021



-----  
Katherine Nicole Huapaya Boza

DNI N° 75752730

## ANEXO 2.- DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Santisteban Llontop Pedro Pablo, docente de la Facultad de Derecho y Humanidades, Escuela Profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo, filial Los Olivos, revisor de la tesis titulada “El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana,2020”, de la estudiante Katherine Nicole Huapaya Boza, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 19 de noviembre del 2021



PEDRO SANTISTEBAN LLONTOP  
C. 1951  
ABOGADO  
DOCTOR EN DERECHO

Santisteban Llontop Pedro Pablo

DNI: 09803311

### ANEXO 3.- MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN APRIORÍSTICA

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

Katherine Nicole Huapaya Boza

FACULTAD/ESCUELA: Faculta de Derecho y Humanidades / Escuela Profesional de Derecho

ÁMBITO TEMÁTICO: Decreto Legislativo N° 1304 y Ley N° 29571

TÍTULO	
El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020	
PROBLEMAS	
<b>Problema General</b>	¿De qué manera el derecho del consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales?
<b>Problema Específico 1</b>	¿De qué forma el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas?
<b>Problema Específico 2</b>	¿De qué modo el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas?
OBJETIVOS	
<b>Objetivo General</b>	Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de

	Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales.
<b>Objetivo Específico 1</b>	Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas.
<b>Objetivo Específico 2</b>	Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas.
<b>SUPUESTOS</b>	
<b>Supuesto General</b>	Se supuso que el Derecho al consumidor era transgredido por la falta de aplicación del principio de Transparencia pues erróneamente se ha interpretado como solo un principio más no como un mecanismo establecido en el Código del Consumidor para defender el interés del consumidor por medio de la información de bienes y servicios ofrecidos tanto por medio de importaciones como también en producción nacional.
<b>Supuesto Específico 1</b>	Se supuso que el derecho al consumidor fue perjudicado debido a que el proceso de selección suele ser interrumpido por que la información no es suficiente para que el consumidor elija el producto que se adecue a sus necesidades
<b>Supuesto Específico 2</b>	Se supuso que este principio si estuvo vinculado con el derecho a una información oportuna para garantizar una compra sostenible y responsable, la promoción de estos protege y respalda lo establecido en el marco constitucional.



<b>Categorización</b>	<p>Categoría 1: <b>Derecho del Consumidor</b> Subcategoría 1: Información oportuna. Subcategoría 2: Elección de productos de calidad.</p> <p>Categoría 2: <b>Principio de Transparencia</b> Subcategoría 1: Proceso de selección de productos. Subcategoría 2: Proceso de elaboración de productos.</p>
<b>METODOLOGÍA</b>	
<b>Diseño de investigación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Enfoque:</b> Cualitativo</li> <li>- <b>Tipo de investigación:</b> Básica</li> <li>- <b>Nivel de la investigación:</b> Descriptivo</li> <li>- <b>Diseño:</b> Teoría Fundamentada</li> </ul>
<b>Método de muestreo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Escenario de estudio:</b> Tribunales de defensa al consumidor y Despachos de Abogados.</li> <li>- <b>Participantes:</b> Tres vocales de INDECOPI y tres abogados defensores especialistas.</li> <li>- <b>Muestra no probabilística</b></li> <li>- <b>Tipo: De expertos</b></li> <li>- <b>Orientados: por conveniencia</b></li> </ul>
<b>Plan de análisis y trayectoria metodológica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Técnica e instrumento de recolección de datos</b></li> <li style="padding-left: 20px;"><b>Técnica:</b> Entrevista y análisis de documentos</li> <li>✓ <b>Instrumento:</b> Guía de entrevista y Ficha de análisis documental.</li> </ul>
<b>Análisis cualitativo de datos</b>	Descriptivo, inductivo y hermenéutico



**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**  
**GUÍA DE ENTREVISTA**

**TÍTULO:** El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana,2020.

**Entrevistado:**

**Cargo :**

**Objetivo General**

**Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales**

**Premisa:** El derecho al consumidor se encuentra regulado por la ley N°29571 exactamente en el artículo 5to el cual hace referencia a la información plena para el adquirente, por otro lado, en el art. 65 de la Constitución también busca la protección del interés de los consumidores , articulados que son transgredidos por la escasa información acerca de los productos denominados como productos cosméticos pues se desconoce el tipo de testado que se realiza , por ello encontramos una vulneración al derecho del consumidor así también como el derecho enmarcado constitucionalmente.

**1. Según su conocimiento ¿De qué manera el derecho del consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales?**

.....  
...  
.....  
...  
.....  
...  
.....  
...  
.....  
.....

En base a la siguiente premisa: Omitir la información en la etiqueta del producto cosmético sobre si ha sido experimentado en animales afecta al contenido esencial del derecho a la información transgrediendo el derecho del consumidor establecido en el artículo 65 de la Constitución Política exprese su opinión en base a la siguiente pregunta

2. **¿Cree usted que el hecho de no informar sobre el tipo de experimentación en animales en la etiqueta del producto atenta contra el derecho a una información oportuna del consumidor tipificada en la constitución y ello conlleva a la vulneración un derecho constitucional?**

.....  
.....  
.....  
.....

3. **De acuerdo a su criterio ¿De qué manera se afecta el derecho a la información del consumidor cuando no se informa, en la etiqueta, si el producto de uso cosmético ha sido experimentado en animales dentro del Estado peruano?**

.....  
.....  
.....  
.....

**OBJETIVO ESPECÍFICO 1**

**Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas**

4. **En su opinión ¿De qué forma el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

.....  
.....  
.....  
.....

5. **Desde su posición ¿Considera usted que podría emplearse algún mecanismo legal para que el derecho al consumidor tenga mayor protección a la hora de la selección de los productos que las empresas utilizan?**

.....  
.....  
.....  
.....

.....  
6. Según su experiencia ¿Considera usted que la economía social del mercado influye en la transgresión de los derechos al consumidor permitiendo que las empresas aprovechen los vacíos legales que existen en nuestro país?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**OBJETIVO ESPECÍFICO 2**

**Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas**

7. Es su opinión ¿De qué modo el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

8. A su saber ¿Por qué se debe considerar la información sobre la experimentación animal en los productos cosméticos como información relevante?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

9. En su opinión ¿De qué manera el derecho a la información del consumidor debe orientar al Estado peruano respecto a la protección de los derechos de los consumidores para que se encuentre correctamente resguardado constitucionalmente?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## ANEXO 5: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y Nombres: Dr. Santisteban Llontop Pedro 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente UCV.

1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación: **Guía de Entrevista**

1.4 Autor de Instrumento: Katherine Nicole Huapaya Boza

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	No cumple con su aplicación						Cumple en parte con su aplicación			Si cumple con su aplicación			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.													✓
2. OBJETIVIDAD	Se expresar la realidad como es, indica cualidad de objetivo y la adecuación al objeto investigado													✓
3. ACTUALIDAD	Esta de acorde a los aportes recientes al derecho.													✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.													✓
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos metodológicos esenciales													✓
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las Categorías.													✓
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.													✓
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos y supuestos, basado en los aspectos teóricos y científicos													✓
9. METODOLOGÍA	El instrumento responde al objetivo de la Investigación: Tipo, diseño, categorías, escenario de estudios y participantes.													✓
10. PERTINENCIA	El instrumento tiene sentido, enfrenta un problema crucial, está situado en una población en territorio, es interdisciplinaria, tiene relevancia global, y asume responsablemente las consecuencias de sus hallazgos.													✓

### II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación

El Instrumento cumple en parte con los Requisitos para su aplicación

El Instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

SI

### III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

Lima, 29 de junio 2021



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

Dr. Santisteban Llontop Pedro

DNI No 09803311 Telf.: 983278657

**ANEXO 5:**  
**VALIDACION DE INSTRUMENTO**

**I.- DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y Nombres: Magr. Wenzel Miranda Eliseo  
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente UCV.  
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: **Guía de Entrevista.** 1.4. Autor de Instrumento:  
 Katherine Nicole Huapaya Boza

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	No cumple con su aplicación						Cumple en parte con su aplicación			Si cumple con su aplicación			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.												X	
2. OBJETIVIDAD	Se expresar la realidad como es, indica cualidad de objetivo y la adecuación al objeto investigado												X	
3. ACTUALIDAD	Esta de acorde a los aportes recientes al derecho.												X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												X	
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos metodológicos esenciales												X	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las Categorías.												X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos y supuestos, basado en los aspectos teóricos y Científicos												X	
9. METODOLOGÍA	El instrumento responde al objetivo de la Investigación: Tipo, diseño, categorías, escenario de estudios y participantes.												X	
10. PERTINENCIA	El instrumento tiene sentido, enfrenta un problema crucial, está situado en una población en territorio, es interdisciplinaria, tiene relevancia global, y asume responsablemente las consecuencias de sus hallazgos.												X	

**II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

- El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación  
 El Instrumento cumple en parte con los Requisitos para su aplicación  
 El Instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

<b>si</b>

**III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

<b>95 %</b>
-------------

Lima, 27 de septiembre 2021.



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE  
 Dr Wenzel Miranda Eliseo

DNI:09940210 Telef: 992 303 480

**ANEXO 5:**  
**VALIDACION DE INSTRUMENTO**

**I.- DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y Nombres: Dra. Felipa Elvira Muñoz Ccuro  
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente UCV.  
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: **Guía de Entrevista.**  
 1.4. Autor de Instrumento: Katherine Nicole Huapaya Boza 1.5.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	No cumple con su aplicación						Cumple en parte con su aplicación			Si cumple con su aplicación			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.													✓
2. OBJETIVIDAD	Se expresar la realidad como es, indica cualidad de objetivo y la adecuación al objeto investigado													✓
3. ACTUALIDAD	Esta de acorde a los aportes recientes al derecho.													✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.													✓
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos metodológicos esenciales													✓
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las Categorías.													✓
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.													✓
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos y supuestos, basado en los aspectos teóricos y científicos													✓
9. METODOLOGÍA	El instrumento responde al objetivo de la Investigación: Tipo, diseño, categorías, escenario de estudios y participantes.													✓
10. PERTINENCIA	El instrumento tiene sentido, enfrenta un problema crucial, está situado en una población en territorio, es interdisciplinaria, tiene relevancia global, y asume responsablemente las consecuencias de sus hallazgos.													✓

**II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

- El Instrumento cumple con los  
 Requisitos para su aplicación  
 El Instrumento cumple en parte con los  
 Requisitos para su aplicación  
 El Instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

si

**III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

**95 %**

Lima, 27 de septiembre 2021.



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

Dra. Felipa Elvira Muñoz Ccuro

ANEXO 6:

**FICHA DE ANALISIS DE FUENTE DOCUMENTAL - INFORME**

**Título de la investigación:** El derecho del consumidor frente al principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana,2020

**Autora:** Huapaya Boza Katherine Nicole

<b>Ficha de análisis de fuente documental</b>	
<b>Objetivo general</b>	
Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales	
<b>Identificación de la fuente</b>	
Tribunal Constitucional en la sentencia N° 7320-2005-PA/TC, fundamento 23 <a href="https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2006/07320-2005-AA.pdf">https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2006/07320-2005-AA.pdf</a>	
<b>Contenido</b>	<b>Análisis del contenido</b>
El Estado mantiene, con los consumidores, la obligación genérica de garantizar el derecho a la información sobre los servicios y bienes que se encuentren a su disposición en el mercado y ello implica: “la consignación de datos veraces, suficientes, apropiados y fácilmente accesibles”	La constitución tiene el deber de proteger a los consumidores de la publicidad engañosa y la información falsa. En este último punto consideramos que las empresas no establecen una correcta información para la selección debida del producto o servicio. En diversos casos hemos podido evidenciar que las empresas dejan que la información será expresada por medio de publicidad, pero como esta posee la finalidad de persuadir al consumidor de adquirir el bien o servicio no podría catalogarse como una información deficiente.
<b>Ponderamiento</b>	
Con respecto a lo enmarcado en la sentencia del tribunal constitucional N° 7320-2005-PA/TC en el fundamento 23 debemos entender que el consumidor es fin de la actividad económica, por ello la variedad de productos ofrecidos en el sector deben encontrarse bien detallados, para ofrecer una transacción adecuada para el consumidor, de manera que el mejor que satisfaga las necesidades del adquirente será el que realice este acto.	



## ANEXO 6

### FICHA DE ANALISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

**Título de la investigación:** El derecho del consumidor frente al principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020

**Autora:** Huapaya Boza Katherine Nicole

Ficha de análisis de fuente documental	
<b>Objetivo específico 1</b> Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testados en animales de empresas cosméticas	
<b>Identificación de la fuente</b> LEY 2047 DE 2020 COLOMBIA <a href="http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30039697">http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30039697</a>	
<b>Contenido</b>	<b>Análisis del contenido</b>
Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto prohibir, en todo el territorio nacional, la experimentación, importación, exportación, fabricación, y comercialización de productos cosméticos, sus ingredientes o combinaciones de ellos que sean objeto de pruebas en animales, posterior a la entrada en vigencia de la presente ley. Artículo 4°. Estímulos. El Gobierno nacional generará estímulos, incentivos y facilidades para el fortalecimiento de las capacidades de los laboratorios e	En este apartado legislativo el artículo 1 revela la prohibición de cualquier tipo de experimentación con un producto cosmético, sin importar si se trata de un producto que se importa del país o se exporta. Desde que se establecen los artículos donde nos muestra un incentivo para buscar métodos alternativos con becas a nivel internacional. Asimismo, se impone una determinada cantidad de multas por incumplimiento de lo anterior.

instituciones de investigación nacionales que desarrollen y apliquen modelos alternativos para evitar el uso de pruebas en animales en esta industria, validadas por la comunidad científica internacional. Estos estímulos se generarán a través de becas de financiación convocadas anualmente por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación durante los 15 años siguientes a la promulgación de esta ley.

Artículo 5°. Sanciones. Las personas jurídicas o naturales, que infrinjan las prohibiciones contenidas en el artículo 1° de la presente ley, serán sancionadas por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima) con multa a favor del tesoro nacional de mínimo ciento treinta y tres (133) a cincuenta mil (50.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes al momento de la ocurrencia de los hechos, siguiendo el trámite establecido en la Ley 1437 de 2011, o la norma que la modifique o sustituya.

#### **Ponderamiento**

En la Ley 2047 de Colombia en el **artículo 1** se da a conocer la prohibición de cualquier tipo de experimentación para un producto cosmético, así se sea un producto importado o exportado del país. En este breve párrafo se evidencia la preocupación del país por el cuidado y también evitar las explotaciones y abuso del animas en colectividad, por otro lado, se busca proteger los derechos del adquirente del bien o servicio.

Conforme se establecen los artículos el **4to** nos manifiesta incentiva al tratar de buscar métodos alternativos con becas a nivel internacional.

Asimismo, con el apoyo del artículo **5to** se establecen una cierta cantidad de montos de multa al incumplir lo plasmado con anterioridad.

## ANEXO 6

### FICHA DE ANALISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

**Título de la investigación:** El derecho del consumidor frente al principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020

**Autora:** Huapaya Boza Katherine Nicole

Ficha de análisis de fuente documental	
<b>Objetivo específico 2</b> Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales en la industria cosmética	
<b>Identificación de la fuente</b> Resolución N°1602-2007-S/TDC-INDECOPI del Expediente N°189-2006/CCD <a href="https://acortar.link/UuoqMC">https://acortar.link/UuoqMC</a>	
Contenido	Análisis del contenido
El contenido esencial del derecho a la información del consumidor consiste en que los consumidores accedan a la información necesaria para decidir correctamente sobre la adquisición del producto o servicio, ello permitirá que los consumidores adopten decisiones de consumo de manera informada y que realmente satisfagan sus intereses, esto es, que representen efectivamente las expectativas que tenían al momento de su elección.	La esencia del derecho a una información oportuna para el consumidor consiste en asegurarla protección, salud del mismo para que aquel producto o servicio nacional o internacional.
<b>Ponderamiento</b>	
En la presente Resolución N°1602-2007-S/TDC-INDECOPI respalda con la practica lo tipificado con el artículo 1 del código del consumidor en donde se establece que todos los consumidores tienen derecho a acceder a la información necesaria para adoptar decisiones que satisfagan los intereses, este código tiene la misión de proteger y prevenir el vínculo que existe entre el consumidor y el proveedor.	

## ANEXO 6

### FICHA DE ANALISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

**Título de la investigación:** El derecho del consumidor frente al principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020

**Autora:** Huapaya Boza Katherine Nicole

Ficha de análisis de fuente documental	
<b>Objetivo general</b> Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales	
<b>Identificación de la fuente</b> <b>LEY N° 29571.- Código de protección y defensa del consumidor</b> <a href="https://www.gacetajuridica.com.pe/boletin-nvnet/img_bol08/COdigo%20de%20proteccion%20y%20defensa%20del%20consumidor.pdf">https://www.gacetajuridica.com.pe/boletin-nvnet/img_bol08/COdigo%20de%20proteccion%20y%20defensa%20del%20consumidor.pdf</a>	
Contenido	Análisis del contenido
Artículo 1.- Derechos de los consumidores 1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos: a. Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física.	De acuerdo con las disposiciones de este Código, los consumidores tienen los siguientes derechos: a. Derecho a la protección efectiva de productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, presenten un peligro o peligro para la vida, la salud y la integridad física, nace el derecho de acceso a información oportuna, suficiente, veraz y de fácil acceso relevante para con el fin de tomar una decisión o elección del consumidor que se adecue a sus

<p>b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.</p> <p>c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.</p>	<p>intereses y para usar o consumir la información de manera adecuada Productos o servicios. Derecho a la protección de sus intereses económicos y, en particular, contra cláusulas abusivas, métodos de negociación forzosa, cualquier otra práctica análoga e información engañosa interesada sobre productos o servicios.</p>
<p><b>Ponderamiento</b></p>	
<p>Código de protección y defensa del consumidor establece la protección eficaz, aunque no idónea de los derechos puesto que aun el consumidor desconoce los métodos de testeo a los productos cosméticos. En este se busca no solo la protección de la salud del adquirente, sino también los intereses económicos y en aquellas cláusulas abusivas y métodos coercitivos.</p>	

## ANEXO 6

### FICHA DE ANALISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

**Título de la investigación:** El derecho del consumidor frente al principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020

**Autora:** Huapaya Boza Katherine Nicole

<b>Ficha de análisis de fuente documental</b>	
<b>Objetivo específico 1</b>	
Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas	
<b>Identificación de la fuente</b>	
Tribunal de Defensa de la competencia y de la propiedad intelectual Exp. 189-2006/CCD <a href="https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4190/1363_CCD_Prec_PU_Resolucion_1602-2007-TDC-Indecopi.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4190/1363_CCD_Prec_PU_Resolucion_1602-2007-TDC-Indecopi.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a>	
<b>Contenido</b>	<b>Análisis del contenido</b>
13. La ley de protección al consumidor exige por parte de los proveedores el transmitir a los consumidores, toda la información necesaria en el momento que adopten sus decisiones de consumo para que éstas sean adecuadas. Para enjuiciar si un proveedor ha cumplido con este deber, es necesario evaluar toda la información que ha sido puesta a disposición de los consumidores antes de su decisión de consumo, sea de manera oral o escrita, que conste en un contrato de consumo o en un anuncio publicitario.	En esa sentencia se establece la importancia de hacer entender a los consumidores que deben defender los derechos que por ley le corresponden para así protegerse frente a los vacíos de la desinformación.
<b>Ponderamiento</b>	
En base a lo establecido por el Tribunal de Defensa de la competencia y de la propiedad intelectual Exp. 189-2006/CCD menciona que La Ley de Protección al Consumidor requiere que los proveedores proporcionen a los consumidores toda la información necesaria en el momento de su decisión de consumo para que sea apropiada. Para evaluar si un proveedor ha cumplido con esta obligación, se debe evaluar toda la información que se puso a disposición de los consumidores de forma	
oral o escrita antes de su decisión de consumo, y que se registra en un contrato de consumo o en un comercial.	

### FICHA DE ANALISIS DE FUENTE DOCUMENTAL

**Título de la investigación:** El derecho del consumidor frente al principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020

**Autora:** Huapaya Boza Katherine Nicole

Ficha de análisis de fuente documental	
<p><b>Objetivo específico 2</b></p> <p>Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales en la industria cosmética</p>	
<p><b>Identificación de la fuente</b></p> <p>DIRECTRICES PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR NACIONES UNIDAS Nueva York y Ginebra, 2016</p> <p><a href="https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf">https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf</a></p>	
Contenido	Análisis del contenido
<p>80. a) Establecer, examinar, mantener o reforzar, según proceda, mecanismos para el intercambio de información relativa a políticas y medidas nacionales en la esfera de la protección del consumidor.</p> <p>81. Los Estados Miembros deben velar por que la calidad de los productos y la información relativa a los productos no varíe de un país a otro de manera que pueda tener efectos perjudiciales para los consumidores.</p>	<p>Establecer, revisar, mantener o fortalecer mecanismos de intercambio de información sobre políticas y medidas nacionales en el campo de la protección del consumidor.</p> <p>Los estados que firmaron este tratado para la protección al consumidor están obligados a velar por la calidad de los bienes y servicios ofrecidos en su país a modo de importación o exportación.</p>
<p><b>Ponderamiento</b></p> <p>Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo firmada en Nueva York y Ginebra del 2016 establece un conjunto de derechos y deberes que los países aliados deben cumplir para el resguardo de los consumidores ,tanto en sus respectivos países como para prevenir a los demás al momento de las exportaciones .Uno de ellos consistía en apoyar a mantener seguro al consumidor con una información pertinente y en caso de tener información actualizada poder compartirla para el amparo de cada consumidor y así evitar perjudicar y atentar con la vida y salud del adquirente .</p>	

## **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS** **GUÍA DE ENTREVISTA**

**TÍTULO:** El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020.

**Entrevistado:** Cáceres Alvarado Wilder

**Cargo** : Abogado de Estudio Jurídico J & C

### **Objetivo General**

**Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales**

**Premisa:** El derecho al consumidor se encuentra regulado por la ley N°29571 exactamente en el artículo 5to el cual hace referencia a la información plena para el adquirente, por otro lado, en el art. 65 de la Constitución también busca la protección del interés de los consumidores, articulados que son transgredidos por la escasa información acerca de los productos denominados como productos cosméticos pues se desconoce el tipo de testado que se realiza, por ello encontramos una vulneración al derecho del consumidor así también como el derecho enmarcado constitucionalmente.

**1. Según su conocimiento ¿De qué manera el derecho del consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales?**

El principio de transparencia es un principio que no es respetado, se encuentra establecido en el código, pero no es puesto en práctica. Es poco probable que se cumpla y por ello el organismo encargado debe fijarse en hacer respetar la ley.

En base a la siguiente premisa: Omitir la información en la etiqueta del producto cosmético sobre si ha sido experimentado en animales afecta al contenido esencial del derecho a la información transgrediendo el derecho del consumidor establecido en el artículo 65 de la Constitución Política exprese su opinión en base a la siguiente pregunta

**2. ¿Cree usted que el hecho de no informar sobre el tipo de experimentación en animales en la etiqueta del producto atenta contra el derecho a una información oportuna del consumidor tipificada en la constitución y ello conlleva a la vulneración un derecho constitucional al artículo 65?**



Para ello es importante diferenciar entre información oportuna a información necesaria, para identificar el problema de información. La información necesaria ayuda a decidir correctamente sobre la adquisición del producto permite que el consumidor adopte una decisión de consumo de manera informada, a fin de satisfacer las necesidades mientras que la información oportuna es un tipo de información actual. La información tiene un tiempo de vida que depende de la rapidez con que nueva información puede ser procesada y comunicada sustituyendo a la anterior.

**3. De acuerdo a su criterio ¿De qué manera se afecta el derecho a la información del consumidor cuando no se informa, en la etiqueta, si el producto de uso cosmético ha sido experimentado en animales dentro del Estado peruano?**

Como no se informó entonces nadie interviene, no se hará público hasta que alguien logre tener interés en el caso por ello es necesario tener iniciativas para lograr esclarecer ciertos vacíos.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 1**

**Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**4. En su opinión ¿De qué forma el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

Indirectamente existe una leve afectación solo porque diversos productos pueden traer graves consecuencias a la piel de las personas, pero por ello es probado por el testeo animal en ese caso es probable que no tenga nada que ver con ello.

**5. Desde su posición ¿Considera usted que podría emplearse algún mecanismo legal para que el derecho al consumidor tenga mayor protección a la hora de la selección de los productos que las empresas utilizan?**

Deberían existir mayor rigurosidad al momento de las inspecciones en empresas que realizan este tipo de daños masivos a animales, países aledaños al nuestro ya han realizado la prohibición de este tipo de procesos, sin embargo, nosotros hacemos caso omiso a ello, tanto con las normas establecidas pues no existe una sanción tan rigurosa.

**6. Según su experiencia ¿Considera usted que la economía social del mercado influye en la transgresión de los derechos al consumidor**

**permitiendo que las empresas aprovechen los vacíos legales que existen en nuestro país?**

En realidad, Indecopi no realiza el trabajo debido por ello a pesar de existir legislaciones y no actuación de la entidad de nada serviría, por otro lado, si se llegara a insertar la prohibición del testeo habría un gran cambio en el mercado de industria cosmética pues se tendrían que buscar métodos alternativos para el testeo y eso llevara tiempo.

## **OBJETIVO ESPECÍFICO 2**

**Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**7. Es su opinión ¿De qué modo el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

Obviamente recordemos que los principios son aquellos que nos respaldan en caso de algún vacío legislativo en nuestro ordenamiento jurídico

**8. A su saber ¿Por qué se debe considerar la información sobre la experimentación animal en los productos cosméticos como información relevante?**

Para dar a conocer qué tipo de productos estamos usando y que estos pueden o no perjudicar nuestra piel.

**9. En su opinión ¿De qué manera el derecho a la información del consumidor debe orientar al Estado peruano respecto a la protección de los derechos de los consumidores para que se encuentre correctamente resguardado constitucionalmente?**

No solo es deber del estado sino también de la organización mundial de la salud. Se debería buscar a las entidades encargadas de este tema, no solo Indecopi

## INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS GUÍA DE ENTREVISTA

**TÍTULO:** El Derecho al Principio de las pruebas de en animales Lima

**Entrevistado:** Pérez

**Cargo :**



del Consumidor frente a la falta de Transparencia sobre productos cosméticos Metropolitanos, 2020.

**Vásquez Hania**

**Especialista Judicial**

### Objetivo General

**Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales**

**Premisa:** El derecho al consumidor se encuentra regulado por la ley N°29571 exactamente en el artículo 5to el cual hace referencia a la información plena para el adquirente, por otro lado, en el art. 65 de la Constitución también busca la protección del interés de los consumidores, articulados que son transgredidos por la escasa información acerca de los productos denominados como productos cosméticos pues se desconoce el tipo de testado que se realiza, por ello encontramos una vulneración al derecho del consumidor así también como el derecho enmarcado constitucionalmente.

**1. Según su conocimiento ¿De qué manera el derecho del consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales?**

El principio de transparencia es un principio que se encuentra en nuestra legislación, debe servir como auxiliar ante vacíos legislativos, pero en la realidad no es así. Por ello es normal que algunos derechos sean transgredidos y no solo del consumidor sino también diferentes derechos inherentes como ciudadanos.

**En base a la siguiente premisa:** Omitir la información en la etiqueta del producto cosmético sobre si ha sido experimentado en animales afecta al contenido esencial del derecho a la información transgrediendo el derecho del consumidor establecido en el artículo 65 de la Constitución Política exprese su opinión en base a la siguiente pregunta

**2. ¿Cree usted que el hecho de no informar sobre el tipo de experimentación en animales en la etiqueta del producto atenta contra el**

**derecho a una información oportuna del consumidor tipificada en la constitución y ello conlleva a la vulneración un derecho constitucional al artículo 65?**

el derecho de los consumidores a la información es la directriz general del sobre la que deben formularse todas las políticas de Estado. Si bien la norma establece en sentido general que el derecho a la información debe ser protegido; Sin embargo, no se especifica qué condiciones deben cumplirse para que considere que este derecho está garantizado.

**3. De acuerdo a su criterio ¿De qué manera se afecta el derecho a la información del consumidor cuando no se informa, en la etiqueta, si el producto de uso cosmético ha sido experimentado en animales dentro del Estado peruano?**

si pensamos en cuáles serían los intereses que tiene el consumidor para después de ello establecer cuál es la información que debe contener la etiqueta del producto cosmético, estaríamos ingresando a un plano subjetivo y de difícil determinación, pues los intereses que tenemos las personas al momento de elegir un producto pueden ser muy variados.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 1**

**Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**4. En su opinión ¿De qué forma el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

Hay un efecto indirecto solo porque diferentes productos pueden tener graves consecuencias para la piel de todos, pero por esta razón se prueba con experimentación en animales en este caso. La posibilidad no tiene nada que ver con eso.

**5. Desde su posición ¿Considera usted que podría emplearse algún mecanismo legal para que el derecho al consumidor tenga mayor protección a la hora de la selección de los productos que las empresas utilizan?**

Necesitamos más rigor en un momento en el que inspeccionamos empresas que hacen este tipo de daño masivo a los animales, nuestros países vecinos ya han prohibido este tipo de procesos, sin embargo, lo ignoramos, incluso con las reglas establecidas porque no existe tal. un castigo severo.

**6. Según su experiencia ¿Considera usted que la economía social del mercado influye en la transgresión de los derechos al consumidor permitiendo que las empresas aprovechen los vacíos legales que existen en nuestro país?**

El régimen económico establecido en nuestra Constitución debe permitir la generación de los recursos necesarios para la participación y la realización de los derechos fundamentales reconocidos a las personas, Si los agentes económicos están bien protegidos, con igual insistencia, esto protege al individuo que genera la denuncia, es decir al consumidor o al usuario" El consumidor es quien permite que exista toda la actividad económica, sin consumidores este ciclo no funcionará, se producirá el producto pero no habrá compradores entre ellos y la actividad económica fracasará.

## **OBJETIVO ESPECÍFICO 2**

**Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**7. Es su opinión ¿De qué modo el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

La información sobre el proceso para verificar la toxicidad del producto cosmético final, así como sus ingredientes (ya sea que haya sido probado en animales o por métodos alternativos) es información importante para los consumidores, ya que existen serias dudas a los científicos sobre la experimentación con animales porque

no se considera un método seguro o eficaz para analizar los efectos nocivos o secundarios de los compuestos químicos utilizados en la fabricación de cosméticos, esto debe comunicarse a los consumidores para que puedan estar al tanto de los posibles daños a la salud a los que cosméticos los productos se suministran que usted en el mercado puede crear para usted.

**8. A su saber ¿Por qué se debe considerar la información sobre la experimentación animal en los productos cosméticos como información relevante?**

Para dar a conocer qué tipo de productos estamos usando y que estos pueden o no perjudicar nuestra piel.

**9. En su opinión ¿De qué manera el derecho a la información del consumidor debe orientar al Estado peruano respecto a la protección de los derechos de los consumidores para que se encuentre correctamente resguardado constitucionalmente?**

No solo es deber del estado sino también de la organización mundial de la salud. Se debería buscar a las entidades encargadas de este tema, no solo Indecopi



## **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS** **GUÍA DE ENTREVISTA**

**TÍTULO:** El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020.

**Entrevistado:** Santos Gonzales Lesly

**Cargo** : Especialista Judicial

### **Objetivo General**

**Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales**

**Premisa:** El derecho al consumidor se encuentra regulado por la ley N°29571 exactamente en el artículo 5to el cual hace referencia a la información plena para el adquirente, por otro lado, en el art. 65 de la Constitución también busca la protección del interés de los consumidores, articulados que son transgredidos por la escasa información acerca de los productos denominados como productos cosméticos pues se desconoce el tipo de testado que se realiza, por ello encontramos una vulneración al derecho del consumidor así también como el derecho enmarcado constitucionalmente.

**1. Según su conocimiento ¿De qué manera el derecho del consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales?**

El principio de transparencia es importante debido a que la información que se proporcionó al consumidor es el mecanismo por el cual se busca corregir ciertas asimetrías que existen puesto que hay diversos vacíos legales en el vínculo del consumo para lograr equilibrar este lazo estrecho del consumo.

**2. ¿Cree usted que el hecho de no informar sobre el tipo de experimentación en animales en la etiqueta del producto atenta contra el derecho a una información oportuna del consumidor tipificada en la constitución y ello conlleva a la vulneración un derecho constitucional al artículo 65?**

Para ello es importante diferenciar entre información oportuna a información necesaria, para identificar el problema de información. La información necesaria ayuda a decidir correctamente sobre la adquisición del producto permite que el consumidor adopte una decisión de consumo de manera informada, a fin de satisfacer las necesidades mientras que la información oportuna es un tipo de información actual. La información tiene un tiempo de vida que depende de la

rapidez con que nueva información puede ser procesada y comunicada sustituyendo a la anterior.

**3. De acuerdo a su criterio ¿De qué manera se afecta el derecho a la información del consumidor cuando no se informa, en la etiqueta, si el producto de uso cosmético ha sido experimentado en animales dentro del Estado peruano?**

Como no se informó entonces nadie interviene, no se hará público hasta que alguien logre tener interés en el caso por ello es necesario tener iniciativas para lograr esclarecer ciertos vacíos.

### **OBJETIVO ESPECÍFICO 1**

**Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**4. En su opinión ¿De qué forma el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

Indirectamente existe una leve afectación solo porque diversos productos pueden traer graves consecuencias a la piel de las personas, pero por ello es probado por el testeo animal en ese caso es probable que no tenga nada que ver con ello.

**5. Desde su posición ¿Considera usted que podría emplearse algún mecanismo legal para que el derecho al consumidor tenga mayor protección a la hora de la selección de los productos que las empresas utilizan?**

Deberían existir mayor rigurosidad al momento de las inspecciones en empresas que realizan este tipo de daños masivos a animales, países aledaños al nuestro ya han realizado la prohibición de este tipo de procesos, sin embargo, nosotros hacemos caso omiso a ello, tanto con las normas establecidas pues no existe una sanción tan rigurosa.

**6. Según su experiencia ¿Considera usted que la economía social del mercado influye en la transgresión de los derechos al consumidor permitiendo que las empresas aprovechen los vacíos legales que existen en nuestro país?**

El régimen económico establecido en nuestra Constitución debe permitir la generación de los recursos necesarios para la participación y la realización de los derechos fundamentales reconocidos a las personas, Si los agentes



económicos están bien protegidos, con igual insistencia, esto protege al individuo que genera la denuncia, es decir al consumidor o al usuario" El consumidor es quien permite que exista toda la actividad económica, sin consumidores este ciclo no funcionará, se producirá el producto pero no habrá compradores entre ellos y la actividad económica fracasará.

## **OBJETIVO ESPECÍFICO 2**

**Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**7. Es su opinión ¿De qué modo el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

Obviamente recordemos que los principios son aquellos que nos respaldan en caso de algún vacío legislativo en nuestro ordenamiento jurídico

**8. A su saber ¿Por qué se debe considerar la información sobre la experimentación animal en los productos cosméticos como información relevante?**

Para dar a conocer qué tipo de productos estamos usando y que estos pueden o no perjudicar nuestra piel.

**9. En su opinión ¿De qué manera el derecho a la información del consumidor debe orientar al Estado peruano respecto a la protección de los derechos de los consumidores para que se encuentre correctamente resguardado constitucionalmente?**

No solo es deber del estado sino también de la organización mundial de la salud. Se debería buscar a las entidades encargadas de este tema, no solo Indecopi



## **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **GUÍA DE ENTREVISTA**

**TÍTULO:** El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020.

#### **Objetivo General**

**Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales**

**Premisa:** El derecho al consumidor se encuentra regulado por la ley N°29571 exactamente en el artículo 5to el cual hace referencia a la información plena para el adquirente, por otro lado, en el art. 65 de la Constitución también busca la protección del interés de los consumidores, articulados que son transgredidos por la escasa información acerca de los productos denominados como productos cosméticos pues se desconoce el tipo de testado que se realiza, por ello encontramos una vulneración al derecho del consumidor así también como el derecho enmarcado constitucionalmente.

**1. Según su conocimiento ¿De qué manera el derecho del consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales?**

En mi criterio, considero que el principio de transparencia es un saludo a la bandera en términos generales, si bien la cosmetología avanza para complacer las necesidades del mercado. Solo el 5 de cada 100 empresas cumplen con los sistemas de fiscalización y es ahí donde Indecopi como ente fiscalizador no cumple esa función, el principio de transparencia está más relacionado a entidades públicas que empresas privadas. Y si hablamos de transgresión, nunca se sabrá si hay o no... los únicos conocedores de ello serán las empresas que para ser realistas encubrirán todo lo que le pueda afectar.

**En base a la siguiente premisa:** Omitir la información en la etiqueta del producto cosmético sobre si ha sido experimentado en animales afecta al contenido esencial del derecho a la información transgrediendo el derecho del consumidor establecido en el artículo 65 de la Constitución Política exprese su opinión en base a la siguiente pregunta

**2. ¿Cree usted que el hecho de no informar sobre el tipo de experimentación en animales en la etiqueta del producto atenta contra el derecho a una información oportuna del consumidor tipificada en la constitución y ello conlleva a la vulneración un derecho constitucional?**

Si, pero ahí nace lo que te decía, ¿es información oportuna? O es una información necesaria. Si hablas de derechos constitucionales es necesario precisar que artículo. En términos generales si vulnera.

**3. De acuerdo a su criterio ¿De qué manera se afecta el derecho a la información del consumidor cuando no se informa, en la etiqueta, si el producto de uso cosmético ha sido experimentado en animales dentro del Estado peruano?**

Si no se informa, no se pregunta. ¿Es decir, cuantos se preguntaban antes de las noticias en donde se hacían pruebas de los cosméticos? Ahora si se realizó pruebas dentro del Perú, hay una ley de protección a los derechos de los animales. Y que es sancionable según nuestro código penal.

### **OBJETIVO ESPECÍFICO 1**

**Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**4. En su opinión ¿De qué forma el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

Solo por no informar, o no atentar contra las susceptibilidades de los animalistas. Entonces a quien dañas a un grupo específico o a la sociedad en general. Debemos pensar en una forma diferente de colocar a la información como el nexo, no solo atendiendo al dolor de los animalistas.

**5. Desde su posición ¿Considera usted que podría emplearse algún mecanismo legal para la prohibición de este tipo de tests teniendo como conocimiento que existen métodos alternativos suficientemente efectivos?**

Deberíamos emplear nuevas formas de testeo, si en caso existiera métodos alternos a él utilizado, debemos hacer uso de los que no involucren más torturas, me comentabas sobre las pruebas in vitro, este es una opción factible para la protección de químicos a la piel de las personas, Por otro lado, debemos tener en cuenta que la tecnología y las nuevas modas en productos utilizan productos naturales.

**6. Según su experiencia ¿Considera usted que la economía social del mercado influye en la transgresión de los derechos al consumidor permitiendo que las empresas aprovechen los vacíos legales que existen en nuestro país?**

Economía social de mercado, tú me dices que la sociedad esta direccionando a las empresas a realizar esas pruebas. y cuáles serían los vacíos legales? La no información, la ley de las masas de compra. ¿La no libre competencia cuál?

### **OBJETIVO ESPECÍFICO 2**

**Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**7. Es su opinión ¿De qué modo el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas?**

Es claro que hay un vínculo intrínseco entre el principio y el derecho. El principio es parte de la legislación, cubre ciertos vacíos legales. Pero ahora que se cumpla en la vida cotidiana, pues no.

**8. A su saber ¿Por qué se debe considerar la información sobre la experimentación animal en los productos cosméticos como información relevante?**

Porque; sabes que tuvieron que dañar a los animales, para que tu rostro cuerpo piel o labios, no tengas reacciones químicas o alérgicas para que no denuncies a la empresa.

**9. En su opinión ¿De qué manera el derecho a la información del consumidor debe orientar al Estado peruano respecto a la protección de**

**los derechos de los consumidores para que se encuentre correctamente resguardado constitucionalmente?**

No crees que el Estado debe ser el que oriente mediante sus organismos autónomos y campañas como tal. ¿Cuál es el resguardo constitucional? ¿Protección a qué? A la información o a la salud del consumidor. Si es así también debería intervenir la OMS.



**Dr. Luis E. Zuppiani Arguedas**

**CAL:63307**

## **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS** **GUÍA DE ENTREVISTA**

**TÍTULO:** El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana,2020.

Dr. Moad Bellaoui, from Morocco in charge of emergencies, agreed to offer an interview to present his position on the subject to be investigated in order to provide a perspective in the middle area for the subject to be treated.

The investigation seeks to place a ban on testing on animals to avoid the mistreatment of animals on the other hand, large companies for years have justified themselves stating that this protects people from the dangers of chemicals. The reaction of a chemical in the body of an animal is completely different from the relationship in the skin of the human being not 100% sure.

As a doctor, do you consider that animal experimentation protects the human being to prevent any danger on the product created for its use?

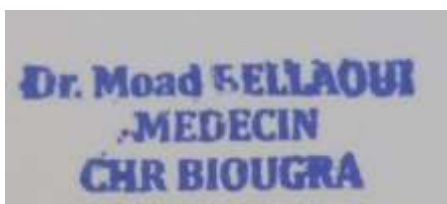
Correct, the client is a king as they say, in addition the animal dedicated to this operation is not removed from nature, it was designed in the lab.

What kind of medical complications would the person who uses a product have without being tested beforehand, speaking of a cosmetic product, one that has direct contact with the dermis?

Contact allergy, which can lead to shock. Burns, skin cracks.

Do you think there is another way to experience the chemicals we use in everyday life?

there are some traditional companie they product cosmetics 100% natural, they dont try it animals because its safe , known chemicals have to be tested , it will be good even for them,scientists . I think the invivo are complex folds, but level of research and certainty of the experience are better.





## INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS GUÍA DE ENTREVISTA

**TÍTULO:** El Derecho del Consumidor frente al Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales Lima Metropolitana, 2020.

Cargo:

Nombre:

### Objetivo General

Determinar de qué manera el Derecho al Consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del Principio de Transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales

1. **Según su conocimiento ¿De qué manera el derecho del consumidor es transgredido por la incorrecta aplicación del principio de transparencia sobre las pruebas de productos cosméticos en animales?**

Es transgredido, en cuanto al derecho a la información, sobre los bienes o servicios que se están adquiriendo, puesto que dicha información debe ser clara, completa y veraz, debido a ello, los productos cosméticos probados en animales, deberían contener dicha información.

2. **¿Cómo usted conceptualizaría el principio de transparencia enfocado al derecho del consumidor?**

Más que un principio es un derecho, el derecho a tener acceso a toda la información relacionada con los bienes y servicios que se ofrecen, dicha información debe ser clara, completa y veraz.

3. **De acuerdo a su criterio ¿De qué manera se afecta el derecho a la**

**información del consumidor cuando no se informa, en la etiqueta, de la experimentado en animales?**

Como hago mención, dicha información debe ser clara, completa y veraz, donde este tipo de productos deberían contener dicha información, tal como lo establece la ley.

### **OBJETIVO ESPECÍFICO 1**

**Determinar como el Derecho al consumidor es perjudicado por el proceso de selección de productos testeados en animales de empresas cosméticas**

- 4. En su opinión ¿Considera usted que el consumidor tiene interés por informarse adecuadamente sobre los productos que consume y de qué manera influye los anuncios publicitarios de los productos?**

Realmente, la mayoría de las veces, los seres humanos como consumidores, no tenemos interés en informarnos sobre los productos que consumimos, como ejemplo de ello, puedo mencionar que ni si quiera observamos la fecha de caducidad, así que menos observamos los componentes de los productos que adquirimos.

- 5. Desde su posición ¿Considera que el mecanismo legal de prohibir el testeo en animales en su país mitigará considerablemente estas malas prácticas y generará competencia leal entre empresas comercializadoras de productos similares?**

Considero que las reformas a las leyes, si mitigarán estas practicas, pues prohíben dañar a seres vivos con esas practicas, ya que son muy doloras, en ocasiones llegan a causar la muerte en los animales; respetando así su derecho a vivir



dignamente y ser respetados.

En las reformas se establece que no podrán fabricarse, importarse ni comercializarse productos cosméticos cuando en su creación medien pruebas en animales. Para lo anterior se impone una pena de dos a siete años de prisión y multa de 200 a 2,000 veces el valor de la Unidad de Medida y Actualización.

**6. Según su experiencia ¿Cómo la sociedad ha aceptado la imposición de la sanción ante estas malas prácticas?**

De manera positiva, pues muchos grupos sociales buscaron reconocer el derecho a una vida digna para los animales. En esa medida las empresas serán las que tengan que adaptarse.

## **OBJETIVO ESPECÍFICO 2**

**Determinar como el Principio de Transparencia se encuentra vinculado con derecho a la información oportuna sobre los productos testeados en animales de empresas cosméticas**

**7. Es su opinión ¿Considera que aún existe Asimetría informativa en razón de la carencia de información brindada por las empresas en su país?**

Con la creación de la ley, no, puesto que para garantizar el derecho a la información del consumidor, los productos cosméticos deberán estar etiquetados, señalando que en su fabricación no se han realizado ese tipo de pruebas.

**8. A su saber ¿Se encuentran en buen camino para obtener a un consumidor sostenible y solidificar el vínculo de consumo con los proveedores?**

Considero que al evitar el sufrimiento innecesario de muchos animales, se estaría en sintonía con la sensibilidad de los consumidores.

**9. ¿A qué órgano jurisdiccional se acude ante la transgresión de la ley aprobada sobre la prohibición del este tipo de prácticas?**

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación Y Secretaría de Salud.

<https://www.facebook.com/MGAsociados12/>

Firma y Sello del Abogado Entrevistado

