



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

DAÑO POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA A CONSUMIDORES
FINANCIEROS

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
ABOGADO

AUTOR:

FLOR MARLENI SANTOS POLO

ASESOR:

DR. MANUEL BALLESTEROS GARCÍA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DERECHO ADMINISTRATIVO

LIMA - PERÚ

2015

Dedicatoria

A mi asesor y a mis queridos padres por su apoyo incondicional, y que, en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y

experiencias en formarme como persona de bien.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad César Vallejo por el Soporte Institucional dado para la elaboración de mi investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Flor Marleni Santos Polo, con DNI N° 44719697, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Derecho, Escuela de Derecho, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 26 agosto del 2015.

Flor Marleni Santos Polo

PRESENTACIÓN

Señores miembros de Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Daño por publicidad engañosa a consumidores financieros” con la finalidad considerar una designación normativa específica acerca del resarcimiento económico de los daños ocasionados al consumidor financiero por publicidad engañosa en vía procedimental administrativa a través de INDECOPI; en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Abogada.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Santos Polo, Flor Marleni

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	iv
PRESENTACIÓN	v
INDICE	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	01
II.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	29
2.1 Aproximación temática	29
2.2 Formulación del problema de investigación	30
2.3 Justificación	30
2.4 Relevancia	31
2.5 Contribución	31
2.6 Objetivos	32
2.6.1 Objetivo General	32
2.6.2 Objetivos específicos	32
2.7 Supuestos	32
2.7.1 Supuesto general	32
2.7.2 Supuestos específicos	32
III.MARCO METODOLÓGICO	34
3.1 Metodología	34
3.1.1 Tipo de estudio	34
3.1.2 Diseño	35

3.2 Escenario de estudio	36
3.3 Caracterización de sujetos	37
3.4 Plan de análisis o trayectoria metodológica	37
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
3.6 Tratamiento de la información: Categorización	38
3.7 Mapeamiento	40
3.8 Rigor Científico	40
IV.RESULTADOS	41
V.DISCUSIÓN	56
5.1 Aproximación al objeto de estudio	56
5.2 Convergencias y Divergencias	56
VI. CONCLUSIONES	60
VII. RECOMENDACIONES	61
VIII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
IX. ANEXOS	66

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es de tipo cuantitativo, descriptiva, cuyo objetivo es analizar cuál es la designación normativa específica respecto al resarcimiento económico de los daños ocasionados al consumidor financiero por publicidad engañosa desde la perspectiva del Principio de Transparencia. La caracterización de sujetos estuvo conformada por 03 expertos en el tema de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, quienes laboran en las Salas especializadas en Protección al Consumidor y en Defensa de la Competencia - INDECOPI. Los datos recolectados fueron procesados a través de una entrevista, y a la vez se empleó el método deductivo e inductivo a lo largo de la elaboración tesis. Por consiguiente, existe la necesidad de un tratamiento especial y diferenciado al Consumidor Financiero que permita los resarcimientos económicos o indemnizaciones en los procedimientos administrativos de protección al consumidor.

Palabras claves: consumidor, publicidad, daño, financiero.

ABSTRACT

This research is quantitative, descriptive, whose purpose is to analyze what the specific regulatory designation on the economic recovery of damages caused to consumers by misleading advertising business from the perspective of the principle of transparency. The characterization of subjects consisted of 03 experts in the field of Defense of Competition and Protection of Intellectual Property, those working in specialized rooms in Consumer Protection and Antitrust - INDECOPI. The collected data were processed through an interview, while deductive and inductive method was used throughout the development thesis. There is therefore the need for special and differential Consumer Financial enabling economic reparations or compensation in administrative proceedings consumer protection treatment.

Key words: consumer advertising, damage, financial.