



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE DERECHO

Vulnerabilidad de los Consumidores en la Relación de Consumo con
Empresas Comerciales de Transporte Terrestre

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

AUTOR:

Contreras Bernaola Jean Franco

ASESOR:

Dr. Alba Callacná Rafael Arturo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Derecho Comercial

CHIMBOTE – PERÚ

2017



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : iii de 83

Yo JEAN FRANCO CONTRERAS BERNAOLA, identificado con DNI N° 70208965, egresado de la Escuela Profesional de DERECHO de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "VULNERABILIDAD DE LOS CONSUMIDORES EN LA RELACION DE CONSUMO CON EMPRESAS COMERCIALES DE TRANSPORTE TERRESTRE"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

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

FIRMA 

DNI: 70208965

FECHA: 19 de JULIO del 2017

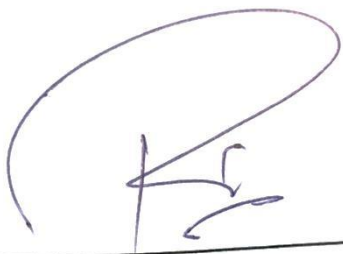
PÀGINA DEL JURADO

Los docentes que actuaran como jurado calificador dentro de la tesis, serán las siguientes personas:

Rafael Arturo Alba Callacná, que tiene el grado académico de Doctor, tendrá el cargo dentro del jurado como Presidente.

César Carranza Álvarez, que tiene el grado académico de Magister, tendrá el cargo dentro del jurado como Secretario.

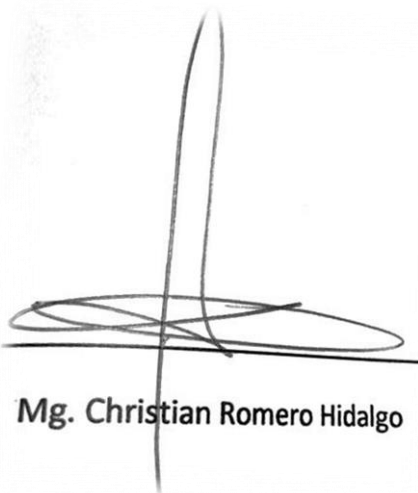
Christian Romero Hidalgo, que tiene el grado académico de Magister, tendrá el cargo dentro del jurado como Vocal.



Dr. Rafael Arturo Alba Callacná



Mg. César Carranza Álvarez



Mg. Christian Romero Hidalgo

DEDICATORIA

A mis padres porque han sido el apoyo incondicional desde que inicie la etapa universitaria, y lo seguirán siendo hasta el final de los días de mi vida.

A mi único hermano que adoro y amo demasiado es uno de las motivaciones más grande de toda mi vida, siempre con su inocencia y su amor incondicional.

A todos mis maestros que me han enseñado a lo largo de toda la vida universitaria, en especial en la última fase de todo al Dr. Carranza que es parte de todo este arduo trabajo que inicie.

Y por supuesto a mis compañeros, amigos que hice en toda la vida universitaria, estos años.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, a mi hermano, a mis maestros, a mis compañeros, a Mg. Carranza Álvarez Cesar, y Dr. Alba Callacna Rafael por el apoyo en la ayuda con el desarrollo de la Tesis, de igual modo a mi Director de Escuela Mg. Romero Hidalgo Christian a la parte administrativa de Escuela a los docentes que intervinieron también en este desarrollo de Tesis, por sus conocimientos aportados, en torno a la investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jean Franco Contreras Bernaola con DNI N° 70208965, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Chimbote, Facultad de Derecho, Escuela de Derecho, declaro bajo juramento que:

- Toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.
- 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 información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo

Chimbote 03 de Julio del 2017



Jean Franco Contreras Bernaola

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Presento ante su digna presencia y extraordinario juicio la tesis titulada: *“Vulnerabilidad de los Consumidores en la Relación de Consumo con Empresas Comerciales de Transporte Terrestre”*, con la finalidad de analizar y establecer criterios de sanciones en torno a los consumidores vulnerables del sector de empresas comerciales de transporte basándose en el artículo VI inciso 4 del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en mención de quienes son reconocidos como vulnerables en el mercado comercial. En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Abogado.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Jean Franco, Contreras Bernaola

DNI N° 70208965

AUTOR - TESISTA

ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	30
2.1. Aproximación Temática:	30
2.2. Formulación del Problema de Investigación:	31
2.3. Justificación:	32
2.4. Relevancia.....	32
2.5. Contribución.....	33
2.6. Objetivos.....	33
2.7. Hipótesis.....	33
III. MARCO METODOLÓGICO:	35
3.1. Metodología.....	35
3.1.1. Tipo.....	35
3.1.2. Diseño.....	35
3.2. Escenario de Estudio:	36
3.3. Caracterización de Sujetos:	36

3.4. Trayectoria Metodológica:	36
3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	37
3.6. Tratamiento de la Información: Unidades Temáticas.....	38
3.7. Categorización:	38
3.8. Mapeamiento:	38
3.9. Rigor Científico:	39
3.10. Aspectos éticos.....	39
IV. RESULTADOS.....	40
4.1. Descripción de Resultados.....	40
4.2. Unión de Criterios.....	43
4.3. Confirmación de Análisis.....	46
V. DISCUSIÓN.....	47
VI. CONCLUSIONES:	52
VII. RECOMENDACIONES:	53
VIII. BIBLIOGRAFÍA:.....	54
ANEXOS:	56

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por título “Vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con Empresas Comerciales de Transporte Terrestre”. Asimismo tiene por objetivo general y principal Analizar si se debería aplicar el principio de vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte, en razón a que a las resoluciones Administrativas del INDECOPI en tanto refieran a los consumidores vulnerables deban ser acorde a las necesidades de cada consumidor, ampliando el concepto de los supuestos de consumidores vulnerables y quienes se encuentren dentro de la misma. A efectos de darle un fundamento doctrinario a la presente, se realizó la entrevista ya que el método cualitativo de Investigación - Acción con diseño Participativo, permite realizar la técnica del cuestionario a especialistas en el Derecho del Consumidor, entre ellos, abogados, docentes de la Universidad Cesar Vallejo, conocedores del tema de investigación para poder resolver las preguntas planteadas. En síntesis el tema de investigación busca en que debería aplicarse a las resoluciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual de acuerdo a sus criterios que adopten, que tengan en consideración que son consumidores de condición vulnerable de acuerdo a la Política Publica que tiene el Código de Protección y Defensa del Consumidor en el artículo VI inciso 4 del Título Preliminar en donde indica que el Estado reconoce la vulnerabilidad, la cual concluye que los criterios que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual las resoluciones administrativas deberían ser en tanto a la gravedad de lo sucedido, sabiendo que la sanción gradual de la sanción administrativa es por UIT, estas deben ser con mayor rigor por las infracciones de los proveedores de bienes y servicios en este caso de las empresas comerciales de Transporte.

Palabras claves: Vulnerabilidad de los consumidores, Empresas Comerciales de Transporte, Resoluciones Administrativas, INDECOPI, relación de consumo, Mercado de Transporte.

ABSTRACT

The present research work is entitled "Vulnerability of consumers in the relationship of consumption with commercial transport companies". It has a general and main objective To analyze if it is necessary to apply the principle of consumer vulnerability in the relation of consumption with the commercial transport companies, since the Administrative resolutions of INDECOPI insofar as they refer to vulnerable consumers must be according to A The needs of each consumer, expanding the concept of the assumptions of the vulnerable and those who are vulnerable. In order to give a doctrinal foundation to the present, the interview was conducted and the qualitative method of Investigation - Action with Participative Design, allows to carry out the questionnaire technique to specialists in Consumer Law, among them lawyers, Universidad Cesar Vallejo, who knew the subject of research to solve the questions raised. In summary, the research topic seeks to determine what should be applied in the resolutions of the National Institute for the Defense of Competition and Intellectual Property according to the criteria adopted, which consider that consumers of the condition vulnerable according to the Policy Publication that has the Code of Protection and Consumer Protection in Article Incision 4 of the Preliminary Title where it indicates that the State recognizes the vulnerability, which concludes that the criteria that the National Institute for the Defense of Competition and Intellectual Property Administrative resolutions are insofar as to the seriousness of what happened, knowing that the gradual sanctioning of administrative health by ITU, these should be more strictly due to infringements of the suppliers of goods and services in this case of commercial enterprises Transport

Keywords: Consumer vulnerability, Commercial Transport Companies, Administrative Resolutions, INDECOPI, consumer relation, Transport Market.

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se origina debido a un interés sobre la problemática que se tiene acerca de la Vulnerabilidad del Consumidor, en principio respecto al consumidor visto como parte débil en las relaciones de consumo con proveedores de bienes y servicios, partiendo de esto donde radica la problemática principal en torno al consumidor vulnerable, debido a que es un estado del consumidor ante las relaciones de consumo manifestándose como frágiles ante el mercado de acuerdo a sus condiciones de la cual es protegido como política pública en el Código de Protección y Defensa del Consumidor (CPDC en adelante) en el artículo VI inciso 4 del Título Preliminar (TP en adelante) y de ser transgredido son resueltos por procedimientos administrativos por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI en adelante), en mención los proveedores de bienes y servicios siendo las Empresas Comerciales de Transporte Terrestre quienes tienen el posicionamiento fuerte en la relación de consumo, la cual se desarrollara en los siguientes apartados de acuerdo a lo que la constitución nos dice, a lo que autores opinan, teniendo en cuenta para establecer los criterios sustentables racionales de sanción de acuerdo a estos consumidores vulnerables.

El consumidor y su protección en el tiempo han evolucionado, toma parte activa en la realidad cuando se transgrede el derecho del mismo, a partir de lo que está vinculado en distintos grupos o conjuntos de sujetos que solicitan la protección a sus respectivos gobernantes. En el Perú no es un tema reciente, el buscar protección del consumidor este tiene como antecedentes la Constitución Política de 1933 que se distingue de manera indirecta la protección del consumidor ya que no se menciona, algunas de las normas se dirigen a él como destinatario ultimo de las actividades señalándolo en el Artículo 40.- “El Estado reconoce la libertad de comercio e industria. La ley señalará los requisitos a que sujeta su ejercicio y las garantías que le acuerda. Cuando lo exijan la seguridad o la necesidad públicas, podrá la ley establecer limitaciones o reservas en dicho ejercicio, o autorizar al Poder Ejecutivo para que las establezca, sin que en ningún caso tales restricciones tengan carácter personal ni de confiscación.”

Según Vinatea (2013) nos explica que estos sucesos si bien habían tomado parte activa anteriormente, pero es en el año de 1962 cuando se habla por primera vez de manera oficial por el presidente de los Estados Unidos de Norteamérica Jhon F. Kennedy, destacando la gran importancia que ha sido para los ciudadanos consumidores, resaltando la parte socio economía interviniente tanto en los sectores públicos como privados, seguidamente ese mismo año en el Reino Unido Joseph Molony (1962) lo había expresado en el FINAL REPORT OF

THE COMMITTEE CONSUMER PROTECTION, la gran importancia de expresar muchos logros siendo así la primera creación legislativa de protección al consumidor en el mismo país.

Regresando al Perú, siendo así que la protección al consumidor nace oficialmente en la Constitución Política del Perú de 1979 en cuyo artículo 110 señaló lo siguiente: “El régimen económico de la República se fundamenta en principios de justicia social orientados a la dignificación del trabajo como fuente principal de riqueza y como medio de realización de la persona humana. El Estado promueve el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción y de la productividad, la racional utilización de los recursos, el pleno empleo y la distribución equitativa del ingreso. Con igual finalidad, fomenta los diversos sectores de la producción y defiende el interés de los consumidores.”

De lo dicho en el anterior párrafo se puede entender como resguardar el interés de los consumidores, sin embargo en aquel tiempo lo que el país buscaba era estimular el desarrollo económico mediante el mercado de consumo, no obstante a los consumidores no los dejaba de lado, poniendo en base la relación equilibrada entre el desarrollo económico y la defensa de los consumidores.

Años más tarde se emitió la primera norma en materia de Protección al Consumidor, el Decreto Supremo 036-1983 del 22 de Julio de 1983 “Normas de Protección a los Consumidores”, posteriormente se le nombraría ley mediante la Ley 23863 del 11 de Junio de 1984; el cual se emite en conformidad con el Artículo 110 de la Constitución Política del Perú de 1979 cuyo Artículo 4 decía lo siguiente: “Para los efectos de este Decreto Supremo se denominan. 1. Consumidor, a quien mediante contrato verbal o escrito adquiere bienes, fungibles o no, o a la prestación de algún servicio”.

Este decreto determina quién sería un consumidor, aquella que diría la noción de consumidor con la de ciudadano ya que en este decreto lo refiere que consumidores somos todos, así nació en el Perú ya el concepto de consumidor haciéndolo de manera general a lo que en estos últimos años conocemos, ya que menciona a todo tipo de contrato celebrado en el mercado y no a uno específico. Si bien es cierto, la norma le atribuye al Estado una facultad principal y necesaria para intervenir en la economía referente al control de las actividades que sucedían en ese momento, ya que se dio en el gobierno del entonces Presidente Fernando Belaunde Terry, abarcando el resguardo de promover el bienestar económico en general.

Cabe indicar la posición asumida por el Estado, que es el observar minuciosamente el mercado comercial, para que así pueda dar el alcance a nuevas tendencias constitucionales para el desarrollo de utilidad en condiciones exactas, siempre en beneficio del consumidor,

considerando el sistema normativo especializado en la protección al consumidor y toda normativa relacionada, la presencia del mismo toma relevancia al volverse para el Estado y el mercado comercial, un sujeto económico con derechos siendo verdaderamente protegido por medio de un organismo central, que vela por intereses y resuelve denuncias. Asamblea General de las Naciones Unidas (1985)

La importancia de la Resolución Nº 0039/248 de 1985 (Asamblea General de las Naciones Unidas) contrajo que entre todos los estados sujeten como la principal mención aquella protección del consumidor, siendo así que los estados latinoamericanos incluyan la política partidaria constitucional de Protección al Consumidor.

Años más tarde el Decreto Legislativo 716 del 07 de Noviembre de 1991 “Ley de Protección al Consumidor”, promulgado por el Congreso de la República del Perú, que en su Artículo 3 del Decreto Legislativo 716: Literal a) Consumidores o usuarios: Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios. Para ello nos indicaba que en ese concepto se podía encontrar a todas aquellas personas naturales o jurídicas, sin distinción por lo que obtenían, utilizaban o disfrutaban ya sean productos o servicios como destinatarios finales, lo primordial era el poder dar un diagnóstico lo cual dijera en qué momento se encontraba la situación como destinatario final.

Para ello Vinatea (2013) dijo que el Decreto Legislativo Nº 716 significó mucho para el crecimiento del mercado ya que dio y estableció una mayor agilidad en imagen para el consumidor y así mismo atribuyéndole un reglamento enmarcado dentro de procedimientos donde el mercado era independiente.

De lo anterior se complementa al interpretar por la autoridad de consumo, referente a la Resolución 101- 96 TDC, 18 de Diciembre de 1996, caso de Chenyi v. Konica, la cual se denunció ante la comisión por supuesta falta a las normas del Decreto mencionado (Decreto Legislativo Nº 716), la cual Chenyi compró un laboratorio fotográfico y una impresora, para empezar a ofrecer el servicio de revelado de fotografías, al parecer dichas máquinas se encontraban con defectos funcionales, en razón a esto se denuncia por no cumplir con la garantía ni con el servicio, por lo cual Konica fundamentó que había cumplido hasta dicha fecha con los pagos por lo cual las máquinas estaban en funcionamiento, la cual se hizo la audiencia correspondiente sin llegar a una conciliación, la cual se declara improcedente por la comisión habiéndose presentado las pruebas necesarias por ambas partes, la denuncia que hizo Chenyi no sería un consumidor final es así que la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual INDECOPI toma el control

del caso, donde resolvió , de conformidad con lo establecido en el artículo 41º del Decreto Legislativo N° 807, considerando que la presente resolución constituye precedente de observar obligatoriamente en aplicación del siguiente principio, se considera como consumidor o usuario, de acuerdo a lo establecido en el inciso a) del Artículo 3º del Decreto Legislativo N° 716, a la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta un producto o un servicio para fines personales, familiares o de su entorno social inmediato, no se considera por tanto consumidores y usuarios para efectos de la Ley a los Proveedores cuando adquieren, utilizan o disfrutan de un bien o servicio para fines propios de su actividad tales , como las definiciones contenidas en los artículos 1º y 3º inciso b) del mencionado cuerpo legal. En tal sentido las denuncias que tengan por pretensión la protección de los intereses de quienes no puedan ser consideradas consumidores o usuarios, deberán ser declaradas improcedentes.”

Se tiene en cuenta que la resolución tiende a ser una interpretación, de la cual permitió comprender el dicho alcance de la noción del consumidor que tenía descrita en el decreto N° 716 que bien nos hace referencia que consumidor o usuario es quien adquiere, disfruta o utiliza un bien o servicio, INDECOPI se encontraría con la necesidad de que este artículo deba ampliarse más y también calificando consumidor o usuario a quien adquiera utilice o disfrute el bien o servicio para fines familiares o cercano a su entorno.

Llegando así a nuestra actual Constitución Política del Perú de 1993, que mediante el artículo 65º refiere “El estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su tal disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular por la salud y la seguridad de la población”.

De lo dicho en el anterior párrafo la constitución implanto la protección al consumidor la cual el fin del Estado era proteger siempre al más frágil de la relación contractual, como se hizo al extender el marco de la protección, mediante la resolución N° 422- 2004 TDC toman en cuenta además a los pequeños empresarios mediante el caso de Moquillaza quien denuncia a Milne por la supuesta falta a la Ley de Protección al Consumidor pretendiendo que se le cambiara el vehículo (Camioneta) que adquirió o que se le devuelvan el monto que pago por dicho vehículo alegando que fue adquirido para fines de actividades económicas y personales, por su parte Milne se pronunció diciendo que dicha denuncia debería ser improcedente ya que no se podría considerar como consumidor a Moquillaza además, manifestó que el funcionamiento de vehículo era con total normalidad, por su parte La Sala de Defensa de la Competencia N° 2, determino que los pequeños empresarios también se encontraban expuestos bajo las mismas situaciones de vulneración de sus derechos como esta un

consumidor, porque estas cuestiones van dentro del contexto de personas jurídicas quienes por ser pequeños empresarios no cuentan con conocimientos suficientes del producto o servicio que se adquiere de empresas grandes.

Para ello Rodríguez (2013) dijo lo siguiente; Particularmente las pequeñas empresas y microempresas, que merecían tutela sin perjuicio de que actuaran o no como proveedores dado que se encontraban en la situación de desventaja en asimetría, equivalente a la de una persona natural en su condición. Al incluir a las pequeñas y microempresas, se deja ver que existen además sujetos que también necesitaban una protección, en ello las personas jurídicas se encuentran en desventaja por no saber suficientes conocimientos para actuar en el mercado frente a empresas grandes, la cual es muy parecida a la que se encuentra el consumidor frente a su proveedor de bienes y servicios.

Finalmente Vinatea (2013) cito la Ley 29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor” que fue emitida el 02 de septiembre del 2010, con este código se produce el cambio de paradigma, se trata al consumidor como una fuerza que impulsa al mercado y se traza esa definición defendiendo así sus intereses. Tal es así que todo el apuro que se hace por el código de protección es pertinente porque al fin de todo los consumidores son quienes toman a consideración que la ley puede ser una de las más importantes ya que todos a diario consumen, logrando comprender a todo un país para su correcta legislación porque era lo que tanto reclamaban y se exigía para la protección de la misma.

La Constitución y la Protección del Consumidor

Para hablar de la Protección al Consumidor se tiene que hacer mención además lo que nuestra carta magna nos dice citando el Artículo N°1 y el Artículo N° 65 que refiere a la regulación que se tiene al consumidor, dándole un sentido de interpretación como derechos fundamentales de los consumidores y usuarios.

El artículo N° 1 nos dice lo siguiente: “La defensa de la persona humana y el respeto de su dignidad son el fin supremo de la sociedad y del Estado”, referente a esto Chaname (2015, p. 159) nos dice “la persona humana al máximo grado de consideración al interior de nuestro ordenamiento, es en función a ella en que va a girar toda la producción normativa, teniendo como en principio la defensa de la misma” Es decir si el fin importante para el estado es la persona , su protección y defensa, con esa misma mención que se tiene , se debe amparar al consumidor quien es sujeto frágil en el mercado, donde a diario se expone a relaciones de consumo con proveedores de bienes y servicios para satisfacer sus necesidades propias.

De tal manera la constitución regula el artículo 65 respecto a la protección del consumidor en el artículo, “El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población.”

Analizando el artículo tenemos que empezar por distinguir la constitución para ello Chaname (2015, p. 625) nos dice “El derecho del consumidor busca definir la voluntad real consiente e informada del contratante, evitando que el acto de consumo de consumo sea un acto condicionado y no voluntario por presiones internas o externas como los vicios de la voluntad, la moda, publicidad y técnicas de ventas”

Tal como se piensa, el Estado reconoce esa necesidad de protección al consumidor como un sujeto frágil en el mercado de consumo, es así, que el artículo que protege a los consumidores y usuarios es importante, ya que garantiza el derecho a informarse sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, dicho esto, el mercado de consumo, debe tener una estabilidad la cual debe tratarse de igualdad a los consumidores, tal es así que se deben tener garantías por las practicas negativas que se presentan, para ello se necesita tener una debida información legible y accesible para el consumidor, ya que este mismo pueda tener una mejor elección, el estado además protege la salud de los consumidores, tal como lo describe en uno de los párrafos de ese mismo artículo evitando el uso además de productos y servicios que exponga el peligro de salud del sujeto frágil en el mercado, defendiendo así la integridad de la persona consumidora.

Diferencia entre Debilidad y Vulnerabilidad

Cuando nos referimos al consumidor débil estamos hablando de sujetos que interactúan en el mercado que por la misma necesidad de consumir ya sean productos o servicios se encuentran expuestos a violaciones de sus derechos por parte de su proveedor, que es un experto en lo que ofrece, por ende el consumidor siempre se encontrara en una situación de debilidad en el mercado.

Por el contrario cuando nos referimos a consumidores vulnerables estos se encuentran en el CPDC, estipulado en el artículo VI inciso 4 del TP. Describiendo que “El estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores,

personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza” dejando la posibilidad de que se puedan incluir otras personas más. Es decir estos agentes del mercado de por sí ya son débiles pero se encuentran en una situación que les hace más frágiles ante sus proveedores por misma la condición en la relación de consumo, los cuales necesitan de una especial protección para el Estado la cual se debe tomar en consideración para las resoluciones en los procedimientos administrativos en casos futuros de la misma índole por INDECOPI, y esto es reflejado en el artículo citado anteriormente ya que por la misma situación de desventaja en que se encuentra el código los menciona como consumidores vulnerables.

La diferencia entre ambos es que todos los consumidores en general sin excepción son débiles ya que el proveedor quien tiene la parte fuerte en la relación de consumo es quien sabe mucho más de lo que ofrece en sus productos o servicios, por contrario al referirnos a consumidores vulnerables se debe entender como el estado de la persona que ya es débil por naturaleza pero con cierto plus que le hace más frágil ante los proveedores, tal como es el caso de los que enuncia el artículo ya mencionado anteriormente (VI inciso 4 del TP. Del CPDC) por sus condiciones, por su trato y por su necesidad que tiene para el mercado.

Noción de Vulnerabilidad:

En el derecho del consumidor, dicese por Frustagli (2016, p. 1) todo se ha edificado en torno a un sujeto reconocido como vulnerable, desde sus inicios se aseguró en restablecer la igualdad y libertad contractual en sectores de Derechos patrimoniales donde se muestran afectados por cómo se extiende en el mercado, aquella relación efectuada entre proveedor de bienes y servicios y sus destinatarios finales, este dilema debe ser abarcado de manera amplia por ser una problemática existente en tiempos lejanos donde la fragilidad jurídica se iba incrementando con el tiempo.

La inquietud se marcó durante el siglo XX en mérito del gran desequilibrio que empezó a manifestarse en los mercados de bienes y servicios afectando de manera directa a gran parte de la población que consumía bienes, acentuándose por la consecuencia de los grandes avances de tecnología y derechos subjetivos de manera general sobre el hombre, además se originó la relación patrimonial entre uno con otro debido a la masificación y globalización del mercado comercial, donde se abrieron en dos cauces, una era autonomía privada y la otra era libertad de elección en relación negocial, dando cuestión si era vigente y eficaz en las diversas instituciones propios del Derecho privado.

Siendo la vulnerabilidad factor que determina la protección, ha sido manifestada como parte elemental de categoría, en ese sentido se pronunciaron las XXIII Jornadas Nacionales de Derecho Civil (Tucuman, 2011), donde se llegó a la conclusión que primero la categoría que determina jurídicamente al consumidor se constituye en la existencia de dos elementos, primero la vulnerabilidad y debilidad, segundo el destino final de aquellos bienes incorporados para el dividendo social o familiar. Resaltando como dice Frustagli (2016), la gran evolución experimental por el Derecho del consumidor se muestra en reglas y principios en torno a derechos patrimoniales sino a hechos extramatrimoniales, en referencia la complejidad de la realidad social se extiende al Derecho del consumidor, donde debido a la naturaleza se exhiben niveles de vulnerabilidad por diversas condiciones propias de la sociedad de consumo como; “Subconsumidor, consumidor particularmente frágil , consumidor vulnerable e hipervulnerable”

La expresión “sotoconsumatori” que cita Frustagli (2016) es a Ghidini a finales de la década de los setenta, sucede que con ese grupo de consumidores tenían desequilibrios, diferencias en tanto a ser perceptible al interior del mismo término consumidor, luego de categorizar el término que se empleó al inicio, la realidad social de aquel tiempo se describe a que el consumidor es frágil, incrementándose las condiciones peculiares, englobando al termino de consumidor vulnerable a niños, adolescentes, ancianos, enfermos , personas con discapacidades, analfabetos o personas con escaso nivel cultural, inmigrantes , entre otros. El grupo de consumidores enunciados se fundamenta en la vulnerabilidad de la índole estructural, llegando así al término hipervulnerable.

Frustagli (2016) cita la Resolución del Parlamento Europeo, de 22 de mayo de 2012, señalando un concepto de consumidores vulnerables el concepto ampliamente utilizado de consumidores vulnerables se basa en la noción de vulnerabilidad endógena y hace referencia a un grupo heterogéneo , aquellas personas consideradas de forma permanente como tales por discapacidad mental, física o psicológica, su edad, su credulidad o su género”; añadiendo que el concepto debe incluir también a “ los consumidores en una situación de vulnerabilidad”, explicándose como aquellos que se encuentren “ en un estado de impotencia temporal derivada de una brecha entre su estado y sus características individuales, por una parte, y su entorno externo, por otra parte, teniendo en cuenta criterios tales como la educación, la situación social y financiera (por ejemplo, el endeudamiento excesivo), el acceso a Internet, etc.”; para finalmente señalar que “los consumidores, en algún momento de su vida, pueden pasar a ser vulnerables debido a factores externos y a sus interacciones con el mercado, o

porque experimenten dificultades para acceder a información adecuada dirigida a los consumidores y entenderla, y, por tanto, precisen de una protección especial”.

Respecto a esto Salcedo (s.f, p.2, 6) lo define como el conjunto de población minoritaria y heterogéneo, que tienen en relación limitaciones que distinguen de los demás, siendo en el caso de persona con discapacidad, etc. De acuerdo a la condición que se pueda plantear para un acceso normal al mercado comercial de bienes y servicios, denominando a las personas mayores, población infantil, discapacitados, económicamente débiles (incluyendo a los sobre endeudados), población extranjera, reinsertados, analfabetos, adictos al consumo y compradores compulsivos, mujeres embarazadas, enfermos crónicos, alérgicos, marginados entendiéndose este último como discapacitados sociales.

Dado los criterios que clasifican a los consumidores vulnerables Salcedo (sf. ,p 7) los denomina como tipo de exclusión; personal (niños, adulto mayor, discapacitados, turistas, analfabetos, mujeres embarazadas) económica (sobreendeudados, desempleados, compradores compulsivos) y social (inmigrantes, población deprimida en términos sociodemográficos, reinsertados) se toman para denominación siendo criterios la edad, discapacidad, estado de salud, deficiencias de formación y demás de carácter social o personal.

Para ello Salcedo (s.f, p.9) plantea diversos principios que inspiran la protección de los colectivos vulnerables en materia de consumo teniendo a continuación los siguientes:

Normalización: Este principio es virtud para los consumidores vulnerables, que deben tener el poder de llevar la vida normalmente accediendo a los lugares iguales en ámbitos, bienes y servicios, condiciones que se encuentren cualquier otro consumidor o usuario. Implicando el acceso al mercado de bienes y servicios.

Accesibilidad universal: Estas condiciones del deber de cumplimiento, los entornos, procedimientos, bienes, productos y servicios, así como objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprendido al utilizar y practicar por todos los consumidores en ambientes de seguridad y comodidad, de la manera natural, presupuestando una estrategia de diseño para todos sin dejar de lado a ningún consumidor, incluyendo a los vulnerables. Entiéndase para cualquier consumidor vulnerable, sobre todo a los discapacitados que en diferentes lugares no todos tienen el acondicionamiento para estas personas moverse con seguridad sin tener que sufrir cualquier problema presentado, durante el uso de su movilidad.

Diseño para todos: Toda actividad que se realice dentro de la empresa prestadora de servicios, debe contribuir en diseñar todo clase de dispositivo, de herramientas para que el

trato sea para todos igual en especial a esas actividades de uso que son necesario para los consumidores que necesitan utilizar el producto, celebrando un contrato de por medio

Relación de Consumo: El CPDC en su artículo IV inciso 5 indica lo siguiente; Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. A lo que respecta Barocelli (2016, p. 62) nos dice que, “Es la base la cual engloba el sistema de protección para los consumidores y usuarios, tal es así que cuando se tenga que definir la relación de consumo se debe entender de tal manera que una aquellas situaciones en que un sujeto sea expuesto en riesgo de ser vulnerado de acuerdo a los derechos propios del consumidor dándose el mismo hecho de ser protegido”.

Para ello Carbonell (2015) “el consumidor se encuentra expuesto directamente por causa de una relación de consumo, es decir el consumidor se halla vulnerable a una limitación restricción u omisión del cumplimiento de sus derechos. Esta vulneración de derechos, generalmente, es producida por un(os) proveedor(es) que en abuso de su posición en el contrato de consumo vulneran los derechos de los consumidores”. (p.42)

Consumidor: Son personas naturales o jurídicas que obtienen, gozan, emplean, como aceptante final, servicios o productos material o inmaterialmente hablando, en aporte mismo del conjunto social, ejecutando un vínculo ajeno a lo que se refiere una actividad empresarial o profesional. INDECOPI (2016)

Para Espinoza (s.f, p. 166) son “personas naturales o jurídicas que son adquirentes, utilizando o disfrutando como destinatarios finales servicios o productos inmateriales o materiales, en beneficio mismo o del grupo familiar o social, actuando en un ámbito ajeno o de actividad empresarial o profesional”. En el caso sobre la disyuntiva del destinatario final de el producto o servicio, se le calificara como consumidor a quien lo usa, adquiere o disfruta

Principio Pro Consumidor: En cualquier campo de su actuación, el Estado ejerce una acción tuitiva a favor de los consumidores. En proyección de este principio en caso de duda insalvable en el sentido de las normas o cuando exista duda en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido mas favorable al consumidor. Este principio es uno de los mas importante que establece el CPDC porque siempre el proveedor debe actuar con buena fe frente al consumidor, sin perjudicar ante ello el estado mediante su ente descentralizado que es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI en adelante) tiene poder para hacer las denuncias, quejas o reclamos ante cualquier problema relacionados con proveedores.

En menciona ello tenemos la postura Durand (2016) quien nos dice que estos principios son primordiales ya que son la base de toda normativa, líneas rectoras que van a servir de apoyo para resolver y tomar decisiones en los casos conflictivos de consumidor en este caso por lo que los magistrados deben tener en cuenta para imponer justicia, por ende los consumidores son aquellos que importan en esta característica importante de protección.

Definición de Proveedores: De acuerdo al CDPC en su Artículo IV inciso 2 del Título Preliminar nos dice que los proveedores son aquellas personas naturales o jurídicas de derecho público y privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. Enunciando de esta manera de acuerdo a la investigación el numeral 4, que describe que son personas natural o jurídico que prestan servicios a los consumidores, enfocándose de esta manera a las empresas comerciales de transporte.

Contrato de Consumo: Tiene como objeto una regulación jurídica patrimonial en la cual intervienen dos partes el consumidor y proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica. Según el Código de Protección y Defensa del Consumidor (2010) Las disposiciones son aplicables a todos los contratos de consumo, sean celebrados por cualquier modalidad o forma, según la naturaleza y alcances correspondientes. En todo lo no previsto por el presente Código o en las leyes especiales, son de aplicación las normas del Código Civil en cuanto resulten similares con la naturaleza de estos contratos.

Empresas Comerciales de Transporte Terrestre

Empresa comercial es aquella sociedad que su actividad es económica, organizándose, dedicándose a brindar servicio, comprar o vender productos, donde tienen esa relación entre consumidor y proveedor siempre con la responsabilidad de que el mismo sea satisfecho con lo que recibe. Actualícese (2014, parr. 1)

Se dice que las empresas comerciales de transporte terrestre son importantes ya que por su naturaleza y regulación propias de estas, son fiscalizadas por la Superintendencia de Transporte Terrestre de personas carga y mercancías, facilitan a todos los usuarios o consumidores que adquieren sus servicios para la movilización de un lugar a otro, partiendo de este es cuando empiezan a generarse diversas cuestiones en tanto el servicio que brindan, por ende es necesario abordar de acuerdo a lo que el CPDC norma a los proveedores de servicios por la libre empresa cumplir diversas estipulaciones.

Funciones que debe de cumplir la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Cargas y Mercancías (SUTRAN) de acuerdo a su Ley de creación N° 29380,

- Supervisar, fiscalizar y sancionar a los titulares de los servicios de transporte terrestre de los ámbitos nacional e internacional, a los conductores habilitados para el servicio y a los titulares y operadores de infraestructura complementaria de transporte por los incumplimientos o infracciones en que incurran.
- Supervisar y fiscalizar la circulación de vehículos en la red vial bajo su competencia, velando por el cumplimiento de lo dispuesto por el Reglamento Nacional de Tránsito y el Reglamento Nacional de Vehículos, sancionando a quien corresponda, por las infracciones o incumplimientos de los mismos.
- Supervisar, fiscalizar y sancionar a los titulares de autorizaciones, concesionarios y prestadores de servicios complementarios, inspecciones, certificaciones, verificaciones y otras relacionadas con el transporte y tránsito terrestre.

La ley N° 29380, ley de creación de la SUTRAN, señala dentro de sus objetivos el de proteger, la vida, tutelar los intereses públicos y defender el derecho de los usuarios en el ejercicio de la prestación de servicio de transporte terrestre sujeto a supervisión, fiscalización y control, Asimismo, La ley N° 27181 (La ley general de Transporte y Tránsito Terrestre) y el Reglamento Nacional de Administración del Transporte, aprobado por D.S N° 017-2009-MTC, regulan el servicio de transporte público y privado de personas, mercancías y mixto en los ámbitos nacional, regional y provincial, con la finalidad de lograr la completa formalización del sector y brindar mayor seguridad a los usuarios del mismo, para que reciban un servicio de calidad. Desde el inicio de sus actividades, la SUTRAN implementó una nueva filosofía de fiscalización, considerándola una herramienta para promover la formalización del sector transporte terrestre, así como un medio impulsor del desarrollo y progreso, lo que promueve la inclusión social al permitir accesibilidad y comunicación a las regionales y ciudades del país, dentro de una cultura de paz y seguridad nacional, para salvaguardar la vida de los usuarios de las vías nacionales.

Por lo cual tiene la misión de proteger la vida y el medio ambiente, a través de la supervisión y fiscalización del cumplimiento de los reglamentos nacionales relacionados al transporte terrestre. Entre las acciones de supervisión y fiscalización que realiza la SUTRAN como parte de sus funciones tenemos:

1. En terminales Terrestres. Control al inicio del viaje, detección de faltas antes de partir. También, tiene presencia permanente o control aleatorio.
2. Puntos Fijos (Garitas de control). Cuenta con 17 garitas en 8 regiones. Ubicadas en zonas estratégicas de alto tránsito vehicular de ámbito nacional.
3. Operativos Móviles, se realizan según el plan operativo en puntos estratégicos de la carretera nacional con presencia de la Policía Nacional.
4. Plan de Operaciones Viaje Seguro, se ejecutan acciones multisectoriales de control y fiscalización de los servicios de transportes en los feriados largos decretados por el Estado.
5. Alianzas estratégicas con autoridades. Impulsar convenios con los gobiernos regionales y convenios de homologación de inspectores. Además, se convocará la realización de operativos conjuntos.
6. Capacitación a autoridades, transportistas y conductores, con relación a las normas legales, procedimientos y técnicas de fiscalización y análisis de accidentes de tránsito. También se harán campañas de sensibilización sobre los principales accidentes de tránsito.

En el caso del Servicio de Transporte Terrestre puede realizarse en los siguientes ámbitos tales como:

1. Servicio de Transporte de Ámbito Provincial, se realiza para trasladar personas exclusivamente al interior de una provincia, también se considera transporte provincial al que se realiza en el interior de una región cuando esta tiene una sola provincia.
2. Servicio de transporte de Ámbito Regional, se realiza para trasladar personas entre ciudades o centros poblados de provincias diferentes, exclusivamente en una misma región.
3. Servicio de Transporte de Ámbito Nacional, se realiza para trasladar personas y/o mercancías entre ciudades o centros poblados de provincias pertenecientes a regiones diferentes. En el caso de transporte de mercancías se considera transporte de ámbito nacional también al transporte entre ciudades o centros poblados de la misma región.

El transporte implica progreso para las sociedades de cualquier lugar del mundo, siendo un factor importante para la economía, ya que se encarga del traslado de maquinaria, materiales, productos, personas, animales y todo aquello que una sociedad requiere para vivir. El transporte genera intercambio de todo tipo, esto ha logrado que la transportación y la

comunicación sean los canales principales para el desarrollo de las sociedades, existen diversos tipos de vías de transporte pero de acuerdo a la investigación, lo que vamos a analizar y conceptualizar visto desde el punto en mención es por carretera o terrestre, que es el transporte de personas, puede ser en diferentes tipos de vehículos, pero en razón de la investigación esta son buses de servicio de transporte y movilización que abarcan diferentes destinos en el país, movilizándolo a los usuarios o consumidores.

Como se menciona en los párrafos anteriores la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías es quien se encarga de supervisar, fiscalizar a las empresas comerciales de transporte terrestre, las cuales tienen ciertos lineamientos que tienen que cumplir para la seguridad de los consumidores o usuarios que adquieren este servicio para su movilidad de una ciudad o de un lugar a otro, la cual en la Ley Nº 27181 Ley General de Transporte Terrestre en el Artículo 20; describe sobre la Competencia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) para con la misma en mención donde describe lo siguiente; Son aplicables en materia de transporte y tránsito terrestre las normas generales sobre protección al consumidor, siendo ente competente para la supervisión de su cumplimiento la Comisión de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, el que deberá velar por la permanencia de la idoneidad de los servicios y por la transparencia de la información que se brinda a los consumidores, sin perjuicio de las facultades de fiscalización y sanción que corresponden a las autoridades de transporte. Asimismo el INDECOPI está facultado según sus propias normas a aplicar la legislación de acceso al mercado, libre y leal competencia, supervisión de la publicidad y demás normatividad del ámbito de su competencia.

Tal como lo indica el párrafo anterior la aplicación de la protección y defensa del consumidor se puede dar en cualquier caso referente a defender y proteger derechos mediante el ente correspondiente que es INDECOPI, ya que los derechos del consumidor sean transgredidos por empresas comerciales de transporte terrestre, que si bien es cierto sus servicios que brindan deben ser idóneos, tal cual lo indica el CPDC, pero en mucho de los casos la realidad es distinta.

En el sentido de que un servicio por parte de estas empresas comerciales de transporte terrestre deben cumplir ciertos lineamientos que establece sus propias leyes, como es en principio velar por el buen trato y servicio a los usuarios como dice Gonzales (2014) que los usuarios son aquellos que tienen esas dificultades de conocer a ciencia cierta el servicio que se le brindará, ya que solo pueden aceptar, arriesgando que este sea idóneo o no.

En tanto los usuarios de transporte terrestre, desconociendo en principio los servicios, siguen a diario con esa dificultad cuando acceden a este servicio, por ejemplo exponiéndose a que cancelen o retrasen el viaje, que el bus que transportara a las personas estará en óptimas condiciones para ponerse en marcha, que si el servicio es tal como lo anuncia en sus publicidades, etc. Asimismo por ejemplo estos servicios pueden no ser idóneos cuando las instrucciones o advertencia dentro del vehículo de transporte estén en un idioma distinto al de origen y que el usuario sea incapaz de leer, volviéndose un problema que podría tener como consecuencia un accidente o hacerle pasar un momento bochornoso por no saber diferenciar lo plasmado en las instrucciones o advertencias, es por ello que el CPDC los define que es la idoneidad de la siguiente manera.

Idoneidad: Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, siendo así lo que se haya ofrecido, en la publicidad transmitida, en las condiciones circunstanciales de toda transacción, características y naturaleza del producto o servicio, el precio entre todos los factores de las circunstancias del caso.

En uno de los párrafos que describe la norma dice “Las autorizaciones por parte de los organismos del Estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sean necesario, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor”.

Obligación de los proveedores: Responder por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos, por la cual responde por autenticidad o del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de la conformidad entre lo que se ofrece a la publicidad comercial de servicios.

Los proveedores deben tener el trato idóneo, dicho sea en tema de Empresa de Transportes tenemos el caso de Milagros Irene Ruiz Cordera (en adelante la Señora Ruiz) v. Instituto Metropolitano Pro transporte de Lima (en adelante Lima Bus) , de (Resolución N° 2331-2015/CC2), el caso radica en que la señora Ruiz interpuso una denuncia contra Lima Bus por infracción en donde el 18 de enero de 2014, luego de revisar en la página web del servicio del Metropolitano la accesibilidad de su servicio para personas con discapacidad, decidió utilizar el mismo para la ruta alimentadora norte entre Puente Piedra y la Estación Naranjal, la cual al subir al bus el conductor del vehículo se negó a bajar la rampa aduciendo que eso le quitaba demasiado tiempo, a pesar de lo negado con esfuerzo por las personas que estaban dentro del bus ayudaron a subir, quienes cargaron su silla de rueda, una vez dentro del bus constato que este no contaba con un espacio para sillas de ruedas ni con los seguros

necesarios para su posicionamiento, consistentes en corread que se atan a la silla, en una de las maniobras del conductor , la silla de ruedas cedió ante la velocidad y la arrojó al piso del vehículo, luego de lo cual la silla le cayó encima. Al llegar a su destino solicitó atención por sentirse adolorida, en ello el personal le entregó el libro de reclamaciones de mala manera, diciéndole una serie de información falsa que lo único que hacía es despistar a la señora Ruiz, en torno al análisis en uno de sus literales dice señala que la cláusula octava del contrato suscrito entre los denunciados, hace referencia a las obligaciones frente a los pasajeros , las cuales son el deber de transportar sin discriminación, incumpléndose, además del deber de idoneidad y atención preferencial, sobre el deber de información, la cual resolvió , declarar fundada la denuncia interpuesta por la Señora Ruiz, Imponer una multa de 3 UIT y como medida correctiva ordenar a Lima Bus el acondicionamiento de lugares para personas discapacitadas.

Lo que sucede en el caso anterior si bien es cierto es una empresa de transporte de servicio público es pertinente tomar los criterios que sustenta en la resolución INDECOPI en este caso siendo una persona discapacitada quien tiende a tener dificultades al momento de abordar el bus, en mención al caso, sufre percances que probablemente no hubiesen sucedido si de ante mano lo que la empresa publicitada en su página web este abiertamente colocado en el lugar correspondiente o en pocas palabras hubiese cumplido con el servicio especial para personas discapacitadas, dado así el consumidor vulnerable es protegido por los órganos correspondientes de protección y se hace efectivo su derecho cuando denuncia este hecho y gana, respetando los valores que se deben tener por personas con necesidades tales como el caso en mención, pero se hace notar que la interpretación del artículo pertinente en donde el Estado reconoce la Vulnerabilidad, esta solo se hace una mera mención que no trascendió en la decisión, que no trascendió mucho en el análisis y mucho menos en la sanción, ya que se trata de un consumidor vulnerable que tiene condiciones y necesidades distintas a los consumidores débiles y lo que tuvo que hacer el Órgano Resolutivo fue interpretar de una manera pertinente y correcta el artículo, ya que si bien no se está como principio en el CPDC este debería tomarse como tal.

Las empresas de transporte terrestre celebran contratos de consumo con los consumidores las cuales tienen una estipulación de manera anticipada con cláusulas generales donde nunca hubo una previa negociación simplemente por la simple necesidad del consumidor este debe aceptar para satisfacer la necesidad de poder movilizarse de un lugar a otro, por otra parte además de lo mencionado está el trato preferente por la misma condición que se les da a los consumidores que se encuentran en el estado de la vulnerabilidad y que son

reconocidos por el estado, son aquellos que tienen un trato preferente al momento de comprar sus boletos de viaje, tal cual lo estipula el artículo en mención y es pertinente para aquellas empresas de transporte terrestre cumplirlas ya que de ser lo contrario estas pueden ser denunciadas por incumplimiento de lo que la ley dispone y posteriormente la sanción si es que se comprueba que no se cumplió.

Artículo 41º Trato preferente de gestantes, niños, niñas, adultos mayores y personas con discapacidad: El CPDC prescribe el proveedor está en la obligación de garantizar la atención preferente de gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, en todos los sistemas de atención con que cuente, debiendo facilitar al consumidor todos los mecanismos necesarios para denunciar el incumplimiento de esta norma bajo responsabilidad, respecto a los beneficiarios del trato preferente, el proveedor debe:

- a) Consignar en un lugar visible, de fácil acceso y con caracteres legibles su derecho a la atención preferente
- b) Adecuar su infraestructura en lo que corresponda e implementar medidas garantizando su acceso y seguridad.
- c) Exonerarlos de turnos o cualquier otro mecanismo de espera.
- d) Implementar un mecanismo de presentación de quejas contra quienes incumplan con esta disposición

El proveedor que incumple con lo establecido en esta norma y otras disposiciones sobre la materia es sancionado conforme a los procedimientos establecidos en las leyes, normas y reglamentos especiales.

Problemática: Aplicación del Principio de Vulnerabilidad de parte de INDECOPI para las Empresas Comerciales de Transporte Terrestre

Si bien la aplicación del principio de vulnerabilidad es en parte fundamental para el desarrollo de todo procedimiento cuando en ciertos casos como es en la empresa comercial de transporte terrestre infringe, transgrede el derecho del consumidor o usuario del cual hace uso de su servicio , tal como se explicó en los anteriores párrafos, resaltando a lo que según Lorenzetti, define cuando un supuesto de hecho de la norma de protección, vulnerable es el sujeto que es frágil frente a otro en una relación jurídica, y por ello necesita protección en el derecho. Es una situación de riesgo especial al impacto que tiene esta en las relaciones jurídicas, en este sentido la vulnerabilidad impacta en la teoría de la conducta y sobre todo en la referida a la elección racional.

Está claro al explicar que el principio es una línea rectora que se crea con el propósito de ayudar al legislador para las decisiones en torno a lo que se exige como un caso en concreto ya sea como interpretación de la norma o dando paso a la creación de nuevas, por ende el principio de vulnerabilidad se debe entender como aquel que ayudara en la resolución de controversias referentes a sujetos vulnerables, siendo favorable al momento de impartir justicia de acuerdo a lo que refiere el CPDC que si bien no lo define como principio sino como una política publica este debe ser tomado como tal para las diferentes cuestiones que sea entorno a denuncias llevadas en contra de empresas comerciales de transporte terrestre ya que estas son quienes tienen la parte fuerte en la relación de consumo.

En la Resolución Nº 1008-2013/SPC-INDECOPI aunque no se vincula al tema de la investigación, la resolución citada guarda relevancia porque en ella la autoridad de consumo desarrolló ampliamente tema de la vulnerabilidad del consumidor y sus manifestaciones, cuestiones las cuales estas pueden ser fácilmente aplicables a otros casos en los cuales esté por medio la afectación de los derechos de quienes en el mercado pueden merecer este calificativo, el de consumidores vulnerables precisamente en el considerando número 50, Claudia Lima Marques “sostiene que se podría afirmar que la vulnerabilidad es más un estado de la persona, un estado inherente de riesgo o una señal de confrontación excesiva de intereses identificado en el mercado, es una situación permanente o provisional, individual o colectiva, que debilita, enflaquece al sujeto de derechos, desequilibrando la relación. La vulnerabilidad no es, pues el fundamento de las reglas de protección del sujeto más débil, es solo “la explicación” de estas reglas o de la actuación del legislador, es la técnica para aplicarlas bien es la noción instrumental que guía e ilumina la aplicación de estas normas protectoras y reequilibradoras, al buscar el fundamento de la igualdad y de la justicia equitativa”

Como lo referimos en párrafos anteriores, referente a la diferencia de debilidad y vulnerabilidad, esta opinión que fue citada nos confirma que la vulnerabilidad es más un estado de la persona que bien puede ser permanente o temporal, lo cual lo expone en el mercado frente a sus proveedores es así que referente a esta situación los órganos resolutivos del INDECOPI deben pronunciarse valorando siempre que éste estado de la persona lo hace más propenso a sufrir practicas negativas en el mercado, por lo tanto en esta relación de consumo hay un desequilibrio entre ambas partes, en este caso con las empresas comerciales de transporte terrestre.

En torno al consumidor vulnerable se debe aplicar el principio de vulnerabilidad en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre en ciertos casos como

son en gestantes, personas discapacitadas, adulto mayor, niños, niñas, debido que en muchos de los casos, estos infringen la ley en no colocando información susceptible de entender, en no dar la información adecuada, en tratar con acto discriminatorio en el peor de los casos a sujetos vulnerables en el mercado, los cuales los describe en el artículo VI inciso 4 del TP del CPDC.

De esta manera la aplicación de este principio se aproxima a los bordes de la beneficencia ya que estos sujetos gozan de una especial protección respetando su integridad misma, ejemplificando además un criterio de Proporcionalidad de acuerdo a al estado en que se encuentra ya que no es lo mismo tratar con un consumidor débil que con un consumidor vulnerable por ello la necesidad de ampararlo preferentemente en el mercado.

Entorno a la decisión que adopta el Órgano Resolutivo en estos casos de consumidores vulnerables, siendo estos más frágiles, guiándose así de la doctrina, en su criterio mismo esta resolución que emita debe ser fundamentado en torno a la necesidad misma del consumidor vulnerable.

Finalmente siendo el Principio aquellas directrices que van a guiar un razonable criterio, de acuerdo al principio de vulnerabilidad las resoluciones deben estar sustentadas dando importancia siempre a la situación en la que se encuentra este consumidor vulnerable, ya que tienen limitadas algunas actividades por lo cual no pueden desenvolverse en el mercado como lo haría un consumidor débil (todos).

II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Aproximación Temática:

El estado como ente principal atribuye Políticas Públicas para los ciudadanos en general, hace referencia siempre a que todo tiene que ser visto y realizado siempre en merito a su protección, partiendo de ello aquellas leyes que se crean para cumplir a cabalidad y también para la protección deben ser llevados hacia el estricto cumplimiento siendo así los ejes de protección principal en cualquiera de los casos que se transgrede.

Asumiendo esto y abarcando hacia el tema de investigación, se declina al derecho constitucional de protección al consumidor, dado así creando el mercado comercial y su protección, con ello se dispone también de cumplimiento por parte de los órganos públicos descentralizados en el procedimiento y la resolución de los casos dados, siendo el INDECOPI la institución competente de resolver el incumplimiento en mayoría de los casos por parte de los proveedores de productos y servicios que son quienes atribuyen a los consumidores o usuarios estos mismos.

Abarcando en el mercado consumidor, se tiene siempre presente que todos somos consumidores por naturaleza, ya que se necesita de un servicio o producto para el desarrollo diario de los deberes, etc., propios del consumidor, poniéndose en el peor de los casos, frágil ante los proveedores que buscan el provecho máximo de sus intereses, dícese, por Barocelli (sf., p. 5) “Que una sociedad de gran demanda de consumo todos estamos dentro de la misma desde tiempos anteriores donde colocan a todos los consumidores en esa posición de vulnerabilidad, dentro de una gran estructura en la relación con todos los proveedores de servicios y bienes, en relación en casos, donde se dirigen en la línea de relación de distintos incumplimientos, daños , abusos , derechos , principalmente en consumidores que tienen desventaja”.

Por consecuencia los proveedores son una de las partes que brindan productos y servicios objeto de la investigación enfocado a las empresas comerciales de transporte, siendo aquellas que brindan el servicio de movilidad y transito al público consumidor, vistos de su perspectiva de cumplimiento conforme a lo que la ley demanda a efectuar. Pero qué pasa cuando la otra parte que es el usuario o consumidor no está conforme y se transgrede lo que en principio se realiza, es cuando allí entra a tallar las diversas cuestiones en tanto se refieran a la fragilidad del consumidor que es vulnerable en el mercado de transporte, por cuestiones de Asimetría informativa, de deber idoneidad, por cláusulas abusivas estipuladas

en los contratos de consumo (contratos de transporte), por publicidad engañosa , etc. que no son objeto de esta investigación.

Lo que pretendemos investigar es el consumidor vulnerable en la relación de consumo con empresas de transporte terrestre la cual los órganos resolutiveos del INDECOPI como es que se debería aplicar en resolver los casos por esta materia, siendo política pública con especial énfasis a quienes resulten más propensos a ser víctima de prácticas contrarias a su derecho establecido en el CPDC, en el Artículo VI inciso 4 , por el Principio de Vulnerabilidad describiendo a gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.

En merito a esto las razones en la actualidad donde empresas comerciales de transporte se aprovechen de la misma condición, que se ha descrito en el párrafo anterior es la verdadera situación que se encuentran los consumidores , por ello Schmerler (s.f, p. 76) nos dice citando a Bercovitz “La protección del consumidor se crea con la necesidad de proteger a los particulares que obtienen bienes y servicios en el mercado, los consumidores vulnerables son frágiles en el mercado comercial y por eso hace falta protegerlo, donde lo principal es proteger los intereses económicos como comprado de bienes y servicios del mercado comercial”.

Los consumidores vulnerables de hoy en día, la mayoría no tienen claro su protección y su gran importancia para el estado, para generar buenas prácticas de relaciones de consumo, mismo que se describe quienes son llamados vulnerables, por ello las empresas comerciales de transporte teniendo el posicionamiento más fuerte en el mercado, celebran contratos de consumo con estos. Analizando desde el punto principal es que la realidad que desprende todo es ¿Cómo actuar? , ¿Cómo se resuelve? Si los consumidores vulnerables son adultos mayores, en el peor de los casos consumidores híper-vulnerables (niños, niñas), gestantes, ¿Cómo es, que debería responder INDECOPI ante esta situación?, sabiendo que son un grupo de personas por la condición distinto al resto expresada así en la norma, para llevar a su aplicación correcta con mayor rigor hacia la sanción impuesta siempre en beneficio del consumidor.

2.2 Formulación del Problema:

¿Cómo debería aplicarse a los procedimientos de resolución administrativa del INDECOPI el artículo VI inciso 4 del TP del CPDC respecto a la vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre?

2.3 Justificación del Estudio:

La presente investigación tiene una gran importancia toda vez que dentro la realidad actual a diario las personas consumidoras celebran contratos de consumo ya sea por servicio o por adquirir un producto, siendo así relevante para cumplir las verdaderas expectativas de la correcta aplicación de la ley, siendo en esta investigación objetivo principal, analizando desde el punto eje que es el consumidor vulnerable.

Es pertinente realizar una investigación analizando desde el criterio que se podría dar al INDECOPI para llevar a resolver casos de vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre, que es el punto eje de toda esta investigación, donde la realidad clara es que los más afectados por estos casos denunciados, son estos mismos quienes considerados vulnerables por el CPDC, siempre se espera la protección acorde a lo que la ley ampara.

La investigación será un aporte muy conciso para resolver la problemática planteada después de haber investigado a fondo, para profundizar las ideas claras que se tiene acerca de los consumidores vulnerables de las empresas comerciales de transporte terrestre siendo así, materia de análisis y apoyo para las posibles investigaciones, teniendo una idea clara y confiable acerca del tema.

2.4 Relevancia:

El presente trabajo de investigación es oportuno en la necesidad de que se debería dar la aplicación del artículo VI inciso 4 del Título preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor en la relación de consumo con las empresas comerciales de transporte, ya que dentro de la sociedad en que vivimos los consumidores vulnerables si bien es cierto todos somos frágiles pero es quienes ellos que deberían recibir un protección más mesurada y especial por la que el mismo artículo lo pone en una escala más vulnerable que a los demás.

Relevancia científica: El trabajo de investigación ayudara a un mejor enfoque sobre cómo debería aplicar el principio de vulnerabilidad en los consumidores de la relación de consumo con empresas comerciales de transporte, a pesar de que el tema no se haya tocado en temas del mismo, se necesita realizar un énfasis en sus posible aplicación tanto como en otras materias constantemente denunciadas.

Relevancia humana: Al tratar tema de consumidores vulnerables es importante para todos ya que en alguna ocasión posiblemente se conozca un caso como de este tipo, la cual

estando informado correctamente se pueda actuar en el momento y no dejar pasar por alto esta problemática tan constante en el sector de empresas comerciales de transporte.

Relevancia Social: Toda problemática en referencia a consumidores es importante para la sociedad siempre cuando se trate de solucionar alguna premisa que se pueda ver constantemente en la realidad y de ser así actuar frente a ello con el sustento correcto y oportuno.

2.5 Contribución:

Esta investigación contribuirá en que debería aplicarse el artículo VI del TP del CPDC en los procedimientos administrativos de resolución del INDECOPI en los casos de consumidores vulnerables del sector Transporte ya que dentro del mercado comercial que este se ejerce, se encuentran siempre expuestos a la relación de consumo, en consecuencia su fragilidad no permite que se pueda hacer un correcto funcionamiento del sistema de protección al consumidor porque son pocos o nada los casos en esta materia, por ello con el instrumento de la investigación de acuerdo a la opinión de conocedores del tema, para la posible aplicación que es tema de la investigación.

2.6. Objetivos:

2.6.1. General:

Analizar si se debería aplicar la vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre

2.6.2. Específico:

Analizar las posturas que adoptan los entrevistados respecto a la vulnerabilidad a los consumidores por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.

Establecer criterios los cuales ayuden al desarrollo y solución de problemas referidos a la vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.

2.7. Hipótesis:

(H₀) Debería aplicarse el principio de vulnerabilidad a los procedimientos administrativos de resolución del INDECOPI en beneficio del consumidor vulnerable por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.

(Hx) No Debería aplicarse el principio de vulnerabilidad a los procedimientos administrativos de resolución del INDECOPI en beneficio del consumidor vulnerable por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.

En referencia a este punto tenemos la opinión de Sierra (2001, p. 71) La hipótesis son, pues, ante todo principalmente aquellos títulos que declaran, afirman o niegan la realidad que se quiere responder a la pregunta planteada del problema, ya que tiene un problema en mención.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Metodología

3.1.1 Tipo de Estudio

3.1.1.1 Orientados al cambio y toma de decisiones.-

El presente trabajo de investigación está orientado al cambio y toma de decisiones ya que lo que se pretende es establecer criterios en cómo debería aplicarse el principio de vulnerabilidad a los procedimientos de resolución administrativa del INDECOPI por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte ya que no hay casos que se hayan llevado en este aspecto particular y especial.

3.1.2 Diseño

3.1.2.1 Investigación – Acción.-

Según Salgado (2007, p. 73) “La finalidad de la Investigación - Acción es resolver problemas cotidianos e inmediatos, y mejorar prácticas concretas, Su propósito fundamental se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales”

La investigación – acción construye el conocimiento por medio de la práctica, envuelve la transformación y mejora una realidad, parte de problemas prácticos vinculados a un entorno e implica la total colaboración de los participantes en la detección de necesidades, (en tanto conociéndose la problemática a resolver, en modificar la estructura, mejorar el procedimiento y sobre todo las prácticas que se necesitan transformar) y además en implementar los resultados de estudio.

Sierra (2001, p.125) Define que el diseño del propósito a investigar generalmente es tener un fin con validez hacia la realidad, posteriormente con la expresión del tipo a diseñar, en donde así se puedan ver que todo está conforme a lo que se pretende realizar.

La forma del diseño, teniendo en cuenta principalmente el problema, se determina la investigación y se empieza a crear la hipótesis o no necesariamente debido a la intrínseca naturaleza de la investigación, donde el autor debe responder a las preguntas que se hace debido a la investigación, además de cumplir con los

objetivos planteados, desarrollando y seleccionando la elaboración particular de la investigación. Hernández y sus colaboradores (2010, p. 120)

3.1.2.2 Participativo

Se estudian temas relacionados a la sociedad que aportan a la vida de las personas, comunidad o de un grupo de personas, siendo en este caso la sociedad jurídica, que sobresale en colaborar de manera equitativa el grupo de la sociedad, enfocándose en mejoras para el nivel de desarrollo y vida humana de todas las personas (en este caso los consumidores en general y los consumidores vulnerables), siendo así activo en el cambio, modificación o mejoramiento de la sociedad jurídica, de acuerdo al tema de investigación la sociedad de consumo.

3.2 Escenario de estudio

Se tuvo estudio jurídico, oficinas de Abogados expertos y/o conocedores, Abogado Maestro de la Universidad César Vallejo, conocedores del tema de investigación dentro de la ciudad de Chimbote y el distrito de Nuevo Chimbote.

3.3 Caracterización de sujetos

A través del instrumento de análisis elegido, siendo el caso la entrevista, se aplicó a profesionales en la rama del Derecho, a fin que brinden información confiable y autentica, para el desarrollo de la presente Tesis, por ende, se les aplico la entrevista a Abogados Conocedores y Especialista en Derecho Administrativo, Derecho Comercial, Derecho Civil.

3.4 Plan de Análisis o trayectoria metodológica

4.4.1 Plan de Análisis Metodológico Cualitativo.

El método utilizado en la presente investigación permite un análisis investigativo desde el punto relativo como criterio del investigador, en donde plasma toda información que percibe e indica la existencia sin intervención del creador de la investigación.

Para llegar a plantear el problema de investigación fue necesario leer el Código de Protección y Defensa del consumidor, para ello interpretar el artículo VI inciso 4 del Título Preliminar, para entender que los consumidores vulnerables son designados por números apertus , luego hacer una breve investigación sobre los consumidores en

cómo se ven expuestos al tener que acceder estos servicios o productos, por otro lado tener en cuenta la posición en la realidad de uno de ellos, para así describir que si son débiles y vulnerables ante los proveedores. Planteando este fenómeno creamos el título en base a nuestros objetivos siguiendo a diferentes autores de acuerdo a la metodología científica entre el más destacado es Hernández Sampieri.

De este modo se hizo la consulta a diferentes autores extraídos de libros, páginas web, revistas, blogs, especialistas en la materia del Derecho del consumidor, utilizando la técnica de recolectar datos.

En base a eso, los motivos y la necesidad de que se haga una investigación para saber los posibles criterios adoptados por INDECOPI de acuerdo como resuelve en tanto vean casos de VULNERABILIDAD DE LOS CONSUMIDORES, para destacar y hacer el análisis pertinente dando el punto de vista para la elaboración de la discusión dando así la conclusión de acuerdo al caso, estableciendo criterios a modo para que las sanciones que se expongan en los consumidores vulnerables sean pertinentes por la condición que se le establece en el mercado comercial, siendo así mayores para con los consumidores vulnerables que celebran relaciones de consumo con empresas comerciales de Transporte.

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnica

3.5.1.1 Entrevista

Referente a ello Hernández (2003, p. 121) nos dice que la Entrevista es una técnica que define mediante el cual una persona requiere de información directa de otra con la relación personal de uno o más sujetos, siendo uno de ellos (entrevistado), que requiere poseer importante información que proporciona a otro sujeto (entrevistador).

3.5.2 Instrumento

3.5.2.1 Cuestionario

Según el profesor Hernández (2003, p.99) alude que el instrumento es el medio en que se puede hacer valer la investigación por el investigador para desarrollar los fenómenos y extraer del mismo la información que se pretende desde un inicio. Donde la técnica utilizada es la Entrevista que consistirá en

obtener información directa, dado así el instrumento que se ha utilizado es el Cuestionario que se define como el formato redactado con preguntas para ser utilizado por el entrevistador para obtener información del Entrevistado, aplicándolo de manera individual o colectiva, personal o vía correo electrónico siempre en relación de las variables y sus indicadores.

3.6 Tratamiento de la Información

3.6.1 Unidades Temáticas

Para la presente investigación se hizo la entrevista, la cual fue respondida por cada uno de los entrevistados que a la vez son conocedores y especialistas en la materia, la entrevista que constaba en seis preguntas, todo a fin de encontrar la opinión en cómo debería aplicarse el principio de vulnerabilidad en las relaciones de consumo con empresas comerciales de transporte, cual deberían ser esos criterios que INDECOPI debería establecer en sus resoluciones dado el caso que estos son especiales en el mercado comercial, estableciéndose como políticas públicas, sabiendo que la afectación el daño que el proveedor (Empresas Comerciales de Transporte) transmite ya sea por diversas materias, especificándose más en consumidores vulnerables.

3.7 Categorización

Por categorización se entiende una jerarquización de todo elemento que en la presente tesis está llevando a cabo, para entender el trabajo se tiene que saber y comprender que los consumidores vulnerables son aquellos que son expuestos de manera más frágil, ya que tienen una condición especial en el mercado comercial, descrito en el Código de Protección y Defensa del Consumidor en su artículo VI inciso 4 del Título Preliminar, de acuerdo a ello como es que deberían ser los criterios de sanción si se sabe que por la misma condición del mismo este debe ser más drástico y efectiva sin embargo en el sector de consumidores vulnerables por Empresas Comerciales de Transporte no se toma en cuenta a fondo, no existiendo casos referidos a esa política pública.

3.8 Mapeamiento

La investigación se analiza en tanto la posible aplicación como debería ser expuestos los criterios de sanción en los procedimientos administrativos de INDECOPI dado que los consumidores vulnerables son quienes por la condición especial tienen a ser frágilmente vulnerados sin tener conociendo que pueden hacer la respectiva

denuncia, ya que podría ser una constante en el sector de empresas comerciales de transporte.

Siendo así la entrevista se hizo a Abogados concedores y/o expertos en la materia de consumidor, materia administrativa, materia constitucional y materia civil.

3.9 Rigor científico

Para la elaboración de este proyecto de tesis tuvimos la aportación intelectual de los más destacados autores como:

- Carbonell O'Brien Con su libro Titulado "Comentarios al Código de Protección y Defensa del Consumidor"; Fernández Fernández Aníbal, en la revista Jurídica Titulada "Los Contratos Masivos en el Tráfico Comercial Económico", Cesar Carranza Álvarez y su análisis "El nuevo perfil del consumidor en la legislación peruana"; Guido Alpa y su libro "Derecho del Consumidor"; López Santa María y su libro titulado "Los contratos: Parte General" ayudaron en la elaboración de toda la información recolectada y analizada

3.10 Aspectos Éticos

Este proyecto de tesis es original, se determinó una serie de colaboradores para el sentido que nos brindaron información fundamental para contribuir con la dicha investigación, respetando la lealtad y consideración.

IV. RESULTADOS

4.1. Descripción de Resultados:

1. ¿Qué entiende usted por consumidores vulnerables?

A efectos de la pregunta número uno se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) Los consumidores vulnerables. Las personas que resultan ser más propensos en víctimas de prácticas contrarias a sus derechos.
- b) Un consumidor vulnerable sería aquel que dentro de una relación de naturaleza económica, se encuentra en una situación susceptible de ser soslayado, pues en el otro extremo entramos con entes económicos que se encuentran en una situación de preponderancia.
- c) El consumidor vulnerable sería aquel que está en la posición de desventaja por ser especial dentro de la relación de consumo, quienes están expuestos a ser transgredidos, el derecho del consumidor lo protege ante los proveedores que utilizan prácticas contrarias en perjuicio del mismo usuario o consumidor.
- d) Que son todas las personas que participan como consumidores y que son propensos a que sean agredidos sus derechos.
- e) El consumidor vulnerable es aquella persona que está expuesto a situaciones difíciles por condiciones físicas, fisiológicas, mentales para un normal acceso de consumo de bienes y servicios.

2. ¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?

A efectos de la segunda pregunta se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) Los criterios de sanción en la resolución de INDECOPI, deben ser más drásticas y eficaz, ya que son personas más propensas en ser víctimas de prácticas negativas en el mercado.
- b) Los criterios para sanción tendrían que ser, primero, identificar el grado de infracción de las empresas comerciales de transporte, en grave, moderada o leve, a fin de imponer las sanción adecuada con criterio de proporcionalidad.
- c) En principio estas deben ser de acuerdo a la naturaleza del consumidor vulnerable, ya que la condición que estos están expuestos son más propensos a que su

derecho se vulnere, con sanciones a conciencia, con criterios de acuerdo a lo que establece el mismo Código de Protección y Defensa del Consumidor.

- d) Que debería sancionarse con mayor énfasis o rigidez y/o castigo.
- e) Los criterios de sanción que debe aplicar INDECOPI, a las empresas de transporte, en caso de personas vulnerables, debe ser de acuerdo a la gravedad de los hechos suscitados y al daño causado.

3. ¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el “Artículo VI inciso 4 del TP del CPDC”, gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza, entre otras?

A efectos de la tercera pregunta se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) Depende al grado de gravedad frente a los consumidores descritos en el artículo VI, inciso 4 del TP del CPDC.
- b) La sanción tendría que ser de acuerdo a la infracción cometida.
- c) Estas sanciones deben ser a lo que describe el artículo VI inciso 4 del CDPC, siendo con la gravedad de acuerdo a lo descrito porque todos tienen una condición necesaria y merecen que esté de acuerdo a sus necesidades.
- d) Sanción económica y si es reincidente el cierre de la empresa.
- e) Las sanciones deben ser primero de acuerdo a las omisiones incurridas causas – efecto, el daño causado y los reincidencias de las faltas.

4. ¿Cree usted que los consumidores vulnerables conocen sus derechos para hacerlo valer ante la autoridad competente frente a estos casos de empresas comerciales de transporte?

A efectos de la cuarta pregunta se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) Actualmente las personas no conocen sus derechos como consumidores vulnerables, es por ello que las empresas aprovechan de esta situación con personas no capacitadas en el tema.
- b) No, al menos en su mayoría desconocen sus Derechos, y por esta razón se produce su vulnerabilidad y abuso por parte de las empresas comerciales de transporte.
- c) No, los consumidores por la misma condición en la que están, no conocen sus derechos, porque no se les hace saber, ya que estos mismos no se determinan a quien deben acudir para su apoyo o protección, no tienen claro a cual autoridad.
- d) Falta mayor difusión de los derechos de los consumidores vulnerables.

e) Mayormente los consumidores desconocen sus derechos, como también desconocen sus obligaciones, en el sector de empresas comerciales de transporte. Sin embargo en el caso de los consumidores vulnerables no hay una difusión completa sobre el derecho de estos por parte de INDECOPI.

5. ¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?

A efectos de la quinta pregunta se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) INDECOPI, debería ser más drástico en sus sanciones ya que se está vulnerando sus derechos constitucionales además de los que protege el CPDC.
- b) Hacerla cumplir, hacerlas efectivas.
- c) Simplemente cumplir con lo que ellos disponen en sus resoluciones, hacerlas efectivas en merito a estos, conllevando al estricto cumplimiento.
- d) Debe de ejecutar sus resoluciones, y no caer en letra muerta
- e) INDECOPI, debe actuar inmediatamente y a través de un proceso abreviado, por las condiciones mismas de estos consumidores.

6. A manera de opinión, ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta y ejecutar la política en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado de transporte (gestantes, niñas, niños, adultos mayores, discapacitados, personas de extrema pobreza)?

A efectos de la sexta pregunta se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) Claro, se debería de dar más importancia a estos casos de vulneración de personas que son afectadas por las empresas comerciales de transporte, ya que todos tenemos derecho a ser atendidos y protegidos de acuerdo a nuestra constitución donde vela nuestros derechos, siendo estas personas las más necesitadas.
- b) Sí, es una obligación del Estado, aquí se trata de equilibrar una desigualdad, por parte del Estado, se necesitan de Acciones Positivas por parte del Estado a fin de equiparar esta desigualdad.
- c) Si, lo que el Estado debe hacer es plantear una política que ejecute esta misma potestad de defensa de los consumidores porque como esta en la pregunta son consumidores expuestos y su trato debe ser con más delicadeza, enseñando el respeto, tolerancia, solidaridad, desde que pisamos cualquier lugar, incluso

entidades del Estado mismos atribuye, porque a simples palabras todos somos consumidores.

- d) Si, debería de considerarse como asignatura de secundaria y de esta forma de jóvenes saber nuestros derechos, ayudando a las personas que están expuestas para contribuir con la sociedad y mejorar nuestra calidad de vida.
- e) Yo pienso que las empresas comerciales de transporte que realizan prácticas contrarias al Derecho de los consumidores vulnerables, el estado debe dar prioridad y énfasis, porque se trata de un consumidor especial, un discapacitado parcial o total, pero está sujeto al consumo en esta caso de servicios de transporte, que en mucho de los casos estos realizan prácticas contrarias al derecho; (ejm. No tienen un lugar apropiado en el vehículo o bus de viaje para estas personas, no tienen rampas, servicios higiénicos acondicionados en discernimiento)

4.2. Unión de Posturas de los Entrevistados:

Pregunta N° 1:

¿Qué entiende usted por Consumidores Vulnerables?

- ✓ **POSTURA a , b y c:** Tienen similitud debido a que todas responden en torno a los consumidores vulnerables que son agredidos con prácticas contrarias al derecho en perjuicio de los proveedores de servicio, en este caso las empresas comerciales de transporte
- ✓ **POSTURA b:** Esta respuesta se basa en el ámbito de naturaleza económica, viéndose desde el punto más vulnerable en el mercado comercial.
- ✓ **POSTURA e:** Se extiende en aquel consumidor que está expuesto por cuestiones de discernimiento y movimiento, diferenciándolo de todos los criterios.

Pregunta N° 2:

¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?

- ✓ **POSTURA a y d:** Estas respuestas son similares ya que ambos mencionan como deben ser las sanciones, poniendo énfasis a que sean drásticas, rígidas, con mayor enfoque de énfasis relacionando los términos.

- ✓ **POSTURA b y e:** Estas respuestas son en base a hechos con gravedad, leve, hechos para sancionar en tanto la infracción cometida hacia los consumidores vulnerables en el sector de empresas comerciales de transporte.
- ✓ **POSTURA c:** Esta respuesta es más por enunciar los criterios de sanción de acuerdo a la naturaleza del consumidor, identificándolo a que se cumpla con lo establecido en el CPDC.

Pregunta N° 3:

¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el “Artículo VI inciso 4 del TP del CPDC”, gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza, entre otras?

- ✓ **POSTURA a y c:** Estos criterios son similares ya que ambos entrevistados responden que debe ser de acuerdo a la gravedad del caso tocado de manera delicada, mencionando el artículo en la cual se basa la investigación.
- ✓ **POSTURA b y e:** Estos criterios responden a que debe ser de acuerdo a la omisión incurrida e infracciones cometidas.
- ✓ **POSTURA d:** Este criterio diferencia de los demás por que versa en una posibilidad más tajante que si es reincidente podría ser el cierre de la empresa conjuntamente con las autoridades que puedan hacer efectiva esta dinámica, no solo INDECOPI.

Pregunta N° 4:

¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?

- ✓ **POSTURA a , b y c:** Estos criterios de los entrevistados son similares porque hablan en la condición que estos consumidores están expuestos, dándole sentido a que están desinformados, no conociendo al menos en la mayoría sus derechos de protección.
- ✓ **POSTURA d y e:** Ambos criterios coinciden de acuerdo a que debería establecer mayor difusión por parte de INDECOPI ya que son importantes para conocer de cerca que tan predecible y lógico puede hacerse efectivo.

Pregunta N° 5:

¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?

- ✓ **POSTURA a:** Responde a que debe hacerse o actuarse de manera drástica porque afecta a derechos constitucionales propios además del CPDC.
- ✓ **POSTURA b, c y d:** Estos responden a que deben ejecutar, cumplir, hacer efectivo sus resoluciones sancionando de manera pertinente.
- ✓ **POSTURA e:** Esta respuesta aborda más en detalle a que debería actuar en procedimiento abreviado por las condiciones propias del consumidor vulnerable.

Pregunta N° 6:

A manera de opinión, ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta y ejecutar la política en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado de transporte (gestantes, niñas, niños, adultos mayores, discapacitados, personas de extrema pobreza)?

- ✓ **POSTURA a y b:** Ambas respuestas coinciden en que estado siendo ente principal de nuestro país debería equiparar la situación ya que además son derechos constitucionales.
- ✓ **POSTURA c, d y e:** Estos criterios de respuesta tienen en común un aporte más hacia la contribución de ayudar con la Protección al Consumidor Vulnerable por parte de empresas comerciales de transporte, proponiendo diversas estrategias de promoción para la calidad de vida, calidad social y personal.

4.3. Confirmación del Análisis:

ANÁLISIS DE HIPÓTESIS	
HIPÓTESIS	RESULTADO
<p>H₁: Debería aplicarse el principio de vulnerabilidad a los procedimientos administrativos de resolución del INDECOPI en beneficio del consumidor vulnerable por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.</p>	<p>Indiscutiblemente debería aplicarse el principio de vulnerabilidad a los procedimientos administrativos del INDECOPI contra las empresas comerciales de transporte terrestre ya que es en protección del consumidor.</p>
<p>H₀: No Debería aplicarse el principio de vulnerabilidad a los procedimientos administrativos de resolución del INDECOPI en beneficio del consumidor vulnerable por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.</p>	
<p>Se acepta la hipótesis H₁, Debería aplicarse el principio de vulnerabilidad a los procedimientos administrativos de resolución del INDECOPI en beneficio del consumidor vulnerable por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.</p>	

V. DISCUSIÓN

5.1 Aproximación al Objeto de Estudio

La presente investigación es de orden cualitativa, por ende realizaremos la confrontación de información obtenida que consiste en contrastar los resultados de la entrevista con el marco teórico, en merito a eso tenemos las siguientes discusiones.

- ✓ En torno al consumidor vulnerable se debe entender como aquella persona humana, como aquel consumidor expuesto a la relación de consumo, que tiene una condición específica en el mercado, dándole la protección como política pública en el código de protección y defensa del consumidor, siendo también una protección constitucional, rigiendo a los mismos derechos que tienen todas las personas en el trato digno y racional, para celebrar buenas prácticas de derecho, para con la sociedad jurídica, para con la sociedad civil, consumidora, en general, en principio siendo un derecho constitucional como lo dice nuestra constitución política del Perú en su artículo 1. “Defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad es el fin supremo de la sociedad y del Estado”. Se entiende que las cuestiones en tanto refieran al consumidor vulnerable el estado está facultado en dicha objeción para proteger englobando la dignidad como dice Chaname (2015) “La persona humana al máximo grado de consideración al interior de nuestro ordenamiento, es en función a ella en que va a girar toda la producción normativa, teniendo como en principio la defensa de la misma” cabe recalcar que una de las posturas de entrevistados tienden a definirlo como personas con derechos constitucionales tal cual lo dice la propia carta magna, pero que es lo que significa ser vulnerable, como es que definen a un consumidor dándole esa categoría para ello tenemos a Gonzales “ (p.245) nos dice que los consumidores vulnerables son aquellos que tienen esas dificultades para comprender la opciones de las disposiciones, pues estos no conocen sus derechos, se encuentran con más problemas y se muestran más evasivos al tener que responder por los problemas que surgen”. Atendiendo a lo que expresa Gonzales(p.246) hay mucho que decir al respecto ya que los consumidores vulnerables según nuestro Código de Protección y Defensa del Consumidor en su artículo VI inciso 4 del Título Preliminar enuncia quienes son los vulnerables, para ello Salcedo lo define como “el conjunto de población minoritaria y heterogéneo, que tienen en relación limitaciones que distinguen de los demás, siendo en el caso de persona con discapacidad”, dicho esto

claro está que los consumidores vulnerables no solo son personas con discapacidad porque el mismo artículo define y reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores, personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza” Queremos dejar en claro que los consumidores son las descritas pero podrían incluirse otras más que no están establecidas por números apertus en el código pero deben ser mencionadas, dado el hecho que puedan suscitarse dando un ejemplo como consumidores con orientación sexual, en el caso en concreto porque para la misma sociedad son vistos de una manera marginada e intolerante, poniendo de ejemplo la Ley 11/1998 de protección de los consumidores de la Comunidad Autónoma de Madrid, en el artículo 4, tiene por disposición en su primer apartado que los consumidores colectivos que se vean en situación de inferioridad, desprotección o discapacidad por la razón que sea: edad, origen o condición serán el principal tema de atención donde su mayor prioridad será actuar en base a la Administración Pública de la comunidad de Madrid, donde en su mismo párrafo dicese propio de la ley a quienes son los vulnerables especialmente a;

- a) La infancia y la adolescencia
- b) Enfermos y personas con capacidades disminuidas
- c) Personas mayores
- d) Las mujeres gestantes
- e) Los inmigrantes
- f) Los sectores económicos y sociales más débiles

Existen casos que muchas veces las cuestiones ponen al consumidor en un estado de fragilidad, debilidad pero no solo ello sino además en estado de vulnerabilidad como es el caso mencionado, de los consumidores vulnerables.

- ✓ Los criterios de sanción si bien es cierto están establecidos en el código de protección y defensa del consumidor pero estos deben ser basados en la realidad de los consumidores, en la perspectiva que se tiene por acreditar las razones contundentes de acuerdo a casa tipo, las personas con discapacidad sus necesidades trascienden más que un consumidor de 25 años con una estabilidad consistente, consumidores

hipervulnerables siendo estos los niños, niñas como dice el CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR DE BRASIL enunciando en su artículo 39, párrafo IV considerando como una práctica abusiva el hecho de aprovechar la ignorancia, edad, salud o aquella peor que es la condición social del consumidor, para atribuir sus productos o servicios, Hace unos años se sancionó una norma que tiene prohibición la publicidad y el marketing en dirigidos a niños (RESOLUCIÓN 163 DE ABRIL DE 2014) en base a esa norma establecida en Brasil que fue el país que adoptó el término de consumidor por primera vez en Latinoamérica, es cuando más aun se ha desarrollado la visión que tienen los consumidores hipervulnerables para su protección por diversas cuestiones, de este modo los que también incluyen este círculo son los adultos mayores, ya que su posición ante el mercado comercial es más delicado, por ello el artículo 112 del CPDC de nuestro país enuncia a cumplimiento los Criterios de graduación de las sanciones administrativas que son impuestos por INDECOPI, las cuales son;

1. El beneficio ilícito esperado u obtenido por la realización de la infracción.
2. La probabilidad de detección de la infracción
3. El daño resultante de la infracción
4. Los efectos que la conducta infractora pueda haber generado en el mercado.
5. La naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores.
6. Otros criterios que, dependiendo del caso particular, se considere adecuados adoptar.

Si bien es cierto la postura que tienen los entrevistados es relevante a esto por tratan de decir que deben ser drásticas de acuerdo a la gravedad de los hechos suscitados en la práctica, haciendo un buen uso del derecho de protección, sobre todo cuando estas empresas de transporte están en el posicionamiento más fuerte y estable, teniendo ganancias razonables y bien posicionadas, lo que alude que los criterios deben ser conscientes de acuerdo a las necesidades de los consumidores vulnerables, sean graves, leves o de extensa magnitud.

- ✓ Hablando en términos de mayoría tal vez no conozcan pero habrá unos que otros sí, pero eso depende mucho más que el interés de ellos mismos por saber ya que fácilmente se puede interpretar así, pero se necesita más el apoyo del Estado como

ente velador de protección a consumidores en general, se debe tener algún interés más introspectivo porque son las personas consumidoras quienes son participes de las relaciones de consumo, si bien es cierto la CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ en su artículo 65 describe la protección al consumidor como “El estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su tal disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular por la salud y la seguridad de la población” en razón a lo descrito Chaname (2015) menciona lo siguiente cuando “los economistas clásicos descubrieron que la cadena productiva no comenzaba con el producto, sino con el comprador, esto es con la demanda y no con la oferta, descubrieron un personaje anónimo que tomo central importancia, el consumidor a quien se le asignó el rol de generador de riqueza y un elemento determinante en el éxito o fracaso de las empresas productivas” entonces habiendo descrito que es un Derecho Constitucional el estado es ente principal de deber de informar a sus gobiernos locales , regionales que se fomente la protección del consumidor débil y además del consumidor vulnerable porque ambas definición si bien es cierto están incluidas en primer plano pero son totalmente distintas.

Planteando un ejemplo de realidad, cuando un familia de esposos que son economía baja, tienen que viajar de una ciudad a otra con urgencia porque uno de sus hijos de 3 años está enfermo, cuando estos se dirigen a una empresa comerciales de transporte, compran los boletos de viaje y estos le cobran además al menor de 3 años sabiendo por ley establecida en las empresas de transporte que no se le puede cobrar si no tiene 5 o más de 5 años, en ese momento lo que la pareja de esposos quiere es llegar al destino para salvaguardar la salud del menor, sin embargo la empresa ya se aprovechó de la situación, y ellos al llegar al destino no saben no tienen ni la menor idea donde acudir para denunciar este hecho, reclamar a la misma empresa aprovechadora no serviría de nada, seguramente acudirían a una comisaria pero esta no sería competente y le dirían que deben ir al INDECOPI entonces recién se tendrían que tomar las medidas necesarias para la queja, denuncia, etc. Habiendo pasado días y la empresa sin ningún escrúpulo aprovechado, este es un caso a diario que ningún consumidor vulnerable puede pasar, porque el trato hacia ellos debe ser especial e importante por la condición en la que están descritos por el mismo CPDC.

- ✓ Al momento que los Órganos Resolutivos impartan justicia en sus resoluciones estos deben tenerse en cuenta ciertos puntos, tal cual se menciona en la Resolución N° 1008-2013/SPC-INDECOPI aunque no se vincula al tema de la investigación, la resolución citada guarda relevancia porque en ella la autoridad de consumo desarrolló ampliamente tema de la vulnerabilidad del consumidor y sus manifestaciones, cuestiones las cuales estas pueden ser fácilmente aplicables a otros casos en los cuales esté de por medio la afectación de los derechos de quienes en el mercado pueden merecer este calificativo, el de consumidores vulnerables precisamente en el considerando número 50, Claudia Lima Marques “sostiene que se podría afirmar que la vulnerabilidad es más un estado de la persona, un estado inherente de riesgo o una señal de confrontación excesiva de intereses identificado en el mercado, es una situación permanente o provisional, individual o colectiva, que debilita, enflaquece al sujeto de derechos, desequilibrando la relación. La vulnerabilidad no es, pues el fundamento de las reglas de protección del sujeto más débil, es solo “la explicación” de estas reglas o de la actuación del legislador, es la técnica para aplicarlas bien es la noción instrumental que guía e ilumina la aplicación de estas normas protectoras y reequilibradoras, al buscar el fundamento de la igualdad y de la justicia equitativa” dicho esto, los consumidores vulnerables tienen ese estado de la cual, le hace más propensos a sufrir las consecuencias que atraen las practicas negativas en el mercado por parte de los proveedores, ya que estos tienen la alta fuerza en la relación de consumo, porque ellos manejan conocen todo el procedimiento que tiene el servicio brindado, el producto dado y celebrado, entonces conocen, pero por razones de viveza actúan de mala manera contra los consumidores reconocidos por el estado como vulnerables tal como lo indica el Artículo VI inciso 4 del TP. Del CPDC donde indica por números apertus que “El estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores, personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza”, debiendo aplicar de manera extensa el principio que este mismo, que es reconocido además como una política pública que se debe hacer prevalecer siempre.

VI. CONCLUSIONES

- Tenemos que debería aplicarse el principio que determina que ciertos consumidores son vulnerables, esta debería ser una regla que informe y se aplique en las decisiones que resuelve el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, autoridad administrativa, cuando se resuelvan casos vinculados al mercado de transporte, en las cuales exista la presencia de un proveedor contratante con sujetos situados en esos estados de vulnerabilidad (Artículo VI inciso 4 del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor), ya que siendo los proveedores contratante con posición fuerte en la relación de consumo, deben ser debidamente sancionados.
- Lo anterior se corroboran con los datos obtenidos de las entrevistas planteadas a especialistas en las cuales se advirtió en cómo debería ser aquellos criterios de sanción que imponga el órgano administrativo resolutorio del Instituto Nacional de la Defensa de la Propiedad Intelectual, las cuales fueron de acorde a lo que se analizó en la investigación, sabiendo además que los consumidores vulnerables son quienes en el mercado de transporte no solo importa que la persona satisfaga una necesidad económica como el de transporte sino, que además se necesita que se respeten ciertos valores, porque en este acto actúa una persona con carencia, con necesidades, etc.
- Tenemos que en la entrevista también arrojé como dato válido que las personas no conocen ciertamente su condición de consumidores vulnerables y que suma a ello que tampoco conozcan las instancias pertinentes del Estado a la cual pudieran acudir, cuando uno o más de sus derechos sean afectados por los proveedores.
- Los criterios que los Órganos Resolutivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual al momento de sustentar los casos referentes a consumidores vulnerables en las empresas comerciales de transporte terrestre, los procedimientos administrativos deberían ser, guiándose siempre por el principio de vulnerabilidad ya que este va a ser una línea rectora para emitir justicia siempre a favor de un consumidor vulnerable debido a que se encuentra en un estado más propenso de sufrir prácticas negativas en el mercado, siendo sus decisiones razonables y sabiendo que la sanción gradual administrativa es por Unidad Impositiva Tributaria (UIT), estas deben ser con mayor rigor por los diversos servicios que ofrecen, ya que como se mencionó estos son sujetos vulnerables en el mercado de transporte dándose una afectación más notoria.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los miembros de los órganos resolutores del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, que en sucesivos casos vinculados a consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte terrestre al momento de emitir sus resoluciones su fundamento al principio de vulnerabilidad sea más a fondo ya que hasta el momento en las resoluciones emitidas no se da un criterio sustentable para este principio.
- Se recomienda a los estudiantes del Derecho que pongan énfasis en el tema de vulnerabilidad del consumidor, ya que es un tema importante, lamentablemente poco investigado, de modo que se pueda abarcar más en el mismo, no solo en el plano de mercado de transporte sino además mercado comercial en general ya que es abundante como deduciendo los casos particulares.
- Se recomienda a los ciudadanos o a las Asociaciones de Consumidores que representan en sí a los mismos, en hacer una mayor difusión sobre los Derechos de los Consumidores y la Importancia que tiene el Estado con ellos, cómo y cuándo se debe denunciar, hacer efectivos sus derechos tal cual se susciten en el caso particular, de manera que se pueda ejecutar la política pública que se tiene en el Código de Protección y Defensa del Consumidor respecto al tema de investigación, ya sea con afiches, con charlas, visitando lugares donde se encuentran más concurridos en el caso de mercado de transporte Terrestre (Terminales Terrestres)

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- Actualicese. (2014). *Derecho Comercial*. Recuperado el 23 de septiembre de 2016, de <http://actualicese.com/2014/05/29/que-es-una-empresa-comercial/>
- Alpa, G. (2004). *Derecho del Consumidor*. Lima: Gaceta Jurídica.
- Aparisi A. (2014). *El principio de la dignidad humana como fundamento de un bioderecho global*. Recuperado. <https://www.almudi.org/articulos/8802-El-principio-de-la-dignidad-humana-como-fundamento-de-un-bioderecho-global>
- Arce Gargollo, J. (2000). *Contrato mercantiles atipicos*. México: Editorial Porrúa.
- Archila, A. E. (Noviembre de 2015). *El Contrato de Consumo, La Protección del Consumidor. Guatemala de la Asuncion*, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Asamblea General de las Naciones Unidas. (09 de Abril de 1985). *Protección al Consumidor*. Obtenido de <http://www.un.org/es/documents/ag/res/39/list39.htm>
- Carbonell, E. (2015). *Análisis al Código de Protección y Defensa del Conumidor*. Lima: Jurista Editores EIRL.
- Chaname R. (2015) *La Constitución Comentada*. Volúmen I. Editora y Distribuidoras Ediciones Legales E.I.R.L. Lima.Perú
- Chang, J. (s.a). ¡Compre ahora! ¿Pruebe despues? *Revistas de Derecho de la PUCP*, 200.
- Código Civil. (2016). X. Lima: Jurista Editores.
- Código de Protección y Defensa del Consumidor. (2016). *LEY Nº 29571*. Recuperado de http://www.gacetajuridica.com.pe/boletin-nvnet/img_bol08/COdigo%20de%20protecciOn%20y%20defensa%20del%20consumidor.pdf
- Constitución Política del Perú . (12 de Julio de 1979). *Congreso del Gobierno de Perú*. Recuperado de <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/1999/simplificacion/const/1979.htm>
- DECRETO SUPREMO Nº 039-2000-ITINCI . (s.f.). recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/36537/201735/Decreto+Supremo+N%C2%BA+039-2000-ITINCI.pdf/e9551abc-1352-492e-a948-2b4ceb531737>
- Diez y Ponce, L. (1987). *Derecho y masificación social. Tecnología y Derecho Privada (dos esbozos)* (2a ed.). Madrid: Civitas S.A.
- Espezua S. (2008). *La Protección de la dignidad humana-Principio y Derecho Constitucional Exigibl*. Editorial Asdrus . Arequipa
- Espinoza, J. (s.f). Primeras Reflexión a proposito del Código de Protección y Defensa del Consumidor. *Revistas PUCP*, 164-169. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/viewFile/12116/12682>

- Frustagli S. (2016). *Tutela del Derecho del Consumidor Hipervulnerable en el Derecho Argentino*. Revista del Derecho del Consumidor Numero 1. Buenos Aires Argentina
- Gonzales L. (2014). *La Protección de los Consumidores Vulnerable en el Derecho del Consumo de la UE*. Revista CESCO de Derecho de Consumo. Recuperado de file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaProteccionDeLosConsumidoresVulnerablesEnElDerech-4802059.pdf.
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- INDECOPI. (2016). *Portal de Servicio al Ciudadano*. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <https://www.indecopi.gob.pe/web/atencion-al-ciudadano/-quienes-son-los-consumidores-y-proveedores->
- López, A. (s.a). *INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA*. Universidad de Granada. Recuperado de http://wdb.ugr.es/~abigail/wp-content/uploads/Tema1_Apuntes.pdf
- López Santa Maria, J. (1986). *Los Contratos: Parte General*. Valparaiso, Chile: Editorial Jurídica de Chile. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/97889190/Lopez-Santa-Maria-Los-contratos-parte-general>
- Morales Acosta, A. (s.a). Recuperado el 24 de setiembre de 2016, de http://www.teleley.com/articulos/art_290507.pdf
- Muñiz, M. (S.a). *Estudios de caso en la investigación cualitativa*. Recuperado de http://www.psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/1_estudios-de-caso-en-la-investigacion-cualitativa.pdf
- Salcedo A. (s.f). *Los consumidores Vulnerables*. Recuperado de https://previa.uclm.es/Actividades/repositorio/pdf/doc_3082_3781.pdf.
- Salgado A. (2007). *Liberabit*. Lima: Universidad San Martin de Porres. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/686/68601309.pdf>
- Schwalb, M. (2011). *Reflexiones a proposito del Código de Protección y defensa del consumidor*. Lima: Universidad del Pacifico.
- Sierra, R. (2001). *Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Paraninfo Thomson Learning.
- Vega, Y. (1998). *Consumidor, Contrato y Sociedad*. Lima: Editorial de la Universidad de Lima.
- Vinatea, R. (09 de Julio de 2013). *El Derecho del Consumidor como Nuevo Paradigma del Derecho en una Economía Social de Mercado*. Recuperado de https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/d3685a00405440d3b0d4f647fc427cac/D_Derecho_Consumidor_120713.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=d3685a00405440d3b0d4f647fc427cac

ANEXOS

ANEXO N° 01 MATRIZ DE CONCISTENCIA

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre
PROBLEMA	¿Cómo debería aplicarse a los procedimientos de resolución administrativa del INDECOPI el artículo VI inciso 4 del TP del CPDC respecto a la vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte?
HIPÓTESIS	Debería aplicarse el principio de vulnerabilidad a los procedimientos administrativos de resolución del INDECOPI en beneficio del consumidor vulnerable por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.
OBJETIVO GENERAL	Analizar si se debería aplicar la vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar las posturas que adoptan los entrevistados respecto a la vulnerabilidad a los consumidores por la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre. - Establecer criterios los cuales ayuden al desarrollo y solución de problemas referidos a la vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre.
DISEÑO DEL ESTUDIO	Investigación – acción construye el conocimiento por medio de la práctica, envuelve la transformación y mejora de una realidad, parte de problemas prácticos vinculados a un entorno e implica la total colaboración de los participantes en la detección de necesidades (ya que ellos conocen la problemática a resolver, la estructura a modificar, el proceso a mejorar y las practicas que requieren transformación) y en la implementación de los resultados de estudio.
POBLACIÓN Y MUESTRA	POBLACION: 3 Abogados expertos y/o conocedores de la materia y maestros de la Universidad Cesar Vallejo.
VARIABLES	V1: Vulnerabilidad de los consumidores V2: Relación de consumo con empresas comerciales de transporte terrestre

ANEXO Nº 02 ENTREVISTA

Entrevista a realizarse a abogados especialistas de la materia del Derecho del Consumidor de acuerdo al tema de TESIS titulado “Vulnerabilidad de los Consumidores en la relación de consumo con Empresas Comerciales de Transporte”.

NOMBRE: _____

ENTREVISTADOR: JEAN FRANCO CONTRERAS BERNAOLA

DNI:70208965

Universidad César Vallejo – Chimbote

Ciclo: XI

INSTRUCCIONES: Sírvase a responder las siguientes preguntas que a continuación se le formula:

1. ¿Qué entiende usted por consumidores vulnerables?
2. ¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?
3. ¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el “Artículo VI inciso 4 del TP del CPDC”, gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza, entre otros?
4. ¿Cree usted que los consumidores vulnerables conocen sus derechos para hacerlo valer ante la autoridad competente frente a estos casos del sector Transporte?
5. ¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?
6. A modo de opinión, ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta y ejecutar la política en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado comercial, (gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza)?

DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS:

ANEXO Nº 03 VALIDACIÓN

OFICINA ACADÉMICA DE INVESTIGACIÓN

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a Usted, a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario anexo, el cual será aplicado a:

Arbitradores y/o especialistas del derecho del consumidor
por cuanto considero que sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

Vulnerabilidad de los consumidores en la relación
de consumo con empresas comercial(es)

esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener

Título Profesional de Abogado

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada pregunta que será respondida de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responde al instrumento. Por otra parte se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, DR CHRISTIAN RUIERO HIDALGO, titular del DNI 17870983, de profesión PROFESOR, ejerciendo actualmente como DOCENTE UNIVERSITARIO, en la Institución UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora la INSTITUCIÓN PUBLICA INDECOPI.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

En Chimbote, a los 05 días del mes de Mayo del 2017


Firma
Mg. Christian Ruero Hidalgo
Miembro de la Escuela de Derecho

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, DR CÉSAR CARRANZA ALVAREZ, titular del DNI 18139640, de profesión PROFESOR, ejerciendo actualmente como DOCENTE UNIVERSITARIO, en la Institución UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora la INSTITUCION PUBLICA INDECOPI.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				✓
Amplitud de contenido				✓
Redacción de los Ítems				✓
Claridad y precisión				✓
Pertinencia				✓

En Chimbote, a los 15 días del mes de mayo del 2017


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, DR. *EDUARDO ESTEBAN RIVERO RIVERA*, titular del DNI *18168229*, de profesión PROFESOR, ejerciendo actualmente como DOCENTE UNIVERSITARIO, en la Institución UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora la INSTITUCIÓN PUBLICA INDECOPI.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

En Chimbote, a los *15* días del mes de *MAYO* del *2012*



Firma

ANEXO Nº 04 INSTRUMENTO APLICADO

ENTREVISTADO Nº 01

ENTREVISTA

Entrevistado: *David Hugo Palacios Lopez* DNI: 32949354

Entrevistador: CONTRERAS BERNAOLA JEAN FRANCO DNI: 70208965
Universidad Cesar Vallejo – Chimbote

1. ¿Qué entiende usted por consumidores vulnerables?
2. ¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?
3. ¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el "Artículo VI inciso 4 del TP del CPDC", gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza, entre otros?
4. ¿Cree usted que los consumidores vulnerables conocen sus derechos para hacerlo valer ante la autoridad competente frente a estos casos del sector Transporte?
5. ¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?
6. A modo de opinión, ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta y ejecutarla política en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado comercial, (gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza)?

DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS:

1. El consumidor vulnerable es aquella persona que está sujeta a situaciones físicas, fisiológicas, mentales para un normal acceso de consumo de bienes y servicios.
2. Los criterios de sanción que debe aplicar INDECOPI, a las empresas de Transporte, en caso de personas vulnerables, debe ser de acuerdo a la gravedad de los hechos suscitados y al daño causado.

- 3º: Las sanciones deben ser primero de acuerdo a los
omisiones incurridas causas \Rightarrow efectos, el daño causado
y las reincidencias de las faltas.
- 4º: Mayormente los consumidores desconocen sus derechos,
como también desconocen sus obligaciones, en el sector
Transporte. Sin embargo en el caso de los consumidores
vulnerables no hay una deficiencia completa sobre el derecho
de estar de parte de INDECOPI.
- 5º: INDECOPI, debe actuar inmediatamente y a través de un
proceso abreviado, por las condiciones mismas de estos
consumidores.
- 6º: Yo pienso que los empresas que realizan prácticas contrarias
al derecho de los consumidores vulnerables, el Estado debe
dar prioridad y énfasis, porque se trata de un consumidor
especial, con discapacidad parcial o total, pero que está sujeto
al consumo en este caso de servicios de Transporte, que en muchos
de los casos están realizando prácticas contrarias al derecho. (Ej.
no tienen un lugar apropiado en el vehículo para estos personas,
no tienen rampas, servicios higiénicos acondicionados ~~discriminados~~).


David Palacios López
ABOGADO
REG. C.A.S. Nº 1192

ENTREVISTADO Nº 02

ENTREVISTA

Entrevistado: *Maria Eugenia Zavallos Lojaga* DNI: *18190178*

Entrevistador: CONTRERAS BERNAOLA JEAN FRANCO DNI: 70208965
Universidad Cesar Vallejo – Chimbote

1. ¿Qué entiende usted por consumidores vulnerables?
2. ¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?
3. ¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el "Artículo VI inciso 4 del TP del CPDC", gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza, entre otros?
4. ¿Cree usted que los consumidores vulnerables conocen sus derechos para hacerlo valer ante la autoridad competente frente a estos casos del sector Transporte?
5. ¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?
6. A modo de opinión, ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta y ejecutar la política en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado comercial, (gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza)?

DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS:

1. Un consumidor vulnerable sería aquel que dentro de una relación de naturaleza económica, se encuentra en una situación susceptible de ser perjudicado, pues en el otro extremo contamos con estas personas que se encuentran en una situación de prosperidad económica.
2. Los criterios para sancionar tendrían que ser, primero, identificar el grado de infracción de las Empresas Comerciales, en grado moderada o leve, a fin de imponer la sanción adecuada con criterio de proporcionalidad.

3. La sanción, según lo explique en la respuesta anterior.
Tendría que ser de acuerdo a la infracción cometida.

4. No, al menos en su mayoría desconozco que D^e y por esta razón se produce su vulnerabilidad y abuso por parte de las Empresas

5. Hacélos cumplir, hacélos efectivos

6. Si, es una obligación del Estado. Aquí se trata de equilibrar una desigualdad. Por parte del Estado se necesitan de Acción Positiva por parte del E^o a fin de equiparar esta desigualdad.



ENTREVISTADO Nº 03

ENTREVISTA

Entrevistado: Graciano Chávez Arce DNI: 32970397

Entrevistador: CONTRERAS BERNAOLA JEAN FRANCO DNI: 70208965
Universidad Cesar Vallejo – Chimbote

1. ¿Qué entiende usted por consumidores vulnerables?
2. ¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución final del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?
3. ¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el artículo VI inciso 4 del TP del CPDC, gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza?
4. ¿Cree usted que los consumidores vulnerables conocen sus derechos para hacerlo valer ante la autoridad competente frente a estos casos del sector Transporte?
5. ¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?
6. ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado comercial (gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza)?

DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS

1.- Que son todas las personas que participan como consumidores y que son propensas a que sean egredidos sus derechos.

4. Falta mayor difusión de los derechos de los consumidores vulnerables.

5. Debe de ejecutar sus resoluciones, y no caer en letra muerta.

6. Si, debería de considerarse como asignatura de secundaria y de esta forma de jóvenes saber nuestros derechos, y de esta forma mejorar nuestra calidad de vida.


Francisca Chávez Arce
ABOGADO
C.A.B. 344

ENTREVISTADO Nº 04

ENTREVISTA

Entrevistado: *Mónica Panta Casariego* DNI: *32720078*

Entrevistador: CONTRERAS BERNAOLA JEAN FRANCO DNI: 70208965
Universidad Cesar Vallejo – Chimbote

1. ¿Qué entiende usted por consumidores vulnerables?
2. ¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?
3. ¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el "Artículo VI inciso 4 del TP del CPDC", gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza, entre otros?
4. ¿Cree usted que los consumidores vulnerables conocen sus derechos para hacerlo valer ante la autoridad competente frente a estos casos del sector Transporte?
5. ¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?
6. A modo de opinión, ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta y ejecutar la política en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado comercial, (gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza)?

DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS:

- ① El consumidor vulnerable sería aquel que está en la posición de desventaja por ser especial dentro de la relación de consumo, quienes están expuestos a ser transgredidos. el derecho del consumidor lo protege ante los proveedores que utilizan prácticas contrarias en perjuicio del mismo usuario o consumidor.
- ② En principio estos deben ser de acuerdo a la naturaleza del consumidor vulnerable, ya que la condición que estos están expuestos son más propensos a que su derecho se vulnere, con sanciones a conciencia, con criterios de acuerdo a lo que establece el mismo Código del Consumidor.

- ③ Estos sanciones deben ser a lo que describe el artículo III del mismo código, siendo con la gravedad de acuerdo a lo que describe porque todas tienen una edición necesaria y merecen que este de acuerdo a sus necesidades
- ④ No, los consumidores por la misma condición en la que están no conocen sus derechos, porque no se le hace saber, ya que estos mismos no se determinan a quien deben acudir para su apoyo, no tienen claro a cual autoridad
- ⑤ Simplemente a cumplir con lo que ellos disponen en sus resoluciones, hacerlas efectivas en merito a estos, conllevando al estricto cumplimiento
- ⑥ Si, lo que el Estado debe hacer es plantear una política que le quite esta misma potestad de defender de los consumidores por que como está en la presente sus consumidores expuestos y su trato debe ser con mas delicadesa, enseñando al respeto, tolerancia, solidaridad, desde que pisamos cualquier lugar, incluso entidades del Estado mismo atribuye, por que a simples palabras todos somos consumidores.

Mónica Patricia Pantoja Casapayo
ABOGADA
C.A.S.N.P. 2113

ENTREVISTADO Nº 05

ENTREVISTA

Entrevistado: Anai Cathua Vigo Ruiz DNI: 44807878

Entrevistador: CONTRERAS BERNAOLA JEAN FRANCO DNI: 70208965
Universidad Cesar Vallejo – Chimbote

1. ¿Qué entiende usted por consumidores vulnerables?
2. ¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?
3. ¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el "Artículo VI inciso 4 del TP del CPDC", gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza, entre otros?
4. ¿Cree usted que los consumidores vulnerables conocen sus derechos para hacerlo valer ante la autoridad competente frente a estos casos del sector Transporte?
5. ¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?
6. A modo de opinión, ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta y ejecutarla política en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado comercial, (gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza)?

DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS:

- 1.- Los consumidores vulnerables, las personas que resulten ser más propensos en víctimas de prácticas contrarias a su derechos.
- 2.- Los criterios de sanción en la resolución de INDECOPI, deben ser más drásticos y eficaces, ya que son personas más propensas en ser víctimas de prácticas negativas en el mercado.
- 3.- Depende al grado de gravedad frente a los consumidores descritos en el Artículo VI, inciso 4 del TP del CPDC.

- 4.- Actualmente las personas no conocen sus derechos como consumidores vulnerables, es por ello que las empresas aprovechan de esta situación con personas no capacitadas en el tema.
- 5.- Indecopi, deberá ser más drástico en sus sanciones ya que se está vulnerando sus derechos constitucionales.
- 6.- Claro, se debería de dar -

ANEXO Nº 05 EVIDENCIAS

Fotografías de la Entrevista hecha para los especialistas en el tema de investigación.





ANEXO Nº 06: ARTICULO CIENTIFICO

“VULNERABILIDAD DE LOS CONSUMIDORES EN LA RELACIÓN DE CONSUMO CON EMPRESAS COMERCIALES DE TRANSPORTE TERRESTRE”.

AUTOR:

JEAN FRANCO CONTRERAS BERNAOLA

jeanfranco.cb@hotmail.com

**UNIVERSIDAD PRIVADA “CESAR VALLEJO – CHIMBOTE”
FACULTAD DE DERECHO**

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por título “Vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con Empresas Comerciales de Transporte Terrestre”. Asimismo tiene por objetivo general Analizar si se debería aplicar el principio de vulnerabilidad de los consumidores en la relación de consumo con empresas comerciales de transporte, en razón a que a las resoluciones Administrativas del INDECOPI en tanto refieran a los consumidores vulnerables deban ser acorde a las necesidades de cada consumidor quienes se encuentren dentro de la misma. A efectos de darle un fundamento doctrinario a la presente, se realizó la entrevista ya que el método cualitativo Orientados a la Toma de decisiones con diseño Investigación - Acción Participativo, permite realizar la técnica del cuestionario a especialistas en el Derecho del Consumidor, entre ellos especialistas del tema de investigación para poder resolver las preguntas planteadas. En síntesis el tema de investigación busca en que debería aplicarse a las resoluciones del INDECOPI el principio de vulnerabilidad, que tengan en consideración que son consumidores de condición vulnerable de acuerdo a la Política Publica que tiene el Código de Protección y Defensa del Consumidor en el artículo VI inciso 4 del Título Preliminar la cual concluye que los criterios que el INDECOPI las resoluciones administrativas deberían ser en tanto a la gravedad de lo sucedido por estos gozan de una especial protección siendo debidamente sancionados.

Palabras Claves: Vulnerabilidad de los consumidores, Empresas Comerciales de Transporte, Resoluciones Administrativas, INDECOPI, relación de consumo, Mercado de Transporte.

ABSTRACT

The present research work is entitled "Vulnerability of consumers in the relationship of consumption with commercial land transport companies". It continues to have a general objective the use of the principles of consumer vulnerability in the relation of consumption with the commercial transport companies, reason that the resolutions the companies of INDECOPI as far as they refer to the vulnerable consumers must be according to the Needs Of each consumer who are within it. In order to give a doctrinal basis to the present, the interview and the qualitative method were made Orientation to the Taking of the decisions with the design Investigation - Participatory Action, to realize the technique of the questionnaire to the specialists in the Right of the Consumer, among them the specialist of the research topic to solve the questions posed. In summary, the research topic seeks to determine the principle of vulnerability in the resolutions of INDECOPI, which takes into account that consumers of the vulnerable condition according to the Public Policy that has the Code of Protection and Consumer Protection In Article VI, paragraph 4, of the Preliminary Title, which conclusion that the criteria that INDECOPI administrative decisions are to be insofar as to the seriousness of what happened by them enjoy a special protection that are duly sanctioned.

Keywords: Consumer vulnerability, Commercial Transport Companies, Administrative Resolutions, INDECOPI, consumer relation, Transport Market.

INTRODUCCIÓN

El tema de investigación nace con el interés de la problemática referida al consumidor visto en el mercado de Transporte como en principio un consumidor débil, partiendo de esto se sitúan los consumidores muchos más frágiles que los débiles, llamados y denominados por el Código de Protección y Defensa del Consumidor como vulnerables, las cuales lo indica como Política Publica en el Artículo VI inciso 4 del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en mención a esto debería tratarse como un principio las cuales ayuden al Órgano Administrativo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual, la cual utilicen ese artículo llamado Principio de Vulnerabilidad para la correcta aplicación y la sanción pertinente a las empresas comerciales de transporte terrestre ya que estos teniendo la posición fuerte en la relación de consumo, este principio debe ser sustentable en torno a analisis y decisión del propio órgano en sus procedimientos administrativos, la cual se acerquen a las necesidades que tiene este grupo de consumidores denominados Vulnerables (como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores,

personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza” dejando la posibilidad de que se puedan incluir otras personas más) tal como indica la Profesora Claudia Lima Marques “se podría afirmar que la vulnerabilidad es más un estado de la persona, un estado inherente de riesgo o una señal de confrontación excesiva de intereses identificado en el mercado, es una situación permanente o provisional, individual o colectiva, que debilita, enflaquece al sujeto de derechos, desequilibrando la relación.”, la cual debe utilizarse en los criterios de sanción para las empresas comerciales de transporte terrestre, teniendo así la correcta aplicación de este principio.

MÉTODO

El presente trabajo de investigación se ha desarrollado de la siguiente manera:

EN CUANTO AL DISEÑO

Investigación – Acción.-

Construye el conocimiento por medio de la práctica, envuelve la transformación y mejora una realidad, parte de problemas prácticos vinculados a un entorno e implica la total colaboración de los participantes en la detección de necesidades, (en tanto conociéndose la problemática a resolver, en modificar la estructura, mejorar el procedimiento y sobre todo las prácticas que se necesitan transformar) y además en implementar los resultado de estudio.

EN CUANTO AL ESCENARIO DE ESTUDIO Y LA CARACTERIZCION DE SUJETOS:

Escenario de estudio

Se tuvo estudio jurídico, oficinas de Abogados expertos y/o conocedores, Abogado Maestro de la Universidad César Vallejo, conocedores del tema de investigación dentro de la ciudad de Chimbote y el distrito de Nuevo Chimbote.

Caracterización de sujetos

A través del instrumento de análisis elegido, siendo el caso la entrevista, se aplicó a profesionales en la rama del Derecho, a fin que brinden información confiable y autentica, para el desarrollo de la presente Tesis, por ende, se les aplico la entrevista a Abogados Conocedores y Especialista en Derecho Administrativo, Derecho Comercial, Derecho Civil.

EN CUANTO AL PROCEDIMIENTO:

Población:

Se hizo la aplicación a 5 expertos en la materia del derecho del consumidor.

Técnica:

La Entrevista es una técnica que define mediante el cual una persona requiere de información directa de otra con la relación personal de uno o más sujetos, siendo uno de ellos (entrevistado), que requiere poseer importante información que proporciona a otro sujeto (entrevistador).

Instrumento:

El instrumento que se ha utilizado es el Cuestionario que se define como el formato redactado con preguntas para ser utilizado por el entrevistador para obtener información del Entrevistado, aplicándolo de manera individual o colectiva, personal o vía correo electrónico siempre en relación de las variables y sus indicadores.

RESULTADOS

Las preguntas de la entrevista están enfocadas en tanto las sanciones de las cuales las empresas comerciales de transporte terrestre deberían merecer, ya que se tratan de consumidores vulnerables y estos son distintamente a los débiles por sus necesidades en el mercado de transporte, la sanción gradual debe ser con mayor rigor bajo el principio de la vulnerabilidad.

1. ¿Qué entiende usted por consumidores vulnerables?

f) Los consumidores vulnerables. Las personas que resultan ser más propensos en víctimas de prácticas contrarias a sus derechos.

2. ¿Cuál cree usted que podrían ser los criterios de sanción en la resolución del INDECOPI en el caso de consumidores vulnerables por empresas comerciales de transporte?

Que debería sancionarse con mayor énfasis o rigidez y/o castigo.

3. ¿Cómo cree que debería ser la sanción ante las empresas comerciales de transporte cuando se transgrede a los consumidores descritos en el “Artículo VI inciso 4 del TP del CPDC”, gestantes, niños, niñas, adultos mayores, personas discapacitadas, personas de extrema pobreza, entre otras?

Estas sanciones deben ser a lo que describe el artículo VI inciso 4 del CDPC, siendo con la gravedad de acuerdo a lo descrito porque todos tienen una condición necesaria y merecen que esté de acuerdo a sus necesidades.

4. **¿Cree usted que los consumidores vulnerables conocen sus derechos para hacerlo valer ante la autoridad competente frente a estos casos de empresas comerciales de transporte?**
- f) No, al menos en su mayoría desconocen sus Derechos, y por esta razón se produce su vulnerabilidad y abuso por parte de las empresas comerciales de transporte.
5. **¿Cómo debe actuar INDECOPI ante las sanciones que el mismo impone a las empresas comerciales de transporte por casos de consumidores vulnerables?**
- f) Hacerla cumplir, hacerlas efectivas.
6. **A manera de opinión, ¿Cree usted que las prácticas contrarias al derecho en consumidores vulnerables, se debería poner más atención, dicho sea de paso crear una política más abierta y ejecutar la política en tanto sea a favor de estas personas que tienen una condición especial en el mercado de transporte (gestantes, niñas, niños, adultos mayores, discapacitados, personas de extrema pobreza)?**
- f) Sí, es una obligación del Estado, aquí se trata de equilibrar una desigualdad, por parte del Estado, se necesitan de Acciones Positivas por parte del Estado a fin de equiparar esta desigualdad.

DISCUSIÓN

En torno al consumidor vulnerable se debe entender como aquella persona humana, como aquel consumidor expuesto a la relación de consumo, que tiene una condición específica en el mercado, dándole la protección como política pública en el código de protección y defensa del consumidor, siendo también una protección constitucional, rigiendo a los mismos derechos que tienen todas las personas en el trato digno y racional, para celebrar buenas prácticas de derecho, para con la sociedad jurídica, para con la sociedad civil, consumidora, en general, en principio siendo un derecho constitucional como lo dice nuestra constitución política del Perú en su artículo 1. “Defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad es el fin supremo de la sociedad y del Estado”. Se entiende que las cuestiones en tanto refieran al consumidor vulnerable el estado está facultado en dicha objeción para proteger englobando la dignidad como dice Chaname (2015) “La persona humana al máximo grado de consideración al interior de nuestro ordenamiento, es en función a ella en que va a girar toda la producción normativa, teniendo como en principio la defensa de la misma” cabe recalcar que una de las posturas de entrevistados tienden a definirlo como personas con derechos constitucionales tal cual lo dice la propia carta magna, pero que es lo que significa ser vulnerable, así como al momento que los Órganos Resolutivos impartan justicia en sus resoluciones estos deben tenerse en cuenta

ciertos puntos, tal cual se menciona en la Resolución N° 1008-2013/SPC-INDECOPI aunque no se vincula al tema de la investigación, la resolución citada guarda relevancia porque en ella la autoridad de consumo desarrolló ampliamente tema de la vulnerabilidad del consumidor y sus manifestaciones precisamente en el considerando número 50, Claudia Lima Marques “sostiene que se podría afirmar que la vulnerabilidad es más un estado de la persona, un estado inherente de riesgo o una señal de confrontación excesiva de intereses identificado en el mercado, es una situación permanente o provisional, individual o colectiva, que debilita, enflaquece al sujeto de derechos, desequilibrando la relación consumidores reconocidos por el estado como vulnerables tal como lo indica el Artículo VI inciso 4 del TP. Del CPDC donde indica por números apertus que “El estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores, personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza”, debiendo aplicar de manera extensa el principio que este mismo, que es reconocido además como una política pública que se debe hacer prevalecer siempre.

CONCLUSIONES:

- Tenemos que debería aplicarse el principio que determina que ciertos consumidores son vulnerables, esta debería ser una regla que informe y se aplique en las decisiones que resuelve el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, autoridad administrativa, cuando se resuelvan casos vinculados al mercado de transporte, en las cuales exista la presencia de un proveedor contratante con sujetos situados en esos estados de vulnerabilidad (Artículo VI inciso 4 del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor), ya que siendo los proveedores contratante con posición fuerte en la relación de consumo, deben ser debidamente sancionados.
- Los criterios que los Órganos Resolutivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual al momento de sustentar los casos referentes a consumidores vulnerables en las empresas comerciales de transporte terrestre, los procedimientos administrativos deberían ser, guiándose siempre por el principio de vulnerabilidad ya que este va ser una línea rectora para emitir justicia siempre a favor de un consumidor vulnerable debido a que se encuentra en un estado

más propenso de sufrir prácticas negativas en el mercado, siendo sus decisiones razonables y sabiendo que la sanción gradual administrativa es por Unidad Impositiva Tributaria (UIT), estas deben ser con mayor rigor por los diversos servicios que ofrecen, ya que como se mencionó estos son sujetos vulnerables en el mercado de transporte dándose una afectación más notoria.

RECONOMIENTO

Agradezco a mis padres, a mi hermano, a mis maestros, a mis compañeros, a Mg. Carranza Álvarez Cesar, y Dr. Alba Callacna Rafael por el apoyo en la ayuda con el desarrollo de la Tesis, de igual modo a mi Director de Escuela Mg. Romero Hidalgo Christian a la parte administrativa de Escuela a los docentes que intervinieron también en este desarrollo de Tesis, por sus conocimientos aportados, por su apoyo en torno a la investigación.

BIBLIOGRAFÍA

Actualicese. (2014). *Derecho Comercial*. Recuperado el 23 de septiembre de 2016, de <http://actualicese.com/2014/05/29/que-es-una-empresa-comercial/>

Alpa, G. (2004). *Derecho del Consumidor*. Lima: Gaceta Jurídica.

Aparisi A. (2014). *El principio de la dignidad humana como fundamento de un bioderecho global*. Recuperado. <https://www.almudi.org/articulos/8802-El-principio-de-la-dignidad-humana-como-fundamento-de-un-bioderecho-global>

Carbonell, E. (2015). *Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Lima: Jurista Editores EIRL.

Chaname R. (2015) *La Constitución Comentada*. Volúmen I. Editora y Distribuidoras Ediciones Legales E.I.R.L. Lima. Perú

Gonzales L. (2014). *La Protección de los Consumidores Vulnerable en el Derecho del Consumo de la UE*. Revista CESCO de Derecho de Consumo. Recuperado de <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaProteccionDeLosConsumidoresVulnerablesEnElDerech-4802059.pdf>.

Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Salcedo A. (s.f). *Los consumidores Vulnerables*. Recuperado de https://previa.uclm.es/Actividades/repositorio/pdf/doc_3082_3781.pdf.

Vinatea, R. (09 de Julio de 2013). *El Derecho del Consumidor como Nuevo Paradigma del Derecho en una Economía Social de Mercado*. Recuperado de https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/d3685a00405440d3b0d4f647fc427cac/D_Derecho_Consumidor_120713.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=d3685a00405440d3b0d4f647fc427cac

