



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en
productos, servicios de telefonía, distrito de Los Olivos, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Abogado

AUTOR:

Laurente Mendoza, Juan Carlos (orcid.org/0000-0002-8882-9141)

ASESORA:

Mg. Garcia Diaz, Consuelo Elizabeth (orcid.org/0000-0001-7603-7377)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estudio sobre los Actos del Estado y su Regulación entre Actores Interestatales
y en la Relación Publica Privada, Gestión Pública, Política Tributaria y
Legislación Tributaria

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a dios, por la oportunidad de estar al lado de mis seres queridos, a mi madre por ser el motor y motivo de mi existencia le agradezco su incondicional apoyo que ha sido fundamental en este camino. Tus palabras de aliento, tu sacrificio y tu amor incondicional me han dado la fuerza necesaria para perseverar y alcanzar mis metas. Y a mi padre que está en el cielo, esta investigación es un tributo a su amor y dedicación constante. Tus valores, enseñanzas y ejemplo de vida siguen guiándome y motivándome a seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Mg. García Díaz, Consuelo Elizabeth por su dedicación, compromiso, su sabiduría y experiencia como docente. Su pasión por la enseñanza ha sido inspiradora, y su capacidad para transmitir los conceptos de manera clara y concisa ha facilitado mi comprensión y crecimiento académico. Además, quiero expresar mi gratitud a la Universidad César Vallejo, que ha sido el lugar donde he tenido la oportunidad de desarrollarme y formarme como profesional.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCIA DIAZ CONSUELO ELIZABETH, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022", cuyo autor es LAURENTE MENDOZA JUAN CARLOS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 05 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GARCIA DIAZ CONSUELO ELIZABETH DNI: 10730037 ORCID: 0000-0001-7603-7377	Firmado electrónicamente por: CGARCIADI21 el 11- 07-2023 16:04:42

Código documento Trilce: TRI - 0572034





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, LAURENTE MENDOZA JUAN CARLOS estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
JUAN CARLOS LAURENTE MENDOZA DNI: 43696043 ORCID: 0000-0002-8882-9141	Firmado electrónicamente por: LAURENTEME el 05- 07-2023 21:33:11

Código documento Trilce: TRI - 0572036

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	12
3.3 Escenario de estudio	12
3.4 Participantes	13
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.6 Procedimiento	16
3.7 Rigor científico	16
3.8 Método de análisis de datos	17
3.9 Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	18
V. CONCLUSIONES.....	38
VI. RECOMENDACIONES.....	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS.....	47

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01: Matriz de categorización.....	12
Tabla 02: Lista de Participantes	13
Tabla 03: Lista de documentos	15
Tabla 04: Validación del instrumento-Guía de entrevista	16
Tabla 05: Validación de instrumentos - Guía documental	17
Tabla 06: De la discusión del Objetivo General.....	30
Tabla 07: De la discusión del Objetivo Específico 1	32
Tabla 08: De la discusión del Objetivo Específico 2	35

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

	Pág.
Gráfico 01: Resultados.....	19
Gráfico 02: Resultados.....	22
Gráfico 03: Resultados.....	26
Gráfico 04: Método de Triangulación	29

RESUMEN

En la investigación titula; La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022, teniendo como objetivo general determinar de qué manera la asimetría informativa vulnera el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022. La metodología que se ha empleado en la investigación fue de enfoque cualitativo de carácter básico, utilizando un diseño de teoría fundamentada con un nivel descriptivo. Los principales instrumentos utilizados fueron la guía de entrevista y guía de análisis documental. Además, se utilizó el método de triangulación para el análisis de los resultados obtenidos.

El resultado principal fue que la asimetría informativa vulnera el derecho del consumidor por la falta de información por parte de los proveedores de telefonía, y como conclusión tenemos que la desinformación conlleva a que los consumidores tomen decisiones erróneas al momento de adquirir el producto y/o servicio.

Palabras clave: Asimetría informativa, derecho del consumidor, deber de información, libertad de elección y transparencia de información.

ABSTRACT

In the research titled; The information asymmetry and the right to consumer protection in products, telephone services, District of Los Olivos, 2022, having as a general objective to determine how the information asymmetry would violate the right to consumer protection in telephony products and services in the district of Los Olivos, 2022. The methodology used in the research was a basic qualitative approach, using a grounded theory design with a descriptive level. The main instruments used were the interview guide and the documentary analysis guide. In addition, the triangulation method was used for the analysis of the results obtained.

The main result was that the information asymmetry violates the right of the consumer due to the lack of information on the part of telephone providers, and as a conclusion we have that misinformation leads consumers to make wrong decisions when purchasing the product and / or service.

Keywords: Information asymmetry, consumer law, duty of information, freedom of choice and transparency of information.

I. INTRODUCCIÓN. - En cuanto al enfoque temática, considerando que la existencia permanente del ser humano en sociedad siempre tuvo la necesidad de realizar el intercambio de productos y servicios para satisfacerse, es así como nace el comercio donde las personas intercambiaban sus productos de igual valor. Al pasar de los años se dio la necesidad de cuidar la seguridad e integridad de los participantes creando derechos y obligaciones para mantener un equilibrio en el mercado. El proceso de evolución del derecho de protección al consumidor se dio con la revolución francesa abarcando a nivel internacional, en la actualidad este derecho se ha desarrollado para proteger al consumidor, por ser la parte más débil.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información. En nuestro entorno sobresale la asimetría informativa, que es un problema importante, dado que los consumidores podrían no contar con información suficiente.

En Perú en los años 90 se realizó cambios en el Estado, y su principal prioridad fue crear un nuevo modelo institucional, entregando empresas públicas a manos privadas, y como consecuencia generó un sistema jurídico nuevo e innovador, tanto el derecho del consumidor y el derecho de competencia estuvieron presentes. Nuestra Constitución ampara al derecho del consumidor.

El crecimiento económico del distrito de los olivos generó el interés de los inversionistas para la creación de nuevas empresas, y por ello se observó la instalación de centros comerciales que brindan toda clase de servicios y productos, solucionando así las necesidades de los consumidores. Sin embargo, se observó que las grandes empresas vulneraron los derechos de los consumidores para lograr sus objetivos personales.

Por lo mencionado se formuló el problema general: ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría al derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022?, y para

responder el problema general se planteó como problema específico numero 1: ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022? y como problema específico numero 2: ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual en productos y servicios de telefonía garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios en el distrito de los Olivos, 2022?.

Es necesario incluir en la justificación teórica los conceptos de asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor, ya que se percibió que los consumidores no se sentían satisfechos con los productos y servicios de telefonía, el resultado brindará conocimiento para solucionar los problemas de mejor manera.

Con respecto a la justificación practica es necesario que las autoridades encargadas de proteger los derechos del consumidor sean rigurosas al sancionar las malas prácticas de los empresarios.

Por último, en la justificación metodológica se busca obtener aportes a través de las preguntas en las guías de entrevistas siguiendo el procedimiento metodológico.

Es por ello que se planteó como objetivo general: Determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022, y como objetivo específico 1: Establecer de qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022, y como objetivo específico numero 2: Determinar de qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022.

Como **contribución** en esta investigación, es ampliar el conocimiento teórico y práctico para que el consumidor reconozca cuales son los mecanismos que pueden utilizar para hacer respetar, garantizar el acceso a la información sobre los productos y servicios que adquieren en las empresas de telefonía, buscar disminuir la asimetría informativa en el mercado, asegurando que los consumidores tengan

la capacidad de tomar decisiones informadas para lograr satisfacer sus necesidades sin vulnerar sus derechos.

Igualmente, la **relevancia** del problema de la asimetría informativa incluye la necesidad de proteger al consumidor ya que los proveedores tienen información privilegiada y esto no garantiza el acceso a información adecuada y veraz para tomar decisiones, por ello implica la necesidad de establecer medidas para reducir la asimetría informativa, como promover la transparencia de información, fomentar políticas de protección y defensa del consumidor. También es necesario fortalecer la regulación en este sector para asegurar que los proveedores cumplan con las normas de protección al consumidor y se les responsabilice en caso de infringirlas.

Para terminar, como **supuesto general** de la investigación se tiene: La asimetría informativa vulnera el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía, porque muchas veces el proveedor oculta cierta información que es relevante para que el consumidor no caiga en error al momento de realizar una adquisición de un producto o servicio y como **supuesto específico 1**: La asimetría informativa, no garantiza la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía, debido a que toda información que se le proporciona al consumidor debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, oportuna y apropiada, y como **supuesto específico 2**: El deber de información frente a la igualdad contractual garantiza el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía, debido a que todos los proveedores tienen la obligación de suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo relacionado con las características esenciales de los productos y servicios.

II.- MARCO TEÓRICO. – El objetivo de este apartado es presentar los estudios y trabajos previos relevantes, como las tesis nacionales e internacionales y los artículos de revistas indexadas a nivel nacional e internacional. Todo esto con el fin de apoyar la respuesta a los objetivos establecidos en nuestra tesis, **Conforme a los antecedentes nacionales**, Alvites (2015) en su tesis “Los cambios de criterio en las resoluciones emitidas por Indecopi en materia de protección al consumidor, con especial referencia a la aplicación del principio de protección de la confianza legítima”. El objetivo de esta investigación descriptiva fue analizar dichos cambios en las pautas interpretativas de los órganos administrativos de Indecopi en materia de consumo a través del principio mencionado. Se concluye que en nuestro sistema jurídico se da una importancia primordial a la protección del consumidor y que, por lo tanto, se les concede protección tanto en forma de principio como de derecho subjetivo.

Villegas (2017) en su tesis “El problema con la idoneidad y los incentivos en el sistema de Protección al Consumidor en el Perú”. El objetivo de la investigación es dar a conocer que la aplicación del código, actúa en despropósito de su protegido, utiliza un enfoque cualitativo. Concluye que Indecopi no ha tomado en cuenta el funcionamiento adecuado de la norma en el mercado y señalar la necesidad de mejorar el sistema en su totalidad.

Se menciona como trabajos previos, como **antecedentes a nivel internacional** tenemos, Badilla (2015) en su tesis “La protección efectiva del consumidor costarricense en el comercio electrónico: una propuesta basada en el derecho comparado”. El objetivo de la investigación fue identificar las reformas necesarias en el marco jurídico de costa rica para garantizar una defensa efectiva de los derechos del consumidor. Se utiliza la selección de fuentes de información como una herramienta para recolectar normativa, jurisprudencias y doctrinas a nivel nacional e internacional. Concluye que la jurisprudencia estadounidense, argentina y brasileña ha ejecutado ingeniosas soluciones a casos de autenticidad en los contratos abusivos de adhesión electrónicos.

Rivera (2018) llevó a cabo una investigación sobre “la protección de los derechos del consumidor en el marco jurídico de la República Dominicana”, centrada en el análisis de la Ley N°. 358-05 de protección general de los derechos del consumidor.

En su tesis, utilizó la recolección de fuentes de información, incluyendo normativas, jurisprudencias y doctrinas nacionales e internacionales, para abordar el tema desde una perspectiva de protección jurídica. Llegó a la conclusión de que, específicamente, la investigación revela la necesidad de fortalecer dicha ley y modificarla en el futuro.

Pérez (2014) ha llevado a cabo una investigación sobre la protección del consumidor por publicidad engañosa en Ecuador. El objetivo principal de la tesis es llevar a cabo un análisis del contenido de las normativas que se encargan de la regulación de la publicidad engañosa y de los procedimientos existentes en las mismas. La investigación tuvo un enfoque cualitativo. Concluye que la principal falencia legal que no permite garantizar la protección al consumidor es la falta de juzgados especializados en la materia.

Se procedió a explorar los **enfoques teóricos** en relación a las categorías y subcategorías, focalizándose en la primera categoría: **Asimetría informativa**, se tiene que la **Teoría de la información asimétrica**, Nunes (2019) explica en su artículo científico, la teoría se basa en la premisa de que los distintos agentes que participan en un mercado no disponen de la misma información, lo que significa que la información en los mercados está desequilibrada. Así mismo Herrera (2015) explica que la información asimétrica ocurre cuando una de las partes posee más y mejor información que la otra. En este contexto, los ejecutivos de las organizaciones pueden tomar decisiones que favorezcan sus intereses en perjuicio de los intereses de los representados.

En relación a la subcategoría uno Transparencia de Información, encontramos la **Teoría de la libertad de expresión**, Schauer (2014) en la revista científica nos dice que existen diferentes perspectivas sobre el impacto de la transparencia en los procesos y resultados. Algunos argumentan que la información abierta es fundamental para lograr mercados eficientes, y que la transparencia es necesaria para lograr esta eficiencia. Sin embargo, otros argumentan que la relación entre transparencia y resultados óptimos no es directa y que se deben considerar diferentes contextos y perspectivas (p. 92). Según Mena (2020), se afirma que en la actualidad es posible constatar un desarrollo normativo en cuanto a la transparencia y el acceso a la información, así como una formalización de ello en

leyes de transparencia, en línea con los debates mencionados anteriormente y particularmente en consonancia con iniciativas de Gobierno Abierto.

En cuanto a la subcategoría dos el derecho de Libertad de Elección, tenemos la **Teoría de la libertad de elección**, nos dice Romero (2014) es esencial examinar las teorías que se originaron en la cultura occidental y su relevancia en la comunidad científica debido a que la libertad, como principio fundamental de la racionalidad, tiene una gran influencia en nuestras acciones diarias y depende de nuestros deseos (p. 170). Para Ruiz (2018) la idea de la soberanía del consumidor según Hutt, se basa en la capacidad del consumidor para tomar decisiones libres en el mercado y determinar así cómo se asignan los recursos productivos. Para garantizar que los consumidores puedan ejercer tal libertad de elección, es fundamental comprender su verdadero significado y las políticas correspondientes que el Estado debe implementar o no, para asegurar el pleno ejercicio de tal libertad (p. 73).

En relación a la segunda categoría de Derecho de Protección del Consumidor, según la **Teoría de los derechos humanos del consumidor**, Durand (2019) expone que se refiere a un sistema legal que incluye normas, principios e instituciones enfocados en la justicia y equidad en el mercado, sin importar si la ley es buena o mala. Este enfoque sistémico busca la validez y eficacia de las normas y se adhiere a la teoría del derecho del consumidor como un derecho social, cumpliendo así con el razonamiento garantista y el discurso dogmático en la disciplina del derecho del consumidor (p. 125). Así mismo Sayas, Arrieta y Latorre (2018) explican que, en Colombia, el derecho de consumo es relativamente nuevo, ya que solo a partir de los años 80 se emitió un estatuto del consumidor. Sin embargo, este derecho ha adquirido raíces constitucionales con la Carta Política de 1991, que protege a los consumidores en su rol de destinatarios finales de bienes y servicios en las relaciones de consumo. (p. 63).

En relación a la subcategoría uno de deber de información, **la teoría de los actos propios y del principio de la confianza legítima**, Villalba (2012) nos dice que hay distintos aspectos del deber de información en el derecho del consumo, como el deber de proporcionar información, el deber de asesorar y el deber de advertir. Cada uno de ellos tiene objetivos específicos de protección al consumidor. El deber

de información en la etapa previa a la contratación es particularmente importante y sirve para salvaguardar el consentimiento del consumidor y ayudar en la toma de decisiones contractuales (p. 117). De igual manera Ríos (2020) señala que el deber de información se divide en tres fases: la primera fase implica la provisión de la información o datos sobre el contenido del contrato, la segunda fase corresponde al asesoramiento y, finalmente, la tercera fase se refiere al deber de advertencia sobre las ventajas o desventajas de las coberturas ofrecidas. Con respecto a esta última fase, el autor argumenta que este deber se integra en el deber de asesoramiento (p. 212).

Siguiendo con la Subcategoría dos Igualdad Contractual, la **Teoría clásica del contrato**, Cabrera (2011) en relación a los principios de la actividad contractual, no existe una teoría general que pueda guiar el comportamiento de las partes en este tipo de contratos, y los términos utilizados en ellos pueden ser demasiado abstractos y formales, lo que resulta en una falta de atención hacia la importancia de la justicia y la equidad social. Es crucial incluir normas que se refieran a la buena fe, evitar el ejercicio abusivo del derecho y contemplar la teoría de la imprevisión (p. 85). De la misma manera, López (2015) explica que este contrato propició el surgimiento de la idea de equilibrio contractual, ya que demostró que la libertad contractual, entendida de manera adecuada, debería permitir a las partes del contrato discutir su contenido y lograr una equidad en la prestación de los servicios (p. 125).

Indecopi es la entidad encargada de velar por la protección del consumidor en nuestro país y tiene como responsabilidad garantizar el cumplimiento de las disposiciones del código de protección del consumidor a través de sus funciones y atribuciones establecidas por la ley. Indecopi se esfuerza por mantener un equilibrio justo entre los proveedores y los consumidores, asegurándose de que las compañías respeten los derechos de los clientes (Indecopi).

Osiptel es un ente público y especializado, con independencia técnica, administrativa y financiera. Su rol regulador incluye la fijación de tarifas para servicios públicos de telecomunicaciones en sus diversas formas, además de la supervisión y aplicación de sanciones normativas (Osiptel).

Es por eso que podemos decir que la información que es proporcionada al consumidor por parte del proveedor debe de ser clara y completa para garantizar el derecho de información.

Morales sostiene que asimetría informativa es la desigualdad en el acceso a información. Este desequilibrio puede distorsionar el funcionamiento efectivo del intercambio, lo que implica que la parte que tenga una mejor ventaja informativa podría obtener mayores beneficios (2008, p.26).

En el caso de la asimetría informativa el proveedor tiene una mejor información y esto conlleva una desigualdad en el mercado, es decir que los intereses del consumidor no serán satisfechos.

De la Maza (2010), una de las causas más relevantes de una desigualdad en el mercado entre el proveedor y el consumidor es la presencia de la asimetría informativa que se explica través de una gran ventaja que tiene una de las partes sobre la otra con respecto a la información del producto o servicio (p.26).

Carrasco (2012), nos dice que si existe una mínima desproporción en el contenido necesario de la información comercial que brinda el proveedor hacia el consumidor estaríamos hablando de asimetría informativa, entonces estaríamos frente a una información engañosa y esto constituiría actos de competencia desleal. (p.87).

Para Granados (2012), en toda relación en la que existe una parte con poder contractual predominante sobre la otra, ya sea por el nivel de conocimiento, poder de negociación o por tener más información, entonces estamos frente a asimetría informativa. Esto ocasiona situaciones que pueden afectar la libertad contractual en el mercado, por el abuso de un derecho, generando un desequilibrio y sobre todo situaciones que vulneran la buena fe (p.27).

De la Maza (2015), nos dice que una de las principales técnicas que se utiliza en el ámbito europeo de protección de los consumidores, es el suministro de información que permite garantizar la norma, esto se considera el cumplimiento del derecho de información con respecto a los consumidores (p.350).

Para Islas y Sosa (2017), lo que cumple funciones frente a la complejidad del tráfico jurídico es el deber de información, por la diversidad que ofrecen en el mercado, y que el incremento del desequilibrio que existe en el mercado es por la aparición de nuevas figuras contractuales que generan una dificultad al acceso de información por parte del usuario o consumidor (p80).

Para Rojas (2012), el deber de información del proveedor, entendiéndose como la obligación de brindar toda información necesaria o adecuada para que no cause efectos negativos en la decisión del consumidor, resguardándolos los intereses de ambas partes de la relación contractual (p.66).

De La Maza (2015), el atractivo de los deberes de información puede justificarse acudiendo a las causas que, eventualmente, explicarían la desprotección de los consumidores. No resulta nada infrecuente que se identifique como una de esas causas la presencia de asimetría informativa. La desprotección se explicaría por la carencia de información que les permita tomar una decisión adecuada (p.352).

Carranza, C. (2022), nos dice que para una cosa importante a destacar es que, en el derecho del consumidor en Perú, el régimen aplicable a los productos defectuosos es de naturaleza mixta, y se divide en los ámbitos administrativo y civil. En el área civil se aplican las reglas generales de la responsabilidad civil estricta por riesgo.

Morgestein (2011), nos dice que la información que es proporcionada por los proveedores, debe cumplir con los requisitos de la relación jurídica-obligacional, para que los derechos de los consumidores no sean vulnerados, también nos dice que toda información debe reunir todas las características que permitan el conocimiento fiable del producto o servicio antes de que el consumidor pueda adquirirlo (p.204).

Para ampliar los conocimientos se desarrolla los siguientes enfoques conceptuales con respecto las categorías y subcategorías: **Asimetría informativa**, ocurre cuando en la negociación uno de los participantes tiene mejor y mayor conocimiento que la contraparte, también se dice que es una falla del mercado ya que no se alcanza el equilibrio de una competencia perfecta. **Transparencia de información**, se refiere al principio según el cual toda información proporcionada

por los proveedores debe ser veraz y apropiada. **Deber de información**, la obligación de toda entidad, tanto pública como privada, es proporcionar información relevante para la elección adecuada al adquirir un producto o servicio. Este derecho busca proteger al consumidor y garantizar que el mercado funcione de manera eficiente y justa para todas las partes involucradas. **Derecho de protección al consumidor**, es un conjunto de normas que regula las relaciones entre consumidores y proveedores, y que implican una contraprestación económica. Estas normas buscan proteger a los consumidores de prácticas fraudulentas o engañosas por parte de los proveedores. **Derecho de libertad de elección** es un derecho fundamental, que tiene un efecto en la calidad de vida del consumidor y promueve la igualdad de oportunidades al permitir que todos tengan acceso a los recursos y servicios necesarios para cubrir sus necesidades básicas. **Igualdad contractual** es un principio cuyo objetivo es establecer un equilibrio en las partes que intervienen en un contrato, garantizando un trato equitativo y justo para todos, así como igualdad en cuanto a los beneficios y ventajas.

Para finalizar y aumentar el conocimiento, se explicarán los siguientes enfoques teóricos que ayudaron a la investigación empezando con cláusulas abusivas, el problema de los **contratos de adhesión** es la posibilidad que tiene la parte más fuerte (proveedor) de incluir cláusulas que permiten el abuso contra el consumidor, por eso es muy importante estudiar a fondo su ejecución en el mercado para garantizar un equilibrio, **prácticas engañosas** pueden ser empleadas por empresas para conseguir ventaja en el mercado o beneficios económicos a costa de engañar a los consumidores. Entre estas prácticas se pueden encontrar publicidad y promociones engañosas, venta de productos fraudulentos, y uso indebido de información personal, **cláusulas abusivas** se refiere a aquellas condiciones en un contrato que ponen en desventaja al consumidor y afectan sus derechos. Estas cláusulas son consideradas ilegales y nulas, y su inclusión en un contrato puede ser objeto de reclamaciones, las cláusulas abusivas pueden variar ampliamente dependiendo del contrato en cuestión, pero algunas de las cláusulas comunes identificadas como abusivas.

III.- METODOLOGÍA. - En el trabajo de investigación se ha utilizado un enfoque cualitativo que se centra en el estudio de la realidad en su contexto natural, haciendo uso del método de observación para recolectar información sin utilizar mediciones numéricas. Además, se ha mencionado que el investigador cualitativo emplea diversas técnicas para recopilar la información necesaria, como entrevistas, análisis documental, encuestas, entre otros. Es importante destacar que, en un enfoque cualitativo, es fundamental centrarse en la comprensión profunda del fenómeno estudiado, y esto implica el uso de métodos y técnicas adecuados que permitan obtener información detallada y relevante sobre el tema de investigación.

Por otro lado, es importante destacar que el nivel de investigación utilizado en el trabajo es descriptivo, con el objetivo de proporcionar una descripción detallada y precisa del tema de investigación en cuestión.

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

En relación al propósito fundamental de la investigación, Hernández, Fernández y Baptista (2014), para lograr este objetivo, la investigación debe estar enfocada en la ampliación de los conocimientos existentes sobre el tema en cuestión y en la utilización de métodos profundos y rigurosos para obtener información de la realidad, de manera que se logre comprenderla con mayor profundidad y detalle. El propósito fundamental de la investigación, es producir nuevos conocimientos y teorías (p. 25).

El propósito primordial de la investigación en cuestión es la ampliación de los conocimientos ya existentes sobre el tema abordado. Con este fin, se empleó un estudio básico para lograr una comprensión más profunda.

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación empleado en las ciencias sociales suele ser el de Teoría Fundamentada, el cual se caracteriza por la recolección de datos en la búsqueda de ideas e información para construir una nueva teoría.

La investigación en cuestión utiliza un diseño que tiene como objetivo explicar el

fenómeno o problema investigado mediante la construcción de una teoría, basada en conceptos recolectados que están relacionados con el tema de investigación, este enfoque se conoce como Teoría Fundamentada y se utiliza ampliamente en las ciencias sociales. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 471).

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Mediante las categorías, se pudo identificar las subcategorías, por el cual se efectuó la matriz correspondiente.

Tabla 01: Matriz de Categorización

Categorías	Definición conceptual	Subcategorías
Asimetría informativa	Para Rodríguez (2008), la asimetría de información es un problema que la legislación especial debe analizar, esto partirá de la premisa, que el proveedor, se encuentran en posición siempre ventajosa del consumidor y como resultado es una desproporción en la información brindada por el proveedor que es la consecuencia a su experiencia en el mercado (p.115).	Transparencia de información
		Deber de información
Derecho de protección del consumidor	Para Alvear (2016), para que se garantice el cumplimiento del derecho de protección del consumidor se debería utilizar las enormes y riquísimas herramientas doctrinarias y técnicas del derecho privado para lograr un equilibrio en el mercado, y también tener en cuenta todas las posiciones jurídicas (p.817).	Derecho de libertad de elección
		Igualdad contractual

Fuente: Elaboración Propia, 2023

3.3. Escenario de estudio

Según Hernández, Fernández y Baptista, el contexto investigado abarca tanto los aspectos generales como detallados del entorno, y se detalla a través de la valoración personal de las situaciones observadas del escenario. Es importante tener en cuenta que esta descripción debe ser minuciosa y detallada para poder entender completamente el contexto en el que se lleva a cabo el estudio. Además, se recomienda utilizar diferentes técnicas para obtener una visión completa y precisa del contexto investigado. (p. 514).

La investigación se centra en el departamento de Lima, ubicado en Perú, donde se encuentran diversas empresas que ofrecen servicios y productos de telefonía. Esta elección se debe a la presencia de estas empresas en la zona y su relevancia en el estudio.

3.4. Participantes

Según Hernández, Fernández y Baptista, en este momento de la investigación se debe describir a los sujetos participantes, incluyendo sus características esenciales como la edad, el género, el lugar de origen o cualquier otra información relevante para el estudio. (p. 5).

Se hizo uso de una guía de entrevista como método de recolección de datos, para lo cual se requerirá la colaboración de profesionales especializados en el tema de estudio, con conocimientos prácticos y teóricos relevantes para poder contestar a las preguntas de la entrevista de forma adecuada.

Tabla 02: Lista de participantes

Nº	Apellidos y Nombres	Profesión / Grado académico	Cargo	Institución	Años de experiencia
1	Tomas Castañeda Rinza	Abogado Titulado en Derecho - Colegiado	Independiente	Independiente	7 años
2	Nolberto C. Juárez Puntalla	Abogado Titulado - Colegiado	Independiente	Estudio Jurídico	7 años
3	Uribe Jorge Ricardo Felipe	Abogado Titulado - Colegiado - Magister	Independiente	Estudio Jurídico	15 años
4	Gonzales Baldeón Josselin Dafne	Abogada Titulada en Derecho - Colegiada	Sub Gerente de Seguridad Vial de la Gerencia de Tránsito, Viabilidad y Transporte Urbano/	Municipalidad Provincial de Huarochirí - Matucana	5 años

5	Carmen D. Gonzales Yarleque	Abogada Titulada en Derecho – Colegiada	Independiente	Independiente	5 años
6	Marilyn Elza Gonzales Rivera	Abogada Titulada en Derecho – Colegiada	Asistente en Función Fiscal Fiscalía de Trata Personas de Lima Norte	Ministerio Público	5 años
7	Maryuri Kassandra Leyva Ospino	Abogada Titulada en Derecho- Colegiada	Independiente	Independiente	5 años
8	María Fransheska Pineda Rojas	Abogada Titulada en Derecho- Colegiada	Gerente General	Estudio Jurídico Pineda Rojas Abogados Asociados	5 años

Fuente: Elaboración propia, 2023.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En cuanto a las técnicas de recolección de datos, Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 9) señalan la existencia de diversas estrategias que pueden ser utilizadas, tales como entrevistas abiertas, revisión de documentos y observación no estructurada, entre otras. Es importante destacar que la selección de técnicas de recolección de datos debe estar estrechamente relacionada con el objetivo de la investigación. En la presente investigación, se han elegido técnicas específicas como la entrevista y la revisión de archivos e información, con el propósito de obtener datos precisos y detallados sobre el tema de estudio.

La guía de entrevista está compuesta por las preguntas que el entrevistador realizará a los entrevistados, también se utilizara la técnica de análisis documental, que su instrumento es la guía de análisis documental.

Tabla 03: Documentos

Denominación	Artículos / Caso	Objetivo con el que se relaciona	Link
Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual	RESOLUCIÓN N° 186-2021/CCD-INDECOPI	General	file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/Se ntencia%20n%C2%BA%202261-2017_SPC%20de%20Sala%20Especializada%20en%20Protecci%C3%B3n%20al%20Consumidor.%2019%20de%20Septiembre%20de%202017.html
Comisión de Protección al Consumidor	RESOLUCIÓN 0542-2021/SPC-INDECOPI	General	https://servicio.indecopi.gob.pe/buscarResoluciones/getDoc?docID=workspace://SpacesStore/4b10c36e-a998-46d3-8fb4-d7469571f35c
Comisión de Represión de la Competencia Desleal.	MANUAL SOBRE LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR	General	https://www.consumidor.gob.pe/documents/20182/143803/034-2008.pdf
Instituto Nacional de defensa de la Competencia y de la protección de la propiedad intelectual	RESOLUCIÓN N° 186-2021/CCD-INDECOPI	Específico 1	https://busquedas.elperuano.pe/download/full/3NnGwicl4sxAPrCKnlZ7dY
Tribunal de defensa de la competencia y de la propiedad intelectual	RESOLUCIÓN 0542-2021/SPC-INDECOPI	Específico 1	https://servicio.indecopi.gob.pe/buscarResoluciones/getDoc?docID=workspace://SpacesStore/f0ef67cf-8668-481e-a3d3-1e98598f75ea
Código de Protección y Defensa del Consumidor	MANUAL SOBRE LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR	Específico 1	https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/CodigoConsumo_Indecopi_Minjus_Feb_2021/48503e7b-f323-7e5d-525d-b1b32c30ba1f
Comisión de Protección al Consumidor	RESOLUCIÓN FINAL N° 2176-2019/CC2	Específico 2	https://servicio.indecopi.gob.pe/buscarResoluciones/getDoc?docID=workspace://SpacesStore/e8191899-2205-4824-b142-172496442a12
Tribunal de defensa de la competencia y de la propiedad intelectual	RESOLUCIÓN 0219-2018/SPC-INDECOPI	Específico 2	https://servicio.indecopi.gob.pe/buscarResoluciones/getDoc?docID=workspace://SpacesStore/384354be-bf28-426d-9872-b22f4879ea8b
Comisión de la Oficina Regional del Indecopi De Cusco	RESOLUCIÓN FINAL N° 191-2021/INDECOPI-CUS	Específico 2	https://servicio.indecopi.gob.pe/buscarResoluciones/proteccion-consumidor.seam

Fuente: Elaboración propia, 2023

3.6 Procedimientos

La cita de Hernández, Fernández y Baptista (2014), enfatiza la importancia de describir la secuencia del desarrollo de la investigación, incluyendo las etapas iniciales de inmersión en el campo de estudio, la permanencia del investigador en él, la observación y acercamiento a la realidad problemática investigada, así como la recopilación de datos necesarios, describiendo la forma en que se obtuvieron y las técnicas utilizadas para ello. Es fundamental que se cuente con una descripción detallada y completa de todo el proceso de investigación para poder entender de manera adecuada los resultados y conclusiones del estudio. (p. 514)

3.7 Rigor científico

La pregunta menciona que el trabajo de investigación cumplió con la metodología cualitativa, en línea con los criterios establecidos por Hernández y Baptista (2014) para garantizar la calidad de la investigación. Además, se hace énfasis en que la investigación debe ser lo suficientemente completa y detallada para que otros investigadores puedan examinarla, revisar los datos obtenidos y construir sus propias conclusiones en base a su interpretación. Este criterio de dependencia es importante para garantizar la replicabilidad y la comparabilidad de los resultados de la investigación. (Hernández y Baptista, 2014, p. 453).

Tabla 04: Validación de guía de entrevista

Nombres y Apellidos del validador	Grado académico	Porcentaje
Reyna Ferreyros, José Antonio	Abogado - Catedrático	95%
La Torre Guerrero, Ángel Fernando	Abogado - Catedrático	95%
Wenzel Miranda, Eliseo Segundo	Abogado - Catedrático	95%
Alvarez Corzo, Miguel Angel	Abogado - Catedrático	95%
Lora Brenner, Carlos Armando	Abogado - Catedrático	100%
PROMEDIO TOTAL		95%

Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 05: Validación de instrumentos – Guía documental

DATO DEL EXPERTO	GRADO ACADÉMICO	PORCENTAJE
García Díaz, Consuelo Elizabeth	Magister	95%
PROMEDIO TOTAL		95%

Elaboración propia 2023

3.8. Método de análisis de datos

La cita de Hernández, Fernández y Baptista destaca la importancia de que el investigador reflexione cuidadosamente sobre los posibles efectos que ciertos temas podrían tener sobre el entrevistado, especialmente si se espera que estos temas sean analizados críticamente. De acuerdo con Hernández et al. (2014, p. 407), es fundamental que el investigador se asegure de haber considerado las posibles consecuencias antes de abordar temas delicados durante la entrevista.

En el presente trabajo de investigación utilizaremos el método analítico e inductivo; analítico puesto que el tema de investigación será analizado y estudiado en cada una de sus partes, e inductivo, en tanto que a partir de los datos recolectados construiremos una nueva teoría.

3.9 Aspectos éticos

En la elaboración de una entrevista, es importante que el investigador considere la reflexión sobre los posibles efectos que la discusión de ciertos temas podría tener en el entrevistado, especialmente si se espera que los temas sean analizados críticamente. sugieren que el investigador debe abordar esta reflexión como parte del proceso de entrevista, ya que es fundamental que se hayan tenido en cuenta las posibles consecuencias antes de plantear temas delicados durante la entrevista. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 407).

Las fuentes de información que se utilizarán en la presente investigación, serán debidamente citadas como corresponda, respetando los derechos de autor siguiendo las normas APA, con respecto a la detección del plagio se utilizó el Turnitin y para la elaboración de la estructura de la investigación recurrimos a las

resoluciones otorgadas por la universidad, RVI N°281-2022 y RVI N°062-2023.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se describirán los resultados obtenidos luego de utilizar los instrumentos de recopilación de datos, tomando en cuenta los objetivos establecidos previamente en la investigación.

Respecto **al Objetivo General**: “Determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022”, se realizaron las siguientes preguntas:

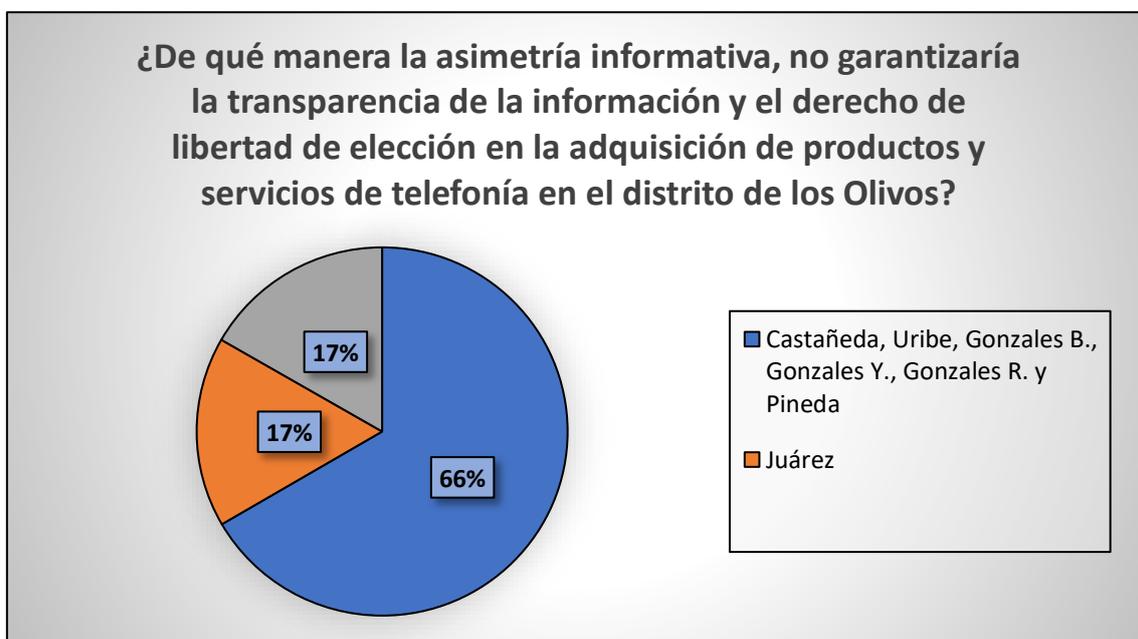
- 1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?
- 2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?
- 3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Resultados obtenidos por parte de nuestros expertos entrevistados

Con respecto a la primera interrogante, ocho entrevistados tuvieron las siguientes posturas, **Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M., (2023)** afirman que la asimetría informativa en productos y servicios de telefonía vulnera el derecho de los consumidores porque los proveedores de telefonía no proporcionaron información clara, completa, oportuna y veraz y esto dificultó la toma de decisión en la elección correcta, porque no conocen la totalidad de verdaderos costos y calidad. Es por eso que los entrevistados mencionan que la asimetría informativa no garantiza ningún derecho, mientras que **Leiva (2023)** considera que la diferencia en el acceso a la información importante puede llevar a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos, estas cláusulas limitan a los clientes y como resultado, pueden encontrarse en situaciones desfavorables y sin las herramientas necesarias para proteger sus derechos, al mismo tiempo **Uribe y Pineda (2023)** refieren que los proveedores de telefonía recurrieron a estrategias

publicitarias engañosas para captar a los consumidores, y para ello ofrecieron características y beneficios de sus productos de manera confusa, lo que lleva a los consumidores a tomar decisiones basadas en información incorrecta o engañosa.

Gráfico 01: Resultados



Fuente: Elaboración propia, 2023

Con respecto a la segunda interrogante, Castañeda y Gonzales R. (2032) afirmaron que la asimetría informativa afecta negativamente a los consumidores por la falta de información precisa y completa de las características, beneficios entre otros y destaca que dificultó la toma de decisión del consumidor, al mismo tiempo Uribe, Gonzales B., Juárez, Gonzales Y., Leyva y Pineda (2023) nos indican que la falta de información, empujaron a los consumidores a tomar malas decisiones, lo que generó experiencias insatisfechas en relación a las necesidades o expectativas. La asimetría informativa en el mercado limita la información y como resultado influyó erróneamente en la elección de ofertas, los precios, características y beneficios. Para garantizar una elección correcta, es importante que los proveedores proporcionen información clara y completa.

Respecto a la tercera interrogante, Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M., Leiva, Uribe y Pineda (2023) sugirieron implementar campañas de información, talleres educativos en medios de comunicación locales, redes sociales, capacitaciones, servicios de asesoría legal gratuita, elaboración de guías,

canales de comunicación efectivos y sencillos para que los consumidores pudieran presentar sus desacuerdos en caso de irregularidades. Fortalecer la supervisión y cumplimiento de leyes y normativas que protegen a los consumidores para el cumplimiento del derecho del consumidor.

Análisis e interpretación de las categorías apriorísticas y emergentes

Respecto al objetivo general:

Determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía

En la investigación se logró encontrar categorías emergentes que son importantes para la realización del trabajo, estas se encontraron de las respuestas de los entrevistados. La asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía, ya que los consumidores al momento de la adquisición **tomaron decisiones** erróneas por la **información engañosa** que brindaron los proveedores, la **mala elección** del distribuidor es por la falta de información ya sea clara o veraz, es por eso que los proveedores para lograr sus objetivos personales colocan **cláusulas abusivas** en los contratos y esto pueden impactar negativamente el **nivel de calidad** de los servicios que se ofrecen.

Resultados obtenidos de nuestra ficha de análisis de fuente documental

Por otro lado, los resultados obtenidos de la Guía de análisis de Fuente Documental, en relación con el **objetivo general**: “Determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022” se analizó el primer documento, la Resolución N° 2261-2017/SPC-INDECOPI, donde los vocales del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual Sala Especializada en Protección al Consumidor señalaron la definición legal de consumidor tiene el propósito de asegurar que los individuos que se encuentran en una desventaja informativa en comparación con los proveedores tengan acceso a la protección del consumidor. Su finalidad es corregir las prácticas perjudiciales que

puedan generarse por la asimetría informativa. Los proveedores, por lo general, poseen mayor información y experiencia en el mercado, lo que los sitúa en una posición de ventaja. El derecho del consumidor tiene como meta equilibrar esta relación desigual mediante la asignación de derechos especializados para los consumidores.

El segundo documento analizado es la Resolución final N° 2397-2022/CC2, específicamente, se menciona los derechos de los consumidores a ser tratados justa y equitativamente, sin ser discriminados por motivos diversos. Los proveedores de servicios deben brindar un trato equitativo a todos los clientes, sin excepción, y el trato diferenciado debe ser justificado por causas objetivas y razonables. La Comisión tiene la responsabilidad de velar por los ciudadanos y promover el cumplimiento de la obligación de los proveedores de no discriminar a la clientela.

Finalmente se analizó la Resolución N° 034-2008/CCD-INDECOPI, el objetivo del artículo 4 de las Normas es proteger a los consumidores de la asimetría informativa que tienen con los proveedores mediante la supervisión de información en los anuncios sea precisa, permitiendo comparar las opciones existentes y tomar decisiones informadas. Asimismo, se debe evitar la información engañosa.

Respecto al **Objetivo específico 1**: “Establecer de qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022”

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

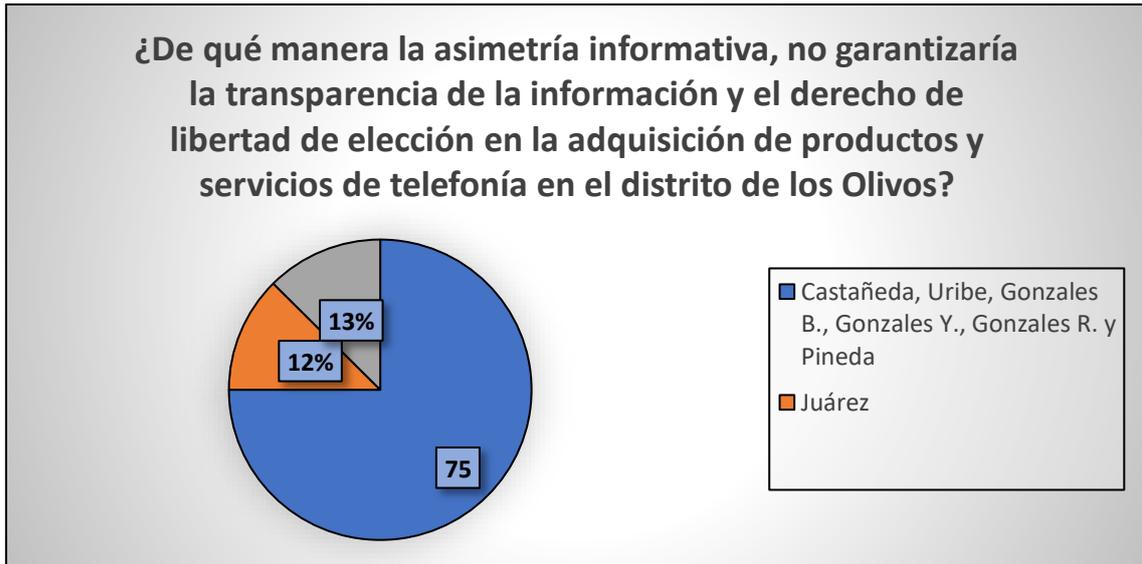
6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

Resultados obtenidos por parte de nuestros expertos entrevistados

De lo señalado en la cuarta pregunta, Castañeda, Uribe, Gonzales B., Gonzales Y., Gonzales R. y Pineda (2023) mencionaron que la falta de información puede tener un impacto negativo en el derecho del consumidor a su libertad de elección porque los proveedores de empresas de telefonía no proporcionaron información clara y precisa de los productos y servicios, como consecuencia se estaría vulnerando la transparencia de la información. También relataron que la asimetría informativa generó un desequilibrio entre las partes involucradas, ya que la parte más débil tomara decisiones erróneas en ausencia de información relevante a los costos ocultos, cláusulas contractuales o limitaciones en el servicio.

También, Juárez (2023) considera que, al no garantizar la transparencia y el derecho de libertad del consumidor por una asimetría informativa, el proveedor redacta las cláusulas abusivas que son perjudiciales o confusas debido a la falta de información proporcionada, Leiva (2023) menciona que fue necesario establecer políticas y regulaciones que obliguen a las empresas de telefonía a proveer información clara y detallada. De esta manera, se lograría disminuir la asimetría informativa y se garantizaría la transparencia y libertad de elección de los consumidores.

Gráfico 02: Resultados



Fuente: Elaboración propia, 2023

Por otra parte, en relación a la quinta pregunta, Castañeda, Juárez, Gonzales B, Gonzales R. (2023) concordaron que los mecanismos pueden ser la activación de un sistema de seguimiento y monitoreo de los proveedores de telefonía que cuentan con reclamos de sus clientes, reforzar la fiscalización de las empresas del rubro, las inspecciones deben ser periódicas para garantizar el cumplimiento de la Ley. Investigar denuncias, proporcionar más canales de atención al cliente donde se pueden presentar quejas y denuncias en caso de incumplimiento de la norma. Fomentar la concientización y responsabilidades de los consumidores en la adquisición de productos y servicios de telefonía y concluyeron que es importante que los entes reguladores sean transparentes en su propia gestión y rendición de cuentas para mantener la confianza de los consumidores, mientras que Uribe (2023) considero que se debió impartir talleres informativos y proporcionar recursos educativos en línea para fortalecerá la capacidad de los consumidores con respecto a sus derechos.

Gonzales Y. (2023) comenta que se deben imponer multas ejemplares para evitar que se vuelva a vulnerar este Derecho y posteriormente compensaciones económicas para el usuario, así mismo Leyva (2023) se refirió que los entes reguladores tienen la posibilidad de establecer iniciativas de educación al consumidor con el fin de brindar información y sensibilizar a los consumidores. Esos programas podrían contemplar actividades como talleres, materiales educativos,

campañas de divulgación de información con respecto del derecho de los consumidores, por último, Pineda (2023) resalto que los entes reguladores pueden aprovechar las herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles, plataformas en línea o bases de datos, para proporcionar información actualizada y accesible a los consumidores y evitar la vulneración de la transparencia de información.

Finalmente, en relación a la sexta pregunta, Castañeda, Leyva y Pineda (2023) concuerdan que la información correcta, verídica por parte del proveedor es fundamental para proteger el derecho de libertad de elección y esto conllevaría a tomar mejores decisiones al analizar la calidad, comparar opciones con respecto de los productos y servicios de telefonía. Pero si el proveedor proporciona información falsa o engañosa, el consumidor podría tomar decisiones erróneas, lo que puede llevar a una mala experiencia y caer en una práctica engañosa por parte del proveedor, al mismo tiempo Juárez, Uribe, Gonzales B., Gonzales Y. y Gonzales R. (2023) señalaron que al proporcionar información correcta, se está garantizando el derecho de los consumidores ya que se les proporciona el conocimiento necesario para evaluar, comparar, entender las características, beneficios, políticas, condiciones, calidad y tomar una decisión acorde a sus requerimientos y deseos. Esto ayudo a crear un mercado justo y competitivo al garantizar que la elección esté respaldada de información precisa y real.

Análisis e interpretación de las categorías apriorísticas y emergentes

Respecto al objetivo específico 1:

Establecer de qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía

Durante el trabajo se pudo identificar categorías emergentes que resultan relevantes para el desarrollo del trabajo, las cuales surgieron a partir de las respuestas proporcionadas por los entrevistados, por ello es necesario responder con respecto al objetivo específico 1, la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía, puesto que en una **transacción**

comercial, donde uno de las partes tiene mejor información que la otra (consumidor), utilizara **prácticas engañosas** para poder lograr sus objetivos personales y obtener una ventaja competitiva lo que genere una competencia desleal donde los más perjudicados siempre pagaran **costos ocultos** de dicha adquisición.

Resultados obtenidos de nuestra ficha de análisis de fuente documental

En relación al objetivo específico 1, aplicando la guía de análisis documental se analizaron los siguientes documentos:

El primer documento Resolución N° 186-2021/CCD-INDECOPI, las promociones ficticias tienen un impacto negativo en la transparencia del mercado y en la competencia justa. No obstante, este principio no impide que las empresas establezcan precios, sino que busca garantizar la transparencia de la información y evitar que los consumidores sean engañados al considerar que están obteniendo ventajas económicas que en realidad no tienen. Este enfoque se alinea con la definición de promoción de ventas.

Como un segundo documento, la Resolución 0542-2021/SPC-INDECOPI, nos señaló que el artículo 58 establece que los consumidores tienen el derecho de escoger libremente, basándose en sus intereses y necesidades. Los proveedores tienen la obligación de no afectar la libertad de elección mediante prácticas agresivas o engañosas. Esto asegura que los consumidores tomen decisiones de consumo eficientes y autónomas, en línea con sus necesidades e intereses.

Finalmente se analizó el Manual sobre la protección y defensa del consumidor, el servicio de atención al Ciudadano del Indecopi actúa como intermediario gratuito entre consumidores y proveedores para resolver conflictos mediante acuerdos conciliatorios. Para facilitar el acceso a este servicio, se han implementado herramientas digitales como Reclama Virtual y Concilia Fácil, y se está trabajando en un proyecto para fortalecer los canales de información y recepción de reclamos de los usuarios.

Respecto al **Objetivo específico 2**: “Determinar de qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022”

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

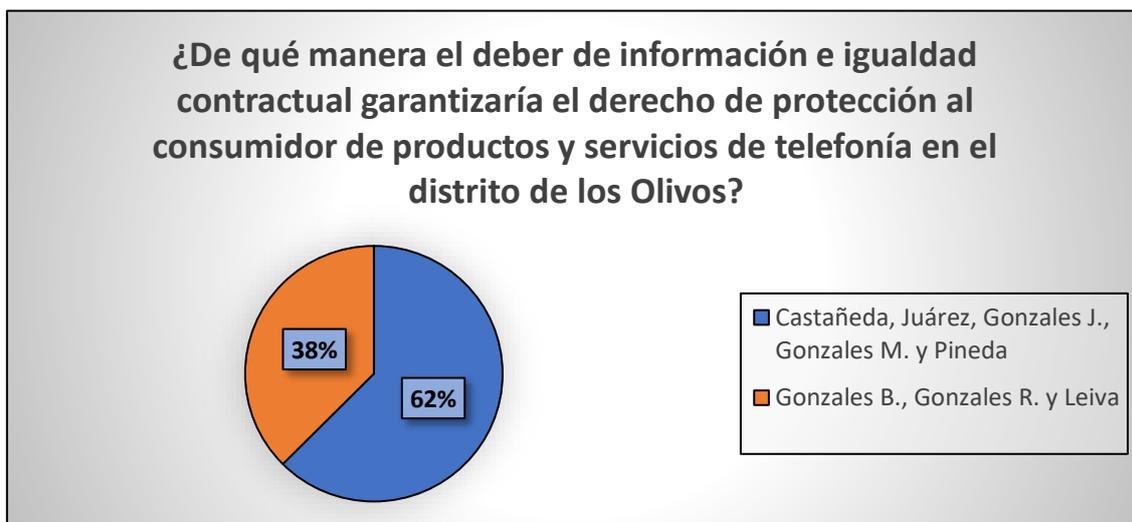
Resultados obtenidos por parte de nuestros expertos entrevistados

Así mismo, con respecto a la séptima pregunta los expertos, Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales M. y Pineda (2023) consideran que el deber de información e igualdad contractual son fundamentales para proteger al consumidor. Estos requisitos garantizan la transparencia en la información y permiten a los consumidores hacer elecciones informadas y sin presiones indebidas. Asimismo, aseguran que los consumidores sean tratados de manera justa y equitativa en la relación entre proveedores y consumidores. En los servicios de telefonía, el deber de información garantiza que los proveedores divulguen de manera transparente los precios, cargos adicionales y tarifas ocultas, permitiendo a los consumidores evaluar y comparar las ofertas disponibles y evitar sorpresas desagradables en sus facturas.

En esa misma línea, Gonzales B., Gonzales R. y Leiva (2023) señalaron que en la ejecución del deber de información y de igualdad contractual garantizaría la protección de los consumidores. En cuanto a la igualdad contractual sería necesaria proteger las condiciones de las partes involucradas para alcanzar de manera justa y equitativa la celebración y ejecución de los contratos. Esto implica que los términos y condiciones del contrato sean claros, comprensibles y no contengan

cláusulas abusivas, para evitar prácticas fraudulentas que puedan perjudicar a la parte más débil.

Gráfico 03: Resultados



Fuente: Elaboración propia, 2023

Con respecto a la octava pregunta, Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M., Leiva, Uribe (2023) indican que el cumplimiento del deber de información, garantizaría la igualdad contractual, sin embargo, en los centros de atención se observa que muchos consumidores hacen largas colas para presentar reclamos debido a la falta de información adecuada. En una relación contractual, el proveedor tiene mayor conocimiento y experiencia, lo que genera una asimetría informativa que puede llevar a desigualdades en el contrato. Es por eso que el deber de información del proveedor es crucial para revertir esta situación, asegurando que ambos tengan acceso a la misma información relevante y lograr un equilibrio en el mercado, en tal sentido Castañeda y Pineda (2023) indican que el deber de informar del proveedor es fundamental para lograr la igualdad contractual. Al brindar información clara y detallada se evita el uso de cláusulas abusivas o desfavorables para los consumidores. La igualdad contractual permite que ambos tengan acceso a la misma información relevante, reduciendo la asimetría informativa y evitando prácticas comerciales abusivas.

Para concluir, nuestra novena pregunta, los entrevistados Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Leyva y Pineda (2023) comparten el criterio de que la igualdad contractual contribuye al desarrollo económico sostenible del mercado, por

proporcionar igualdad de oportunidades, mejor información a los participantes del mercado. Esto generaría un entorno favorable porque habría una competencia justa y el resultado sería que ambas partes lograrían un equilibrio en el mercado. Pero fomentar la igualdad contractual implicaría que los proveedores brinden información completa, de fácil comprensión y como resultado sería prevenir una asimetría informativa, de igual manera, Castañeda y Uribe (2023) indican que la igualdad contractual es esencial para garantizar un equilibrio en el mercado, evitaría prácticas comerciales injustas, como publicidad engañosa. De este modo, los consumidores están protegidos de prácticas comerciales desleales, engañosas o abusivas, y se promueve un entorno transparente y equitativo para todas las partes involucradas.

Por otra parte, Gonzales Y. (2023) refiere al señalar que es difícil que se dé una igualdad contractual ya que los contratos llámese telefonía, cable, internet entre otros son contratos de adhesión y no se puede modificar, sería interesante que en un futuro se pueda evaluar el cambio de ello y es importante contar con toda información para tomar una mejor decisión.

Análisis e interpretación de las categorías apriorísticas y emergentes

Respecto al objetivo específico 2:

Determinar de qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía

En el transcurso de la tesis se lograron reconocer categorías emergentes que resultan significativas para su desenvolvimiento, las cuales surgieron a partir de las respuestas brindadas por los entrevistados. En consecuencia, es imperativo tratar este descubrimiento en relación con el objetivo específico 2, el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía, las prácticas de comercio desleal perjudican el **desarrollo económico sostenible** al dañar la **competencia justa** entre proveedores ya que se afectaría el deber de información de los consumidores, estas prácticas deshonestas incluyen **términos contractuales abusivos** y la

imposición de **cargos adicionales** y **tarifas ocultas** que perjudicarían la sana competencia, es por ello la necesidad de evitar estas prácticas para fomentar una **competencia justa** y evitar los **contratos de adhesión**.

Resultados obtenidos de nuestra ficha de análisis de fuente documental

Siguiendo con el objetivo específico 2, se empleó la guía de análisis documental, se desarrollaron los respectivos documentos:

Primer documento, la Resolución Final N° 2176-2019/CC2, el Código establece que los consumidores tienen derecho a acceder a información completa y precisa respecto a los productos y servicios que adquieren, y que los proveedores tienen la responsabilidad de proporcionar esta información de manera veraz, comprensible y oportuna que ayudará a la toma de decisión. La información también permite que los consumidores conozcan sus derechos y obligaciones, además de ser importante en caso de hacer algún reclamo o enfrentar algún problema o controversia en el futuro. Es necesario tener en cuenta que la obligación de brindar información no se limita solo al momento de la transacción.

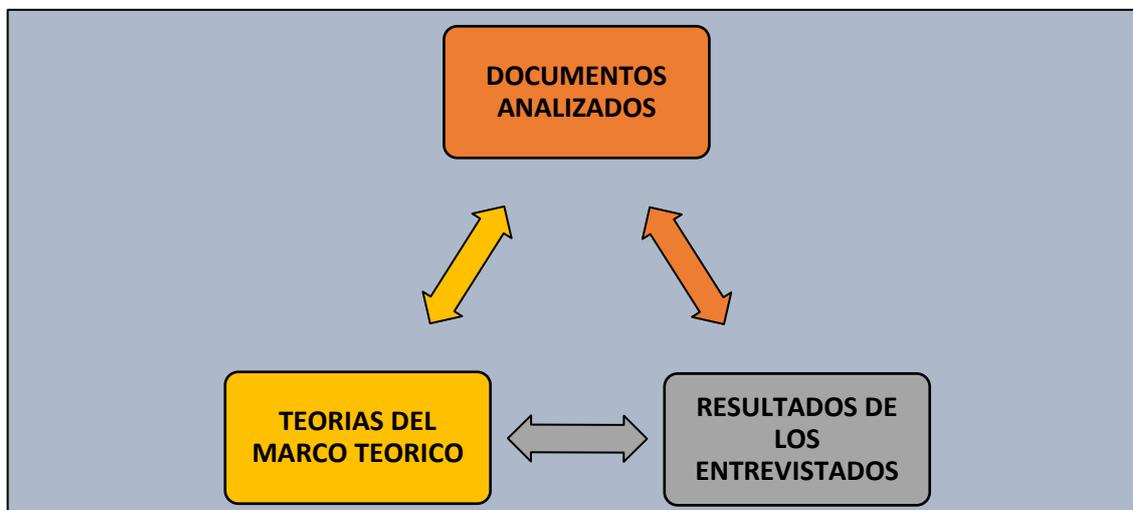
El segundo documento revisado fue la Resolución 0219-2018/SPC-INDECOPI, en relación a los contratos por adhesión, el Código establece que las cláusulas que no fueron negociadas individualmente y que perjudican al consumidor en situación de desventaja o desigualdad, o que anulan sus derechos son consideradas como abusivas. La evaluación de estas cláusulas toma en cuenta diversos factores, tales como la naturaleza del producto o servicio contratado, las circunstancias de la contratación, y las demás cláusulas del contrato.

Finalmente, la Resolución final N° 191-2021/INDECOPI-CUS, el artículo 1.1° literal b) del Código de Defensa del Consumidor establece el derecho de los consumidores a obtener información veraz, suficiente, accesible y oportuna. El artículo 2.1° establece que los proveedores tienen la obligación de proporcionar información relevante para permitir a los consumidores tomar decisiones adecuadas. Es importante destacar que la información en el proceso de consumo es dinámica y los proveedores deben proporcionar información adecuada sobre los bienes y servicios contratados para permitir a los consumidores hacer valer sus

derechos. Por lo tanto, es importante que los consumidores conozcan toda la información relevante.

DISCUSIÓN

Gráfico 04: Método de Triangulación



Fuente: Elaboración propia, 2023

A continuación, se procedió a la discusión de los resultados, utilizando toda la información recolectada durante el desarrollo de la investigación, se utiliza el **método de triangulación**, para comprobar los supuestos planteados, se realizó un análisis y una comparación exhaustiva de los resultados obtenidos de la guía de entrevistas y guía de análisis documental, en conjunto con los trabajos previos y teorías investigadas.

Tabla 06: De la discusión del Objetivo general

Objetivo general	Supuesto general
Determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022	La asimetría informativa vulnera el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Con respecto a los entrevistados, Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M. (2023), aseguran que la falta de información ya sea clara, completa,

oportuna y veraz por parte del proveedor vulnera el derecho de los consumidores, al dificultar la toma de decisión, y esto se da gracias a la asimetría informativa ya que no garantiza el derecho de protección al consumidor, en tal sentido Leiva (2023), nos dice que la falta de acceso equitativo a información puede provocar la introducción de cláusulas abusivas en los contratos, y como consecuencia el consumidor se encuentra en una situación desfavorable.

Uribe y Pineda (2023), nos mencionan que los proveedores recurren a publicaciones engañosas y como consecuencia se toman decisiones erróneas; a partir de lo que han mencionado los entrevistados, vincularemos la Resolución N° 2261-2017/SPC-INDECOPI, se refirió que para alcanzar un equilibrio entre las partes involucradas se debe corregir las prácticas perjudiciales generadas por la asimetría informativa y que como objetivo principal es garantizar que aquellos en desventaja tengan acceso a la protección del consumidor, es por esas razones que la **Teoría de la información asimétrica**, nos dice que los participantes en el mercado ya sea el proveedor o consumidor no cuentan con la misma información y conlleva a un desequilibrio.

De lo analizado en párrafos anteriores se obtuvo que si el proveedor oculta información relevante afecta el derecho del consumidor, dificultando la toma de decisiones, incorporando cláusulas abusivas en los contratos. Es importante corregir las prácticas perjudiciales y garantizar una información clara parte el consumidor para lograr un equilibrio en el mercado, ya que se sabe que en una asimetría informativa el proveedor tiene más información que el consumidor.

Castañeda y Gonzales R. (2032), indican que la asimetría informativa afecta negativamente, ya que la falta de información causa problemas a los consumidores, en la toma de decisiones, al respecto Uribe, Gonzales B., Juárez, Gonzales Y., Leyva y Pineda (2023), indicaron que la falta de información sobre productos y servicios de telefonía llevó a los consumidores a tomar decisiones equivocadas, lo que generó insatisfacción a sus necesidades y expectativas. Una asimetría informativa limita la información y produce malas elecciones, Resolución N° 034-2008/CCD-INDECOPI, el objetivo de la norma es proteger a los consumidores de la asimetría informativa, esto se logra supervisando la precisión de la información proporcionada en los anuncios, evitando información falsa o confusa, y permitiendo

comparar opciones y tomar decisiones. Herrera (2015) refiere que la información asimétrica ocurre cuando una de las partes tiene información más detallada que la otra, lo que puede llevar a que los ejecutivos de las empresas tomen decisiones en su propio beneficio.

De lo analizado se obtuvo que La falta de información debido a la asimetría informativa tiene un impacto negativo, ya que dificulta la toma de decisiones y genera insatisfacción con respecto a las necesidades y expectativas del consumidor. Es importante continuar trabajando para corregir prácticas perjudiciales y garantizar el acceso a la información adecuada para lograr un equilibrio justo en el mercado.

Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M., Leiva, Uribe y Pineda (2023), sugieren implementar campañas de información, talleres educativos en medios de comunicación locales y redes sociales, capacitaciones, servicios de asesoría legal gratuita, elaboración de guías y canales de comunicación efectivos y sencillos para que los consumidores puedan presentar quejas o reclamos, sugieren también fortalecer la supervisión y cumplimiento de leyes o normativas; la Resolución final N° 2397-2022/CC2, confirman que los derechos de los consumidores, es recibir un trato justo, equitativo sin discriminación por motivos diverso y cómo los proveedores de servicios deben brindar un trato equitativo sin excepción. Los encargados de hacer respetar la ley deben brindar también las herramientas para el cumplimiento de nuestros derechos, la **Teoría de los derechos humanos del consumidor**, explican que el derecho del consumidor es un sistema legal que incluye normas, principios que protegen a los consumidores y que este enfoque sistémico busca la validez y eficacia de las normas cumpliendo así con el razonamiento garantista y el discurso dogmático en la disciplina.

La implementación de campañas informativas, talleres educativos y servicios de asesoría legal gratuita es esencial para combatir la asimetría informativa. Es crucial fortalecer la supervisión de la protección al consumidor y asegurar que los proveedores de servicios brinden un trato justo.

Tabla 07: De la discusión del Objetivo específico 1

Objetivo específico 1	Supuesto específico 1
Establecer de qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022.	La asimetría informativa, no garantiza la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Castañeda, Uribe, Gonzales B., Gonzales Y., Gonzales R. y Pineda (2023), indicaron que la libertad de elección solo se puede dar si el proveedor informa adecuadamente, y si es lo contrario se vulnera la transparencia de la información, que la asimetría informativa genera un desequilibrio en el mercado, Juárez (2023), indica que el proveedor utilizó la falta de información para redactar cláusulas abusivas que no garantizan la transparencia ni el derecho de libertad del consumidor.

Leiva (2023), aconseja implementar políticas y regulaciones que obliguen a las empresas a proporcionar información clara para garantizar la transparencia; a la vez la Resolución N° 186-2021/CCD-INDECOPI, nos dice que aunque las empresas pueden establecer precios, nuestros entes reguladores busca garantizar la transparencia del mercado y evitar que los consumidores sean engañados por promociones ficticias que no les brindan ventajas económicas reales; de igual importancia, citaremos a la **Teoría de la libertad de expresión**, da a conocer que hay perspectivas diferentes sobre el impacto de la transparencia, unos creen que la información abierta es esencial para alcanzar mercados eficientes y que la transparencia es necesaria, otros argumentan que la relación entre transparencia y resultados no es directa.

De lo analizado se obtuvo que la carencia de información afecta la libertad de elección y genera un desequilibrio en el mercado, donde el consumidor es la parte débil y necesita la información para tomar decisiones. Los proveedores utilizaron la asimetría informativa para redactar cláusulas abusivas que vulneran los derechos de los consumidores.

Castañeda, Juárez, Gonzales B, Gonzales R. (2023), concordaron que las alternativas para asegurar el cumplimiento de la ley en relación a los proveedores de telefonía, se debe implementar sistemas de seguimiento, monitoreo y fiscalización, ofrecer canales para denuncias y quejas por parte de los consumidores y fomentar su formación y concientización sobre sus derechos y responsabilidades. Además, es importante que los entes reguladores adopten una gestión transparente y proporcional a fin de mantener la confianza de los consumidores, Uribe (2023), se debe implementar talleres informativos y talleres educativos en línea para fortalecer la capacidad del consumidor con sus derechos, Gonzales Y. (2023), se debe imponer multas ejemplares para evitar que se vulneren los derechos del consumidor y posteriormente compensaciones económicas.

Leyva (2023), los entes reguladores tienen la posibilidad de dar iniciativas de educación con el fin de informar de nuestros derechos, para ello se implementaría talleres y campañas de divulgación de información relevante, Pineda (2023), se debe aprovechar las herramientas tecnológicas para proporcionar información actualizada y accesible para no vulnerar nuestros derechos, se mencionó el Manual sobre la Protección y Defensa del Consumidor, Indecopi actúa como intermediario gratuito para solucionar controversias entre consumidores y proveedores mediante acuerdos conciliatorios. Para facilitar el acceso, se han implementado herramientas digitales como reclama virtual y concilia fácil, para complementar Mena (2020), afirma que, en la actualidad, ha habido un desarrollo normativo en cuanto al acceso a la información, con la formalización de esto en leyes de transparencia en consonancia con iniciativas de Gobierno Abierto.

Es por esta razón que es esencial implementar mecanismos efectivos para garantizar el cumplimiento de las leyes, lo que implica sistemas de seguimiento, monitoreo y fiscalización, También es importante fomentar la formación y concientización de los consumidores sobre sus derechos y obligaciones. Deben imponerse multas ejemplares y compensaciones económicas.

Castañeda, Leyva y Pineda (2023), si el proveedor brinda una correcta información se estaría respetando el derecho de libertad de elección y como resultado se tomarían mejores decisiones, pero si fuera al contrario las decisiones

serían erróneas y el consumidor tendría una mala experiencia, caería en un práctica engañosa.

Juárez, Uribe, Gonzales B., Gonzales Y. y Gonzales R. (2023), Se señaló que proporcionar información correcta garantiza el derecho de los consumidores y un mercado justo al permitirles evaluar, comparar, comprender las características, beneficios, políticas, esto promueve la transparencia en la información y la libertad de elección; con respecto la Resolución 0542-2021/SPC-INDECOPI, establece que los consumidores tienen derecho a elegir libremente, basándose en sus intereses y necesidades, y los proveedores tienen la obligación de no afectar la libertad de elección mediante prácticas agresivas o engañosas. Esto asegura que los consumidores tomen decisiones eficientes y autónomas, con respecto a sus necesidades e intereses; de igual importancia la **Teoría de la libertad de elección**, se refiere que la libertad como principio fundamental de la racionalidad, tiene una gran influencia en nuestras acciones diarias y depende de nuestros deseos.

Es por esta razón que proporcionar información correcta y transparente es esencial para elegir libremente y tomar decisiones informadas basadas en sus intereses y necesidades. Es importante promover un mercado justo y transparente en el que los consumidores puedan evaluar, comparar y comprender las características, beneficios, políticas y condiciones de los productos y servicios.

Tabla 08: De la discusión del Objetivo específico 2

Objetivo específico 2	Supuesto específico 2
Determinar de qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022.	El deber de información frente a la igualdad contractual garantiza el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales M. y Pineda (2023), consideran que el deber de información y la igualdad contractual son esenciales para proteger los derechos del consumidor al garantizar la transparencia en la información y permitir que hagan elecciones correctas. Además, estos requisitos aseguran un trato

equitativo en la relación proveedor-consumidor y con respecto a los servicios de telefonía, se enfatiza la necesidad de divulgar de forma transparente precios, cargos y tarifas ocultas en la facturación.

Gonzales B., Gonzales R. y Leiva (2023), determinaron que garantizar la igualdad contractual protegería a los consumidores y que la igualdad contractual involucra proteger las condiciones de ambas partes durante la celebración y ejecución de contratos, evitando cláusulas abusivas, la Resolución Final N° 2176-2019/CC2, establece que los consumidores tienen derecho a una información completa y precisa, también les permite conocer sus obligaciones y que los proveedores tienen la responsabilidad de proporcionar información de manera veraz, comprensible, oportuna que ayudará en la toma de decisiones y tener en cuenta que la obligación de brindar información es un proceso dinámico que se extiende a lo largo de la relación de consumo, **la Teoría de los actos propios y del principio de la confianza legítima**, nos dice el deber de información tiene varios aspectos, como el de proporcionar información, asesorar y advertir, cada uno con objetivos específicos. El deber de información en la etapa previa a la contratación es crucial para salvaguardar el consentimiento del consumidor.

De lo analizado se obtuvo que el deber de información y la igualdad contractual son esenciales para respetar y asegurar la transparencia en la información. Esto permite a los consumidores tomar decisiones informadas y correctas, mientras se asegura un trato equitativo en la relación entre proveedor y consumidor. La igualdad contractual implica proteger las condiciones de ambas partes durante la celebración y ejecución de contratos, evitando cláusulas abusivas.

Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M., Leiva, Uribe (2023), mencionan que el cumplimiento del deber de información garantizaría la igualdad contractual, pero la falta de información genera desigualdad contractual, porque el proveedor suele tener mayor conocimiento por lo que su deber de información es clave para asegurar que ambas partes tengan acceso a la misma información y así lograr un equilibrio. Los largos colas de los consumidores para presentar reclamos son un reflejo de esta situación.

Castañeda y pineda (2023), Es fundamental que el proveedor brinde información clara y detallada para lograr la igualdad contractual, y evitar las cláusulas abusivas, lo que permitiría que ambos tengan acceso a la misma información y reduce la asimetría informativa, Resolución Final N° 191-2021/INDECOPI-CUS, establece que los consumidores deben obtener información veraz, suficiente, accesible y oportuna, así como la obligación de los proveedores de proporcionar información relevante para permitir a los consumidores tomar decisiones. Ríos (2020) nos dice que el deber de información se compone de tres fases: provisión de información sobre el contenido, asesoramiento y advertencia sobre las coberturas ofrecidas. El deber de advertencia se integra con el deber de asesoramiento.

Por esta razón el cumplimiento del deber de información es esencial para garantizar la igualdad contractual entre proveedores y consumidores. La falta de información genera asimetría informativa y desigualdad contractual, lo que puede llevar a cláusulas abusivas.

Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Leyva y Pineda (2023), consideran que la igualdad contractual contribuye al desarrollo económico sostenible del mercado, proporcionando igualdad de oportunidades, competencia justa y un equilibrio. No obstante, para fomentar la igualdad contractual, los proveedores deberían brindar información completa y de fácil comprensión, lo que ayudaría a prevenir la asimetría informativa, Castañeda y Uribe (2023), es esencial fomentar la igualdad contractual para lograr un equilibrio en el mercado, prevenir la asimetría informativa y evitar prácticas comerciales injustas como publicidad engañosa o cláusulas abusivas.

Gonzales Y. (2023), señala que la igualdad contractual es difícil de lograr debido a que los contratos en sectores como telefonía, cable e internet son contratos de adhesión que no pueden ser modificados. Sin embargo, sería interesante evaluar el cambio de esta práctica en el futuro, la Resolución 0219-2018/SPC-INDECOPI, refiere que, con relación a los contratos de adhesión, las cláusulas que perjudican ya sean por desventaja o desigualdad al consumidor son consideradas abusivas y van en contra de un mercado justo, la **Teoría clásica del contrato**, esclarece que no hay un procedimiento que guíe el comportamiento de las partes en contratos que utilizan términos abstractos y formales, lo que puede llevar a la ignorancia de

la justicia y la equidad social. Es importante incluir normas que se refieran a la buena fe, evitar el abuso del derecho.

Se concluyo que la igualdad contractual es crucial para promover un mercado justo y sostenible. Para lograrlo, es esencial que los proveedores proporcionen información completa y fácil de entender para prevenir la asimetría informativa y evitar prácticas comerciales injustas. Sin embargo, la igualdad contractual puede ser difícil de lograr en sectores como la telefonía, el cable y el internet, donde los contratos suelen ser de adhesión y no modificables.

V. CONCLUSIONES

Primero: En este trabajo se determinó que la asimetría informativa vulnera el derecho de protección del consumidor en productos y servicios de telefonía, porque la desinformación que brindan las empresas prestadoras de estos servicios, influye en que los usuarios tomen decisiones malas o erróneas, lo que conlleva finalmente a que el consumidor no logre satisfacer sus expectativas y necesidades reales. Un factor muy importante para cumplir con los objetivos de la investigación fue las respuestas aportadas por los entrevistados especialistas en el tema, que ayudaron a tener un conocimiento más amplio; sin embargo, la mayor dificultad encontrada fue que las entidades encargadas de salvaguardar los derechos del consumidor (Indecopi, Osiptel) no brindaron acceso e información idónea para una mejor comprensión del problema investigado de parte de la otra cara de la moneda, ya que son los entes encargados de sancionar a las empresas de telefonía en casos de infracciones que vulneran los derechos del consumidor.

Segundo: Como resultado se estableció de qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía, se refirió a que una asimetría informativa genera un desequilibrio entre el proveedor y el consumidor por falta de información, esto puede conducir a que se generen cláusulas abusivas o confusas que perjudiquen a los consumidores. Lo que me ayudo en este punto fueron las revistas indexadas ya que confirmaron que si hay una vulneración de los derechos del consumidor; sin embargo, la dificultad que pude hallar fue que los tiempos de respuesta de una solicitud que brindan los entes reguladores son exagerados y esto genera que el consumidor no continúe con los procedimientos, concluyendo que las empresas sigan vulnerando los derechos de los consumidores.

Tercero: En esta investigación se determinó de qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios, lo más destacado fue que en las empresas de telefonía no se garantiza una igualdad contractual ya que los contratos que se realizan son por adhesión, ya que estos son redactados previa y unilateralmente por el proveedor, dirigidos a los consumidores quienes tienen la opción de adherirse o no. Lo que más me ayudo en este punto fue las teorías sobre el tema de investigación y sobre todo las resoluciones de Indecopi; sin embargo lo dificultoso fue que algunas resoluciones de Indecopi no se encuentran visible para el público y dificulta la labor de la investigación.

VI. RECOMENDACIONES

Primero: Se recomienda al Consejo Directivo de Indecopi que debe buscar un diálogo constructivo con los proveedores de telefonía, para que brinden acceso a información idónea y poder garantizar el cumplimiento de los derechos de los consumidores. Además, se podría explorar la posibilidad de establecer mecanismos de evaluación y seguimiento para verificar el cumplimiento efectivo de las normas y la protección adecuada de los derechos de los consumidores en los centros comerciales donde se ofrecen productos y servicios, y que los consumidores sientan que las entidades encargadas de salvaguardar el cumplimiento de la norma estén haciendo su labor.

Segundo: Se recomienda al Presidencia Ejecutiva de Indecopi que debe concientizar a los colaboradores de brindar información sobre derechos y deberes que deben cumplir a la hora de efectuar una negociación, que las partes involucradas cumplan con establecer medidas que garanticen la transparencia y claridad en la información, a fin de evitar la asimetría informativa. Además, se podría impulsar la creación de mecanismos que permitan una respuesta más rápida y eficiente por parte de los entes reguladores encargados de la protección del consumidor, de manera que se puedan atender adecuadamente las solicitudes y reclamaciones de los consumidores afectados.

Tercero: Se recomienda al Consejo Directivo de Indecopi que las entidades encargadas de velar el cumplimiento de los derechos del consumidor deben verificar y regularizar que los contratos que se realizan no tengan cláusulas abusivas o engañosas que perjudiquen al consumidor. Elaborar un procedimiento que garantice estándares de transparencia e igualdad a la hora de celebrar los contratos con las empresas de telefonía.

REFERENCIAS

- Ardic, O., Ibrahim, J. y Mylenko, N. (2011). Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services. The World Bank, 46. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/963161468325148528/pdf/WPS5536.pdf>
- Astete, A. (2016). El Sharing economy o economía de pares en la protección al consumidor y competencia Desleal. [Trabajo académico de segunda especialidad]. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12198>
- Alvites, C. (2015). Los cambios de criterio en las resoluciones emitidas por Indecopi en materia de protección al consumidor, con especial referencia a la aplicación del principio de protección de la confianza legítima. [Trabajo académico de segunda especialidad]. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9537/ALVITES_CARPIO_LOS_CAMBIOS_DE_CRITERIO_EN_LAS_RESOLUCIONES

[S EMITIDAS POR INDECOPI EN MATERIA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

- Alvear, J. (2016). Consumidor y empresario: ¿relaciones jurídicas conflictivas? hacia una concepción relacional del derecho del consumidor. *Revista Chilena de Derecho*. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rchilder/v43n3/art03.pdf>
- Álvarez, J. (2017). *La protección del consumidor en el derecho de la competencia*. España: Editorial Comares.
- Badilla, J. y Carrillo, A. (2015). Protección efectiva del consumidor costarricense en el comercio electrónico: una propuesta basada en el derecho comparado. [Tesis para licenciado].
<http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/3050/1/38824.pdf>
- Baca, V. (2013). *Consumer Protection*. Lima: Indecopi.
<https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5565/consumer%20protection.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabrera, K. (2011). El derecho de consumo Desde la teoría clásica del contrato hasta los nuevos contratos. Colombia: Artículo de investigación.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85122612004>
- Carranza, C. (2022). *Consumer Protection in Peru: Origins, Evolution, and Main Regulatory Influences*. Francia: revista política del consumidor.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10603-022-09506-7>
- Carrasco, A. (2012). Un mapa de situación: directivas de cláusulas abusivas, de prácticas desleales y de “derechos” de los consumidores. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*. <http://www.revista.uclm.es/index.php/cesco>
- Cuyutupa, J. (2017). La caracterización del procedimiento administrativo de protección al consumidor ¿un frankenstein administrativo? Propuesta de cambio para la efectiva tutela del derecho fundamental de la protección al consumidor. [Trabajo académico de segunda especialidad].
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8608/CUY>

[UTUPA JORGE procedimiento%20administrativo consumidor.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/141568/Derecho-del-consumidor.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Chacc, M. (2016). Derecho del Consumidor, análisis crítico de la existencia de un catálogo de derechos básicos de los consumidores en el artículo 3° de la Ley 19.496. [Tesis para licenciado]. <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/141568/Derecho-del-consumidor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

De la Maza, I. (2010). The supply of Information as a technique of Protection to the Consumers: Pre-contractual duties of Information. vol.17, n.2, 52. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-97532010000200002&script=sci_abstract&tlng=en

De la Maza, I. (2015). El mal que no quiero: la información como técnica de protección de los consumidores. RJUAM, nº 31, 2015-I, pp. 349-368. <https://revistas.uam.es/revistajuridica/article/view/6473/8019>

Durand, J. (2019). Aproximación a una teoría de los derechos humanos del consumidor en el mercado global y su tratamiento en el derecho constitucional peruano. Perú: editorial neogranadina. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7316040>

Falconi, M. (2022). Cláusulas abusivas y derechos de los consumidores en Ecuador. Ecuador: Chakiñan. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades. <https://chakinan.unach.edu.ec/index.php/chakinan/article/view/782/616>

Fuentes, J. y Sánchez, D. (2017). Delimitación del Derecho a Elegir Libremente entre Productos y Servicios. Derecho & sociedad. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/19896/19933>

Gonzales, S. (2022). La Protección Reforzada del Consumidor en Contratos de Consumo. Colombia: Universidad de Rosario. <https://novumjus.ucatolica.edu.co/article/view/4547/4484>

- Granados, J. (2012). Del contrato con el consumidor al contrato con asimetría de poderes, una aproximación desde el derecho comunitario europeo de los contratos. En clave social. <http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/703/1/180-382-1-PB.pdf>
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la investigación, sexta edición. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Herrera, B. y Álvarez, J. (2015). El mercado y la libertad contractual de los consumidores en los contratos por adhesión. *Revistas jurídicas*. <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=7bb0eaa8-ec7d-4963-9e2e-6a2544d3380b%40sessionmgr4008>
- Herrera, N., Neira, G. y Tassara, E. (2016). Propuesta programática para mejorar la relación de consumo en el Perú. [Tesis magíster]. http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1525/Nataly_Tesis_maestria_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Islas, A. y Sosa, H. (2017). Los deberes de información y el arbitraje on-line como mecanismos protectores del consumidor en la contratación a distancia The duties of information and arbitration on-line how mechanisms protector of consumer in the distance contract. *Revista internacional de trabajo social y ciencias sociales*. https://www.researchgate.net/publication/316840857_Los_deberes_de_informacion_y_el_arbitraje_on-line_como_mecanismos_protectores_del_consumidor_en_la_contratacion_a_distancia
- López, P. (2015). El Principio de Equilibrio contractual en el Código Civil Chileno y su particular importancia como Fundamento de algunas Instituciones del moderno derecho de las Obligaciones en la Dogmática Nacional. Chile: *Revista Chilena de Derecho Privado*.

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-80722015000200004

Mena, M. (2020). El papel de la gestión documental en los procesos de rendición de cuentas. Apuntes para una ley cubana de transparencia y acceso a la información. Cuba: Universidad de La Habana. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702020000200004

Minetti, D., Torres, H. y Vezzulla, J. (2015). Deber de informar y la exhibición de precio cierto al consumidor. Avances jurisprudenciales y legislativos. Sistema Argentino de información jurídica. <http://www.pensamientocivil.com.ar/system/files/2015/09/Doctrina2034.pdf>

Morales, A. (2008). *Temas de protección al consumidor y buenas prácticas de mercado: la asimetría informativa*. Lima: Asesorandina S.R.L.

Morales, A. (2014). El acto cooperativo frente a las normas sobre protección al consumidor y frente a la legislación sobre la libre competencia. *Ius et Praxis*, Revista de la Facultad de Derecho. https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ius_et_Praxis/article/viewFile/374/355

Monteros, A. y Galarraga, M. (2015). El Consumidor en el Marco Constitucional y el Ejercicio Efectivo de sus derechos en la ciudad de Quito en el año 2013. [Tesis para optar el título de abogada]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6202/1/T-UCE-0013-Ab-151.pdf>

Morgestein, w. (2011). El concepto de información en el Estatuto del Consumidor colombiano. Un estudio jurídico de la institución en la Ley 1480 de 2011. *Revista Estudios Socio-Jurídicos*. <https://www.redalyc.org/pdf/733/73333009006.pdf>

Nunes, P. (2019). *Teoría de la Información Asimétrica*. Portugal: Universidade Nova de Lisboa. <https://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/teoria-de-la-informacion-asimetrica/>

- OECD (2020). CONSUMER POLICY IN COSTA RICA, 43.
<https://www.oecd.org/sti/consumer/consumer-policy-in-costa-rica.pdf>
- Olivares, F. (2018). Marcas negras en la era de la transparencia. España: Editorial Gedisa S.A.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7fJ0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA97&dq=transparencia+de+informacion+en+el+derecho+del+consumidor&ots=4iZKFhR_ma&sig=5bKQoNH3-rTSbCpxcPjFX7jj3l4#v=onepage&q=transparencia%20de%20informacion%20en%20el%20derecho%20del%20consumidor&f=false
- Pérez, D. (2014). La protección al consumidor por publicidad engañosa en el Ecuador. [Tesis para optar el título de abogado].
<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2850>
- Raccanelio, K., Romero, D. y Aceves, J. (2015). Falta de transparencia y arrepentimiento del consumidor. Eseconomía.
http://yuss.me/revistas/ese/ese2015v10n42a01p007_032.pdf
- Ratcliff, Wosyka, Martinello y Franco (2023). CONSUMER PROTECTION MEASURES. Fact Sheets on the European Union, 9.
https://www.europarl.europa.eu/erpl-app-public/factsheets/pdf/en/FTU_2.2.2.pdf
- Ríos, R. (2020). El deber de información en el seguro como instrumento de decisión racional en la contratación y de tutela a favor del asegurado. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Rivera, A. (2018). La Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, en el Ordenamiento Jurídico de la República Dominicana, a partir de la Ley No. 358-05. (Tesis para optar por el grado de doctor). Recuperado de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=186624>
- Rojas, C. (2012). El alcance del deber de información en materia de protección al consumidor: un replanteamiento desde el derecho y economía conductual y el neuromarketing. Themis revista de derecho. Recuperado de
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/9014>

- Romero, R. (2014). Teoría de la libertad de elección: aplicación en la praxis ética. Perú: Universidad Mayor De San Marcos. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/11059/9938>
- Ruiz, G. (2018). Soberanía del consumidor y libertad de elección en países en desarrollo. Revista de Economía Institucional. <http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v20n38/0124-5996-rei-20-38-00071.pdf>
- Santa, L. (2016). Consumer Protection Act. Printed by the National Printing Corporation Castries, 135. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/tri183500.pdf>
- Salas, R. (2010). Algunos apuntes y reflexiones sobre la Tutela de los derechos de los consumi-dores y la Asimetría Informativa en el mercado. Foro jurídico. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/18587/18827>
- Sayas, R., Arrieta, R. y Latorre, E. (2018). Sistema de protección al consumidor en el marco de un modelo dinámico de gobernanza. <https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/ccsh/article/view/v18n34a04/865>
- Schauer, F. (2014) Transparencia en tres dimensiones. Revista de Derecho Vol. XXVII - Nº 1. <https://www.scielo.cl/pdf/revider/v27n1/art04.pdf>
- Trinidad y Tabago (2023). National Consumer Policy 2018 – 2023. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/tri183500.pdf>
- Torres, S. (2016). Deber de información y asesoría pensional a los afiliados en el sistema general de pensiones Colombia año 2016. Colombia: Revista CES Derecho. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2145-77192016000200005&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Torres, C. (2017). *Temas actuales de protección al consumidor*. Perú: Asesorandina S.R.L.
- Velasco, F. (2014). El reconocimiento constitucional de los derechos de los consumidores: un desafío pendiente. <http://derechoyconsumo.udp.cl/wp-content/uploads/2015/05/Seminario-Fabian-Velasco.pdf>

Villalba, J. (2012) El deber de información en el derecho del consumo Revista IUSTA, vol. 2, núm. 37. Universidad Santo Tomás Bogotá. Colombia.
<https://www.redalyc.org/pdf/5603/560358696005.pdf>

Villegas, J. (2017). El problema con la idoneidad y los incentivos en el sistema de Protección al Consumidor en el Perú. (Trabajo académico de segunda especialidad). <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8676>

ANEXOS

Anexo 01 Matriz de consistencia

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de los Olivos, 2022

Problema general	Objetivo general	Supuesto general	Categorías	Subcategorías (dimensiones)	Metodología
¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?	Determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022.	La asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía.	1. Asimetría Informativa Herrera (2015) explica que la información asimétrica ocurre cuando una de las partes posee más y mejor información que la otra. En este contexto, los ejecutivos de las organizaciones pueden tomar decisiones que favorezcan sus intereses en perjuicio de los intereses de los representados.	1.1. Transparencia de información 1.2. Deber de información	Enfoque: cualitativo Tipo: Básica Diseño: Teoría fundamentada
Problemas específicos	Objetivos específicos	Supuestos específicos	2. Derecho de protección del consumidor Sayas, Arrieta y Latorre (2018) explican que, en Colombia, el derecho de consumo es relativamente nuevo, ya que solo a partir de los años 80 se emitió un estatuto del consumidor. Sin embargo, este derecho ha adquirido raíces constitucionales con la Carta Política de 1991, que protege a los consumidores en su rol de destinatarios finales de bienes y servicios en las relaciones de		
PE1	OE1	SE1			Nivel: Descriptivo Población: Participantes Documentos
¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de	Establecer de qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de	La asimetría informativa, no garantiza la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de			

<p>telefonía en el distrito de los olivos, 2022?</p>	<p>productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022.</p>	<p>productos y servicios de telefonía.</p>	<p>y de</p>	<p>consumo. En este sentido, el Estado interviene y dirige esta protección, reconociendo los derechos de los consumidores como derechos colectivos. (p. 63).</p>	<p>2.1 Derecho de libertad de elección</p>	<p>Muestra: Participantes Documentos</p>
<p>PE2</p>	<p>OE2</p>	<p>SE2</p>	<p>de</p>	<p>Categorías emergentes</p>	<p>2.2. Igualdad contractual</p>	<p>Técnicas: Entrevista Análisis documental Instrumentos: Guía de entrevista Guía de análisis documental Métodos de análisis de datos: Analítico/ Comparativo</p>
<p>¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios en el distrito de los olivos, 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios en el distrito de los olivos 2022.</p>	<p>El deber de información frente a la igualdad contractual garantiza el derecho de protección al consumidor de productos y servicios.</p>	<p>el de de y</p>	<p>Contratos de adhesión Prácticas engañosas Cláusulas abusivas Información engañosa Mala elección Nivel de calidad Transacción comercial Costos ocultos Desarrollo económico sostenible Competencia justa Términos contractuales abusivos Competencia justa</p>		

ANEXO 1.1: Matriz de triangulación de datos de Entrevista

PROBLEMA GENERAL	GUÍA DE ENTREVISTA P1 Castañeda Juárez Gonzales J. Gonzales C. Gonzales M.	GUÍA DE ENTREVISTA P2 Leiva	GUÍA DE ENTREVISTA P3 Uribe Pineda	CATEGORÍAS DESCUBIERTAS	CATEGORÍAS EMERGENTES	SEMEJANZAS	DIFERENCIAS	CONCLUSIÓN APROXIMADA
<p>¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría al derecho de protección al consumidor en los productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022?</p>	<p>Afirman que la asimetría informativa en productos y servicios de telefonía vulnera el derecho de los consumidores porque los proveedores de telefonía no proporcionaron información clara, completa, oportuna y veraz y esto dificultó la toma de decisión en la elección correcta, porque no conocen la totalidad de verdaderos costos y calidad. Es por eso que los entrevistados mencionan que la asimetría informativa no garantiza ningún derecho.</p>	<p>Considera que la diferencia en el acceso a la información importante puede llevar a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos, estas cláusulas limitan a los clientes y como resultado, pueden encontrarse en situaciones desfavorables y sin las herramientas necesarias para proteger sus derechos.</p>	<p>Refieren que los proveedores de telefonía recurrieron a estrategias publicitarias engañosas para captar a los consumidores, y para ello ofrecieron características y beneficios de sus productos de manera confusa, lo que lleva a los consumidores a tomar decisiones basadas en información incorrecta o engañosa.</p>	<p>Cláusulas abusivas Proporcionar información</p>	<p>Tomar decisión Información engañosa Mala elección Cláusulas abusivas Nivel de calidad</p>	<p>Proporcionar información Información clara</p>	<p>Falta de información Ocultar información</p>	<p>De lo analizado en párrafos anteriores se obtuvo que si el proveedor oculta información relevante afecta el derecho del consumidor, dificultando la toma de decisiones, incorporando cláusulas abusivas en los contratos. Es importante corregir las prácticas perjudiciales y garantizar una información clara parte el consumidor para lograr un equilibrio en el mercado, ya que se sabe que en una asimetría informativa el proveedor tiene más información que el consumidor.</p>

ANEXO 1.2: Matriz de triangulación de datos de Entrevista

PROBLEMA ESPECÍFICO 1	GUÍA DE ENTREVISTA P4 Castañeda Uribe Gonzales B. Gonzales Y. Gonzales R. Pineda	GUÍA DE ENTREVISTA P5 Castañeda Juárez Gonzales B. Gonzales R.	GUÍA DE ENTREVISTA P6 Castañeda Leyva Pineda	CATEGORÍAS DESCUBIERTAS	CATEGORÍAS EMERGENTES	SEMEJANZAS	DIFERENCIAS	CONCLUSIÓN APROXIMADA
<p>¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022?</p>	<p>Mencionaron que la falta de información puede tener un impacto negativo en el derecho del consumidor a su libertad de elección porque los proveedores de empresas de telefonía no proporcionaron información clara y precisa de los productos y servicios, como consecuencia se estaría vulnerando la transparencia de la información. También relataron que la asimetría informativa generó un desequilibrio entre las partes involucradas, ya que la parte más débil tomara decisiones erróneas en ausencia de información relevante a los costos ocultos, cláusulas contractuales o limitaciones en el servicio.</p>	<p>Concordaron que los mecanismos pueden ser la activación de un sistema de seguimiento y monitoreo de los proveedores de telefonía que cuentan con reclamos de sus clientes, reforzar la fiscalización de las empresas del rubro, las inspecciones deben ser periódicas para garantizar el cumplimiento de la Ley. Investigar denuncias, proporcionar más canales de atención al cliente donde se pueden presentar quejas y denuncias en caso de incumplimiento de la norma. Fomentar la concientización y responsabilidades de los consumidores en la adquisición de productos y servicios de telefonía y concluyeron que es importante que los entes reguladores sean transparentes en su propia gestión y rendición de cuentas para mantener la confianza de los consumidores.</p>	<p>Concuerdan que la información correcta, verídica por parte del proveedor es fundamental para proteger el derecho de libertad de elección y esto conllevaría a tomar mejores decisiones al analizar la calidad, comparar opciones con respecto de los productos y servicios de telefonía. Pero si el proveedor proporciona información falsa o engañosa, el consumidor podría tomar decisiones erróneas, lo que puede llevar a una mala experiencia y caer en una práctica engañosa por parte del proveedor.</p>	<p>Prácticas engañosas Fiscalización Competencia justa</p>	<p>Transacción comercial Prácticas engañosas Costos ocultos</p>	<p>Desequilibrio Regulación</p>	<p>Información errónea Fiscalización</p>	<p>De lo analizado se obtuvo que la carencia de información afecta la libertad de elección y genera un desequilibrio en el mercado, donde el consumidor es la parte débil y necesita la información para tomar decisiones. Los proveedores utilizaron la asimetría informativa para redactar cláusulas abusivas que vulneran los derechos de los consumidores.</p>

ANEXO 1.3: Matriz de triangulación de datos de Entrevista

PROBLEMA ESPECÍFICO 2	GUÍA DE ENTREVISTA P7 Castañeda Juárez Gonzales J. Gonzales M. Pineda	GUÍA DE ENTREVISTA P8 Juárez Gonzales J. Gonzales C. Gonzales M. Leiva Uribe	GUÍA DE ENTREVISTA P9 Juárez Gonzales J. Gonzales C. Leyva Pineda	CATEGORÍAS DESCUBIERTAS	CATEGORÍAS EMERGENTES	SEMEJANZAS	DIFERENCIAS	CONCLUSIÓN APROXIMADA
<p>¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual en productos y servicios de telefonía garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios en el distrito de los Olivos, 2022?</p>	<p>Consideran que el deber de información e igualdad contractual son fundamentales para proteger al consumidor. Estos requisitos garantizan la transparencia en la información y permiten a los consumidores hacer elecciones informadas y sin presiones indebidas. Asimismo, aseguran que los consumidores sean tratados de manera justa y equitativa en la relación entre proveedores y consumidores. En los servicios de telefonía, el deber de información garantiza que los proveedores divulguen de manera transparente los precios, cargos adicionales y tarifas ocultas, permitiendo a los consumidores evaluar y comparar las ofertas disponibles y evitar sorpresas desagradables en sus facturas.</p>	<p>Indican que el cumplimiento del deber de información, garantizaría la igualdad contractual, sin embargo, en los centros de atención se observa que muchos consumidores hacen largas colas para presentar reclamos debido a la falta de información adecuada. En una relación contractual, el proveedor tiene mayor conocimiento y experiencia, lo que genera una asimetría informativa que puede llevar a desigualdades en el contrato. Es por eso que el deber de información del proveedor es crucial para revertir esta situación, asegurando que ambos tengan acceso a la misma información relevante y lograr un equilibrio en el mercado.</p>	<p>Comparten el criterio de que la a igualdad contractual contribuye al desarrollo económico sostenible del mercado, por proporcionar igualdad de oportunidades, mejor información a los participantes del mercado. Esto generaría un entorno favorable porque habría una competencia justa y el resultado sería que ambas partes lograrían un equilibrio en el mercado. Pero fomentar la igualdad contractual implicaría que los proveedores brinden información completa, de fácil comprensión y como resultado sería prevenir una asimetría informativa.</p>	<p>Términos contractuales Contrato de adhesión Cargos adicionales</p>	<p>Desarrollo económico sostenible Competencia justa Términos contractuales abusivos Cargos adicionales Tarifas ocultas Competencia justa Contrato de adhesión</p>	<p>Acceso de la información Desfavorable</p>	<p>Beneficioso Desigualdad</p>	<p>De lo analizado se obtuvo que el deber de información y la igualdad contractual son esenciales para respetar y asegurar la transparencia en la información. Esto permite a los consumidores tomar decisiones informadas y correctas, mientras se asegura un trato equitativo en la relación entre proveedor y consumidor. La igualdad contractual implica proteger las condiciones de ambas partes durante la celebración y ejecución de contratos, evitando cláusulas abusivas.</p>

ANEXO 02

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos 2022

Entrevistado:.....

Cargo/Profesión/Grado Académico:.....

Institución:.....

Correo:..... Celular:.....

Fecha:/...../.....

Objetivo general

Determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022.

1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

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

2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?

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

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Objetivo específico 1

Establecer de qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022.

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

Objetivo específico 2

Determinar de qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022.

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

SELLO Y FIRMA

ANEXO 03

ENTREVISTAS

Guía de entrevista

Título: **La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos 2022**

Entrevistado: Tomas Castañeda Rinza

Cargo/Profesión/Grado Académico: abogado titulado-colegiado

Institución: Independiente

Correo: tomas502@hotmail.com

Celular: 989061309

Fecha: 25/05/2023

Objetivo general

Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, 2022?

1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa vulnera el nivel de calidad de los productos y servicios de telefonía, por no proporcionar información clara y completa.

2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa afecta negativamente a los consumidores en la adquisición de productos y servicios, ya que dificultaría que los consumidores tomen decisiones correctas al momento de ser informados.

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Se pueden implementar Campañas o talleres de información y educación, anuncios por televisión y/o radio y sobre todo utilizar las redes sociales. Es importante que estas campañas sean llevadas a cabo de manera constante.

Objetivo específico 1

Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La falta de información completa podría tener un impacto negativo en el derecho del consumidor a su libertad de elección, por lo tanto, es de vital importancia que los proveedores proporcionen información clara y precisa a los consumidores para asegurar la transparencia de la información y el derecho a la libertad de elección.

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

Un mecanismo pueden ser la implementación de un sistema de seguimiento y monitoreo de los proveedores de telefonía para asegurarse de que cumplan con las regulaciones establecidas en la ley y sobre todo verificar si la información brindada sea la necesaria para el consumidor.

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

La información correcta por el proveedor es fundamental para proteger el derecho de libertad de elección del consumidor. Si el proveedor proporciona información falsa o engañosa, el consumidor podría tomar decisiones basadas en información errónea, lo que puede llevar a una mala experiencia.

Objetivo específico 2

Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

El deber de información e igualdad contractual es crucial para proteger el derecho de los consumidores, al garantizar la transparencia en la información, los consumidores pueden hacer elecciones informadas y sin presiones indebidas. Asimismo, el deber de igualdad contractual permite que los consumidores sean tratados de manera justa y equitativa.

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

El deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor es esencial para lograr una igualdad contractual entre el proveedor y el consumidor. Al brindar información clara y detallada sobre los productos y servicios ofrecidos, al asegurar que se cumpla con la igualdad contractual, se evita el uso de cláusulas abusivas o desfavorables para los consumidores, lo que permite que estos estén protegidos contra prácticas comerciales desleales.

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

La igualdad contractual es esencial para asegurar un equilibrio en el mercado, ya que ayuda a prevenir la asimetría informativa entre el proveedor y el consumidor. La asimetría informativa ocurre cuando una de las partes tiene mejor información sobre los productos y servicios que vende. Esta desigualdad puede llevar a prácticas comerciales injustas, como publicidad engañosa o la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.

Tomas Castañeda Rinza
~~ABOGADO~~
Reg. C.A.C. 9785

SELLO Y FIRMA

Consentimiento Informado (1)

Título de la investigación: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022.”, cuyo objetivo es, determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022.”
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 60 minutos y se realizará en el ambiente de su Estudio Jurídico. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):



Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos email: jcarlospunk9@gmail.com y Docente asesor: Mg. García Díaz, Consuelo Elizabeth email: consueloegd@gmail.com

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Castañeda Rinza, Tomas

Fecha: 25/ 05/ 2023

Hora: 11:00 am.

Tomas Castañeda Rinza
ABOGADO
Reg. C.A.C. 9785

SELLO Y FIRMA

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.



Guía de entrevista

Título: **La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos 2022**

Entrevistado: Nolberto C. Juárez Puitalla

Cargo/Profesión/Grado Académico: Abogado titulado-colegiado

Institución: Independiente

Correo: claurbert@gmail.com

Celular: 997822716

Fecha: 25 / 05 /2023

Objetivo general

Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?

1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa si vulnera el derecho del consumidor porque implicaría que la información no estaría fácilmente disponible para los consumidores y esto dificultaría la capacidad para tomar una decisión.

2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?

La falta de información puede llevar al consumidor a seleccionar productos y servicios de telefonía que no cumplen con lo que esperan o necesitan eso es la consecuencia de la asimetría informativa.

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La estrategia sería reforzar la supervisión y cumplimiento de las leyes y normativas que protegen a los consumidores y tomar las medidas adecuadas para garantizar que se respeten las prerrogativas de los consumidores.

Objetivo específico 1

Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Al no garantizar la transparencia y el derecho de libertad del consumidor por una asimetría informativa, el proveedor redacta las cláusulas abusivas que son perjudiciales o confusas debido a la falta de información proporcionada.

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

La responsabilidad de los entes reguladores es vigilar el cumplimiento de la ley y por ello se debe aplicar con rigurosidad las inspecciones periódicas, investigar denuncias y sancionar a los proveedores que no cumplan con la transparencia de la información.

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

Al proporcionar información correcta, se está garantizando el derecho de los consumidores ya que se les proporciona el conocimiento necesario para evaluar, comparar y entender las características, beneficios, políticas y condiciones de los diferentes productos y servicios disponibles en el mercado.

Objetivo específico 2

Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

El deber de información e igualdad contractual son requisitos para mantener el equilibrio en la relación entre proveedores y consumidores.

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

Proporcionar información correcta sobre productos y servicios es esencial para mantener la igualdad contractual y como resultado nos encontraríamos en un equilibrio entre proveedor y consumidor.

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

La igualdad contractual contribuye al desarrollo económico sostenible del mercado, por proporcionar igualdad de oportunidades a todos los participantes del mercado. Esto generaría un entorno favorable para la inversión, la creación de empleo y el bienestar económico general.

 Nolberto C. Juárez Puitalla ABOGADO Reg. C.A.L. 81095

SELLO Y FIRMA

Consentimiento Informado (2)

Título de la investigación: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”, cuyo objetivo es, determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

3. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”
4. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 60 minutos y se realizará en el ambiente de su Estudio Jurídico. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos email: jcarlospunk9@gmail.com y Docente asesor: Mg. García Díaz, Consuelo Elizabeth email: consueloegd@gmail.com

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Juárez Puitalla, Nolberto C.

Fecha: 25/ 05/ 2023

Hora: 9:00 am.



Nolberto C. Juárez Puitalla
ABOGADO
Reg. C.A.L. 81095

SELLO Y FIRMA

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Guía de entrevista

Título: **La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos 2022**

Entrevistado: Ricardo Felipe Uribe Jorge

Cargo/Profesión/Grado Académico: Abogado / Magister.

Institución: Independiente

Correo: ricardouribe.abogados@gmail.com

Celular: 997591332

Fecha 19/May/2023

Objetivo general

Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?

1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Los proveedores de servicios de telefonía pueden recurrir a estrategias publicitarias engañosas para captar a los consumidores, ofreciendo beneficios o características que no son ciertas en realidad.

2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?

Los consumidores pueden verse obligados a tomar decisiones basadas en información limitada o engañosa.

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Pueden realizar campañas de educación en medios de comunicación locales, redes sociales y espacios comunitarios para informar a los consumidores sobre sus derechos.

Objetivo específico 1

Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Dificulta a los consumidores en su visión clara y completa de las características, condiciones, limitaciones y costos asociados a los productos y servicios disponibles.

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

Impartir talleres informativos y proporcionar recursos educativos en línea para fortalecerá la capacidad de los consumidores con respecto a sus derechos.

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

Cuando se le brinda información veraz el consumidor puede tomar una decisión acorde a sus requerimientos y deseos.

Objetivo específico 2

Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022?

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Los consumidores pueden valorar las ofertas y elegir las que sean más convenientes para sus necesidades y gustos al contar el deber a información.

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

El deber de informar, garantizaría la igualdad contractual.

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

La igualdad contractual asegura que los consumidores tengan la misma oportunidad de acceder a la información.



SELLO Y FIRMA

Consentimiento Informado (3)

Título de la investigación: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”, cuyo objetivo es, determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

5. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”
6. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 60 minutos y se realizará en el ambiente de su Estudio Jurídico. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos email: jcarlospunk9@gmail.com y Docente asesor: Mg. García Díaz, Consuelo Elizabeth email: consueloegd@gmail.com

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Uribe Jorge, Ricardo Felipe

Fecha: 19/ 05/ 2023

Hora: 4:00 pm.



RICARDO F. URIBE JORGE
ABOGADO
CAL. 28855

SELLO Y FIRMA

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Guía de entrevista

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos 2022

Entrevistado: Gonzales Baldeon Josselin Dafne

Cargo/Profesión/Grado Académico: Sub Gerente de Seguridad Vial de la Gerencia de Tránsito, Viabilidad y Transporte Urbano/ Abogada/ Titulada en Derecho - Colegiada

Institución: Municipalidad Provincial de Huarochirí – Matucana

Correo: josselin_dafne@hotmail.com Celular: 977345684

Fecha: 19/05/2023

Objetivo general

Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?



1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa puede vulnerar el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía al dificultar que los consumidores tomen decisiones informadas sobre los productos y servicios que están comprando.

2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?

La falta de información completa y precisa sobre los productos y servicios de telefonía, puede tener un efecto negativo en una adquisición, si no tienen acceso adecuada a la información podrían tomar una mala decisión de compra, y esto conllevaría que el consumidor no esté satisfecho a sus necesidades o expectativas.

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

La información correcta es importante porque ayuda a crear un mercado justo y competitivo al garantizar que la elección del consumidor esté respaldada de información precisa y real. Lo cual promueve la transparencia en la información, lo que ayuda a los consumidores a tomar decisiones informadas y a proteger su derecho a la libertad de elección.

Objetivo específico 2

Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?



7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Con respecto al deber de información es esencial para proteger el derecho de protección al consumidor de productos y servicios, en cuanto a la igualdad contractual sería necesaria para proteger la igualdad de condiciones entre el proveedor y el consumidor, evitando la creación de términos contractuales abusivos que puedan perjudicar a la parte más débil.

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

El cumplimiento del deber de información y la igualdad contractual son fundamentales para garantizar la protección del consumidor, pero en nuestro país no se da, ya que se puede apreciar en los centros comerciales de que muchos consumidores hacen largas colas para hacer su reclamo por la insatisfacción de un producto o servicio adquirido. Es por ello que es de vital importancia que el proveedor de productos y servicios proporcionen información precisa y detallada para asegurar la igualdad en los acuerdos contractuales en el distrito de Los Olivos.

Se pueden llevar a cabo campañas publicitarias que fomenten los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía, Ofrecer charlas y talleres informativos en escuelas, bibliotecas y otros lugares públicos para informar a los consumidores, también fomentar información en las redes sociales.

Objetivo específico 1

Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?



La asimetría informativa se refiere a una situación en la que una de las partes en una transacción comercial tiene más información que la otra, lo que puede dar lugar a un desequilibrio en el poder de negociación y una falta de transparencia en la información.

En el contexto de la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, si los proveedores de servicios de telefonía tienen más información que los consumidores, esto podría dar lugar a una situación en la que los consumidores no tienen toda la información que necesitan para tomar una mejor decisión.

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

Los mecanismos que tienen que adoptar los entes reguladores para garantizar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios, es que los proveedores proporcionen la información necesaria a los consumidores de manera clara y fácil de entender, proporcionar más canales de atención al cliente donde se pueden presentar quejas y denuncias en caso de incumplimiento de la ley. Fomentar la formación y concientización de los consumidores acerca de sus derechos y responsabilidades en la compra de servicios y productos de telefonía.

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

Debería haber igualdad contractual porque desempeñaría un papel fundamental en la garantía de los consumidores, porque estarían mejor informados y el resultado sería que ambas partes lograrían el equilibrio en el mercado. Pero fomentar la igualdad contractual implicaría que los proveedores brinden información completa y de fácil comprensión, lo cual ayudaría a salvaguardar los derechos de los consumidores y como resultado sería prevenir una asimetría informativa. En conclusión, la igualdad contractual y la prevención de la asimetría informativa entre el proveedor y el consumidor son fundamentales para proteger los derechos de los consumidores.



SELLO Y FIRMA

Consentimiento Informado (4)

Título de la investigación: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”, cuyo objetivo es, determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

7. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”
8. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 60 minutos y se realizará en el ambiente de su Oficina. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos email: jcarlospunk9@gmail.com y Docente asesor: Mg. García Díaz, Consuelo Elizabeth email: consueloegd@gmail.com

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Gonzales Baldeon Josselin Dafne

Fecha: 19/ 05/ 2023

Hora: 8:00 pm.



SELLO Y FIRMA

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Guía de entrevista

Título: **La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022**

Entrevistado: Carmen D. Gonzales Yarleque

Cargo/Profesión/Grado Académico: Abogada/titulada en Derecho-colegiada

Institución: Independiente

Correo: carmengonzalesyarleque@gmail.com Celular: 980797502

Fecha: 15 / Mayo / 2023

Objetivo general

Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?

1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Al no tener una información oportuna, veraz y suficiente no se puede tomar una elección correcta al momento de comprar o consumir un bien o servicio ya que no conocemos en su totalidad los pro y contra de la futura adquisición.

2.- ¿Cómo influye La asimetría informativa en la adquisición de un servicio o producto de telefonía en el distrito de los Olivos?

Considero que al existir una asimetría no permite tener una información completa del servicio solicitado y esto puede llevar a tomar una mala elección al consumidor.

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Establecer canales de comunicación efectivos y sencillos para que los consumidores puedan presentar sus quejas o reclamos en caso de irregularidades o problemas con los servicios o productos adquiridos.

Objetivo específico 1

Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa obstaculiza el derecho de los consumidores a la libertad de elección, ya que, si los proveedores de servicios de telefonía no brindan información clara y transparente, los consumidores no podrán tomar mejores decisiones.

5- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

Multas ejemplares para evitar que se vuelva a vulnerar este Derecho y posteriormente compensaciones económicas para el usuario.

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

De diferentes maneras ya que tiene en cuenta el precio, la necesidad que espera cubrir, la utilidad, el diseño y otros atributos que estaba buscando.

Objetivo específico 2

Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022?

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

El deber de información e igualdad contractual sería fundamental para garantizar el derecho de protección al consumidor, al brindar información clara, suficiente y oportuna sobre los productos y servicios que ofrecen y el resultado sería un equilibrio en el mercado.

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

Porque es importante en la toma de decisiones tanto el precio como los beneficios y tener la confianza de conocer las ventajas y desventajas de lo adquirido.

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

Es difícil que se dé una igualdad contractual ya que los contratos llámese telefonía, cable, internet entre otros son contratos de adhesión y no se puede modificar, sería interesante que en un futuro se pueda evaluar el cambio de ello y es importante contar con toda información para tomar una mejor decisión.


.....
Camen Gonzales Yarleque
ABOGADA
Reg. CAL. 76071

SELLO Y FIRMA

Consentimiento Informado (5)

Título de la investigación: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”, cuyo objetivo es, determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

9. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”
10. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 60 minutos y se realizará en el ambiente de su Oficina. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos email: jcarlospunk9@gmail.com y Docente asesor: Mg. García Díaz, Consuelo Elizabeth email: consueloegd@gmail.com

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Gonzales Yarleque, Carmen D.

Fecha: 15/ 05/ 2023

Hora: 3:00 pm.


Carmen Gonzales Yarleque
ABOGADA
Reg. CAL. 76071

SELLO Y FIRMA

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Guía de entrevista

Título: **La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos 2022**

Entrevistado: Marilyn Elza Gonzales Rivera

Cargo/Profesión/Grado Académico: Asistente en Función Fiscal Fiscalía de Trata Personas de Lima Norte/ Abogada / Titulada en Derecho – Colegiada

Institución: Ministerio Público

Correo: Marilyngonzales2293@gmail.com

Celular: 982420408

Fecha: 24/05/2023

Objetivo general

Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?

1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa vulnera el derecho del consumidor por la falta de información clara y transparente por parte de los proveedores de telefonía y esto perjudica a los consumidores, quienes podrían no estar al tanto de los verdaderos costos de los servicios que adquieren.

2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa influye negativamente por la falta de información completa y precisa sobre las características y beneficios de los productos y servicios de telefonía, quienes podrían tomar decisiones inadecuadas al no conocer las opciones reales disponibles.

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

MARILYN GONZALES RIVERA
Asistente en Función Fiscal
Fiscalía Provincial Especializada en Delitos
de Trata Personas de Lima Norte

Para fortalecer el conocimiento y defensa de los consumidores se debe organizar talleres y capacitaciones dirigidos a los consumidores del distrito de los Olivos, donde se aborden temas específicos relacionados con los derechos de protección al consumidor en general. Los talleres deben ser realizados por expertos en el tema y deben cubrir aspectos como contratos, facturación, garantías y reclamaciones.

Objetivo específico 1

Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La falta de información puede restringir la libertad de elección de los consumidores, quienes podrían verse limitados a elegir entre opciones que se ajusten a sus necesidades o preferencias.

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

Los entes reguladores deben reforzar la fiscalización y control, para garantizar el cumplimiento de las normas y regulaciones establecidas. Esto implica realizar inspecciones periódicas, investigaciones de denuncias y sanciones en caso de incumplimiento, es importante que los entes reguladores sean transparentes en su propia gestión y rendición de cuentas para mantener la confianza de los consumidores.

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

Una información correcta del proveedor permite a los consumidores evaluar la calidad del producto o servicio que están considerando adquirir, porque puede obtener detalles sobre

los procesos de fabricación, los estándares de calidad y otros aspectos que son fundamentales para garantizar un producto o servicio satisfactorio.

Objetivo específico 2

Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

El deber de información y la igualdad contractual garantizarían el derecho del consumidor cuando las partes involucradas se traten de manera justa y equitativa en la celebración y ejecución de los contratos. Esto implica que los términos y condiciones del contrato sean claros, comprensibles y no contengan cláusulas abusivas o desventajosas para los consumidores.

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

En la relación contractual, el proveedor tiene más conocimiento y experiencia sobre el producto y/o servicio que ofrece, mientras que en el deber de informar obliga al proveedor a compartir esa información con el consumidor de manera clara, completa y comprensible. Entonces lo ideal sería que haya un equilibrio entre las partes, para evitar que el proveedor se aproveche de la falta de conocimiento del consumidor y asegurando que ambos tengan acceso a la misma información relevante.

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

Porque la igualdad contractual garantizaría que el consumidor tenga la misma información que el proveedor y ambos se encuentren en la misma posición de igualdad al momento

MARILYN GONZALES RIVERA
Asistente en Función Fiscal
Calle P. Municipal, República de
de Trujillo, Tarma y Lima

de celebrar un contrato, protegiendo al consumidor de prácticas comerciales desleales, engañosas o abusivas.


MARILYN GONZALES RIVERA
Asistente en Función Fiscal
Fiscalía Provincial Especializada en Delitos
de Trata de Personas de Lima Norte

SELLO Y FIRMA

Consentimiento Informado (6)

Título de la investigación: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”, cuyo objetivo es, determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

11. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”
12. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 60 minutos y se realizará en el ambiente de su Oficina. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos email: jcarlospunk9@gmail.com y Docente asesor: Mg. García Díaz, Consuelo Elizabeth email: consueloegd@gmail.com

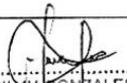
Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Gonzales Rivera, Marilyn Elza

Fecha: 24/ 05/ 2023

Hora: 7:00 pm.



MARILYN GONZALES RIVERA
Asistente en Función Fiscal
Fiscalía Provincial Especializada en Delitos
de Trata de Personas de Lima Norte

SELLO Y FIRMA

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Guía de entrevista

Título: **La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos 2022**

Entrevistado: Maryuri Kassandra Leyva Ospino

Cargo/Profesión/Grado Académico: Abogada.

Institución: Independiente

Correo: makley2412@gmail.com

Celular: 989389002

Fecha: 23../...05../...2023

Objetivo general

Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?

1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La desigualdad en el acceso a la información importante puede llevar a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos de servicios de telefonía, estas cláusulas pueden limitar los derechos de los consumidores y como resultado, los consumidores pueden encontrarse en situaciones desfavorables y sin las herramientas necesarias para proteger sus derechos.

2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?

La falta de igualdad informativa por la asimetría informativa en el mercado puede dificultar la capacidad de los consumidores para elegir productos o servicios apropiados a sus necesidades. Esto puede resultar en experiencias de usuario insatisfactorias y una pérdida de tiempo y dinero innecesaria.

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Organizar servicios de asesoría legal gratuita para los consumidores del distrito de Los Olivos, que se vean en situaciones problemáticas relacionadas con productos y servicios de telefonía. Deben ser expuestos por abogados expertos en defensa del consumidor y tendrían como finalidad brindar información sobre los derechos de los consumidores.

Objetivo específico 1

Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Es necesario establecer políticas y regulaciones que obliguen a las empresas de telefonía a proveer información clara y detallada. De esta manera, se lograría disminuir la asimetría informativa y se garantizaría la transparencia y libertad de elección de los consumidores.

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

Los entes reguladores tienen la posibilidad de establecer iniciativas de educación al consumidor con el fin de brindar información y sensibilizar a los consumidores. Estos programas podrían contemplar actividades como talleres, materiales educativos, campañas de divulgación de información con respecto del derecho de los consumidores.

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

Obtener información verídica acerca del producto o servicio permite a los consumidores tomar decisiones fundamentadas, analizar la calidad, comparar opciones y prevenir tácticas engañosas. Esto asegura su derecho a la libertad de elección.

Objetivo específico 2

Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

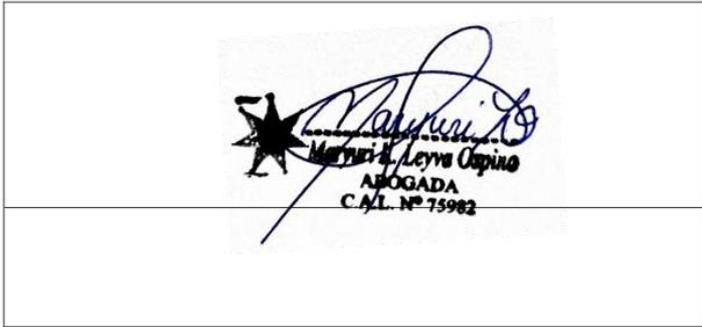
El cumplimiento del deber de información y de igualdad contractual garantizaría la protección de los consumidores de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos, evitando prácticas fraudulentas y un acceso a información clara, completa y transparente.

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa se presenta cuando una de las partes implicadas en una transacción posee mayor información que la otra, lo cual puede generar una desigualdad contractual. Por eso el deber de información del proveedor contribuye a revertir esta situación, al exigir que se proporcione la información correcta para tomar una mejor decisión.

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

La igualdad contractual es esencial para alcanzar una competencia justa en el mercado, ya que proporciona protección al consumidor, favorece decisiones informadas, fomenta condiciones de iguales oportunidades. Al garantizar la igualdad contractual, se eliminaría la asimetría en la información.



SELLO Y FIRMA

Consentimiento Informado (7)

Título de la investigación: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”, cuyo objetivo es, determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

13. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”
14. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 60 minutos y se realizará en el ambiente de su Estudio Jurídico. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos email: jcarlospunk9@gmail.com y Docente asesor: Mg. García Díaz, Consuelo Elizabeth email: consueloegd@gmail.com

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Leyva Ospino, Maryuri Kassandra.

Fecha: 23/ 05/ 2023

Hora: 10:00 am.



SELLO Y FIRMA

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Guía de entrevista

Título: **La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos 2022**

Entrevistado: María Fransheska Pineda Rojas

Cargo/Profesión/Grado Académico: Gerente General/Abogada/Titulada en Derecho-Colegiada

Institución: Estudio Jurídico Pineda Rojas Abogados Asociados

Correo: maria.1994.pinedarm@gmail.com

Celular: 921871265

Fecha: 24/05/2023

Objetivo general

Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?

1.- ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La asimetría informativa podría facilitar la difusión de publicidad engañosa por parte de los proveedores de servicios de telefonía, porque pueden exagerar las características y beneficios de sus productos, ocultar información relevante o presentarla de manera confusa, lo que lleva a los consumidores a tomar decisiones basadas en información incorrecta o engañosa.

2.- ¿Cómo influye la asimetría informativa en la adquisición de un producto y servicio de telefonía en el distrito de los Olivos?

La falta de información clara y comparable es asimetría informativa, esto dificulta a los consumidores comparar las ofertas de diferentes proveedores de productos y servicios de telefonía, esto puede limitar su capacidad para identificar las opciones más convenientes en términos de precios, características y beneficios.

3.- ¿Qué estrategias educativas y de concientización pueden implementarse para fortalecer el conocimiento y la defensa de los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

Elaborar guías y manuales prácticos que expliquen de manera clara y sencilla los derechos de protección al consumidor en telefonía. Estos materiales pueden ser distribuidos de forma impresa o digital y deben incluir información sobre cómo realizar reclamaciones, resolver disputas y tomar medidas adecuadas en caso de incumplimiento de los derechos del consumidor.

Objetivo específico 1

Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

4.- ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

La falta de transparencia de información y la asimetría informativa pueden llevar a que los consumidores tomen decisiones erradas al adquirir productos y servicios de telefonía. Sin tener acceso completo a la información relevante, como los costos ocultos, las cláusulas contractuales o las limitaciones en el servicio.

5.- ¿Qué mecanismos considera usted que deben adoptar los entes reguladores a fin de no vulnerar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios en el distrito de los Olivos?

Los entes reguladores pueden aprovechar las herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles, plataformas en línea o bases de datos, para proporcionar información actualizada y accesible a los consumidores y evitar la vulneración de la transparencia de información.

6.- ¿De qué manera una información correcta del proveedor sobre el producto y/o servicios que el consumidor pretende adquirir, resguarda su derecho de libertad de elección en el distrito de los Olivos?

Una información correcta y veraz del proveedor ayuda a los consumidores a identificar y evitar prácticas engañosas. Cuando los proveedores proporcionan información falsa, engañosa o incompleta, los consumidores pueden ser influenciados negativamente y tomar decisiones basadas en información incorrecta. Al recibir información precisa, los consumidores pueden protegerse de prácticas comerciales deshonestas y ejercer su derecho de elección de manera más efectiva.

Objetivo específico 2

Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?

7.- ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos?

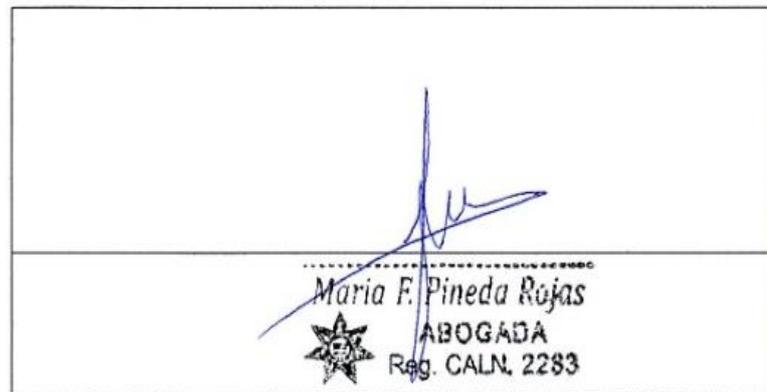
El deber de información garantiza que los proveedores de telefonía divulguen de manera transparente los precios, cargos adicionales y tarifas ocultas. Esto permite a los consumidores evaluar y comparar las ofertas disponibles y evitar sorpresas desagradables en sus facturas.

8.- ¿Por qué es importante el deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor para que se cumpla una igualdad contractual en el distrito de los Olivos?

La igualdad contractual garantiza que el consumidor tenga acceso a la misma información que el proveedor, evitando así la asimetría informativa. Eso sería lo ideal para evitar las prácticas engañosas de las empresas de telefonía y así asegurar los derechos de los consumidores y sobre todo el deber de información.

9.- ¿Por qué debería haber una igualdad contractual y no una asimetría informativa, entre el consumidor y proveedor para que exista un equilibrio en el mercado en el distrito de los Olivos?

La igualdad contractual en el mercado brinda una protección al consumidor, estimula una competencia justa y promueve la confianza en el mercado. Para lograr esto, es necesario asegurar la ausencia de la asimetría informativa y que ambas partes tengan acceso a la misma información. Esto permite la creación de un entorno transparente, equitativo y beneficioso tanto para el consumidor como para el proveedor.



SELLO Y FIRMA

Consentimiento Informado (8)

Título de la investigación: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Investigador (a) (es): Laurente Mendoza, Juan Carlos

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”, cuyo objetivo es, determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La realidad problemática radica en que los proveedores son privilegiados en el acceso de la información permitiendo obtener una ventaja injusta en el mercado, mientras que el consumidor solo recibe información relevante, el problema es resultado de la falta de conocimiento de la ley N° 29571, la cual protege el derecho del consumidor y garantiza que no se vulneren el derecho a la transparencia, el deber de información.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

15. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022”
16. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 60 minutos y se realizará en el ambiente de su Estudio Jurídico. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

ANEXO 04



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

V. DATOS GENERALES

5.1. Apellidos y Nombres: Reyna Ferreyras José Antonio.
 5.2. Cargo e institución donde labora: Docente a tiempo completo.
 5.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Guía de entrevista.
 5.4. Autor(A) de Instrumento: Laurence Mendoza Juan Carlos.

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.													X
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.													X
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.													X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales													X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.													X
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.													X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos													X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.													X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.													X

VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

SI

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

Lima 09, mayo del 2023

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI N° 07495803 Telf: 991566479

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres: LA FORRE GUERRERO ANGEL FERNANDO
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente a tiempo completo
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Guía de entrevista
 1.4. Autor(A) de Instrumento: Laurence Mendoza Juan Carlos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.												X	
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												X	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales												X	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.												X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos												X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												X	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Si

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

95 %

Lima, 28 de abril del 2023

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI N° 09961801 Telf. 980758941

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

V. DATOS GENERALES

5.1. Apellidos y Nombres: WENZEL MIRANDA EUSEBIO SEGUNDO
 5.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE UCV
 5.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Guía de entrevista
 5.4. Autor(A) de Instrumento: Laurence Mendoza Juan Carlos

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.												✓	
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.												✓	
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												✓	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												✓	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales											✓		
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.												✓	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												✓	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos												✓	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												✓	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												✓	

VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Si

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

Lima, 12. mayo del 2023


 FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI N° 09940210 Telf: 992303486

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

V. DATOS GENERALES

5.1. Apellidos y Nombres: Alvarez Corzo Miguel Angel
 5.2. Cargo e institución donde labora: Docente a Tiempo completo
 5.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Guía de entrevista
 5.4. Autor(A) de Instrumento: Laurence Mondo y Juan Carlos

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.												X	
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												X	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales												X	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.												X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos												X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												X	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Si

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

Miguel Lima, 11 mayo del 2023
 Miguel Angel Alvarez Corzo
 ABOGADO
 FIRMA 7888 PERTO INFORMANTE

DNI N° 44840210 Telf: 987 556 576

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

V. DATOS GENERALES

5.1. Apellidos y Nombres: Alvarez Corzo Miguel Angel
 5.2. Cargo e institución donde labora: Docente a tiempo completo
 5.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Guía de entrevista
 5.4. Autor(A) de Instrumento: Laurence Mondo y Juan Carlos

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.												X	
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												X	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales												X	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.												X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos												X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												X	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

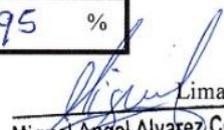
VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Si

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %


 Lima, 11 mayo del 2023
Miguel Angel Alvarez Corzo
ABOGADO
 FIRMA CN 78480 PERTO INFORMANTE

DNI N° 44840210 Telf: 987 556 576

ANEXO 05

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

Autor: Laurente Mendoza Juan Carlos			
Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022			
Objetivo General: Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?			
Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
<p>Doc. 1 RESOLUCIÓN 2261-2017/SPC-INDECOPI</p> <p>file:///C:/Users/EQ/UIPO/Downloads/Sentencia%20n%C2%BA%202261-2017_SPC%20de%20Sala%20Especializada%20en%20Protecci%C3%B3n%20al%20Consumidor.%2019%20de%20Septiembre%20de%202017.html</p>	<p>12. La definición legislativa de quién califica como consumidor tiene por finalidad permitir el acceso al sistema de protección al consumidor a los sujetos que se encuentran en asimetría informativa frente a los proveedores respecto de los productos o servicios adquiridos en el mercado. Así, en cualquiera de los supuestos citados en el numeral anterior subyace la finalidad de corregir la asimetría informativa. 13. La interpretación antes expuesta, se condice con el Principio de Corrección de la Asimetría, contenida en el numeral 4 del artículo V del Título Preliminar del Código, por el cual las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio que se presente entre los proveedores y consumidores. 14. En efecto, normalmente el proveedor cuenta con mayor y mejor información respecto de los productos y servicios que ofrece en el mercado, como consecuencia de su experiencia en el mismo y la profesionalización en el ejercicio de su actividad productiva o comercial; máxime si la propia dinámica del mercado exige a los proveedores estar mejor informados para ser más competitivos.</p>	<p>El propósito de la definición legislativa de consumidor es permitir que aquellos individuos que se encuentran en desventaja informativa frente a los proveedores accedan al sistema de protección al consumidor en relación a los productos o servicios adquiridos. Su objetivo principal es corregir la asimetría informativa. Esta interpretación se alinea con el Principio de Corrección de Asimetría establecido en el artículo V, sección 4 del Título Preliminar del Código, el cual busca corregir las distorsiones o prácticas perjudiciales generadas por la asimetría informativa o el desequilibrio entre proveedores y consumidores. Por lo general, los proveedores poseen más información y experiencia en el mercado debido a su profesionalización, lo que les confiere una ventaja competitiva. En respuesta a esto, el derecho del consumidor busca abordar los problemas que afectan a los consumidores estableciendo derechos diferenciados con el objetivo de lograr un reequilibrio en una relación naturalmente desigual entre los proveedores y los consumidores de bienes y servicios.</p>	<p>Se puede indicar que en la RESOLUCIÓN 2261-2017/SPC-INDECOPI, la definición legal de consumidor tiene el propósito de garantizar que los individuos que se encuentran en una desventaja informativa en comparación con los proveedores tengan acceso a la protección del consumidor. Su finalidad es corregir las prácticas perjudiciales que puedan generarse por la asimetría informativa. Los proveedores, por lo general, poseen mayor información y experiencia en el mercado, lo que los sitúa en una posición de ventaja. El derecho del consumidor tiene como meta equilibrar esta relación desigual mediante la asignación de derechos especializados para los consumidores.</p>

Autor: Laurente Mendoza Juan Carlos

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Objetivo General: Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?

Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
<p>DOC 2</p> <p>RESOLUCIÓN FINAL N° 2397-2022/CC2</p> <p>https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/getDoc?docID=workspace://SpacesStore/4b10c36e-a998-46d3-8fb4-d7469571f35c</p>	<p>22. Específicamente, el literal d) del numeral 1.1 del artículo 1 del Código reconoce el derecho de los consumidores a ser tratados justa y equitativamente en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole. 23. En la práctica los derechos antes citados se resumen en la obligación de los proveedores de dispensar un trato equitativo brindando sus servicios o productos sin exclusiones o selección de clientela, más allá de las condiciones que objetivamente resulten necesarias para el cabal cumplimiento de sus prestaciones. 24. Por su parte, el artículo 38 del Código establece expresamente la prohibición de discriminar a los consumidores por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole; indicando que se encuentra prohibida la exclusión de personas sin que medien causas de seguridad del establecimiento, tranquilidad de sus clientes u otros motivos similares. Asimismo, se</p>	<p>El artículo en cuestión se refiere a los derechos de los consumidores y la prohibición de la discriminación en las transacciones comerciales. En específico, se hace referencia al literal d) del numeral 1.1 del artículo 1 del Código que reconoce el derecho de los consumidores a ser tratados justa y equitativamente en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole. El artículo también establece la obligación de los proveedores de servicios o productos de brindar un trato equitativo a todos los clientes, sin exclusiones o selección de clientela, más allá de las condiciones necesarias para el cumplimiento de sus prestaciones. Además, el artículo 38 del Código prohíbe la discriminación de los consumidores y se precisa que cualquier trato diferenciado debe basarse en causas objetivas y razonables.</p>	<p>Se puede indicar que en la RESOLUCIÓN FINAL N° 2397-2022/CC2, específicamente, se menciona los derechos de los consumidores a ser tratados justa y equitativamente, sin ser discriminados por motivos diversos. Los proveedores de servicios deben brindar un trato equitativo a todos los clientes, sin excepción, y el trato diferenciado debe ser justificado por causas objetivas y razonables. La Comisión tiene el deber de velar por los derechos de los ciudadanos como consumidores y promover el cumplimiento de la obligación de los proveedores de no discriminar a la clientela.</p>

Autor: Laurente Mendoza Juan Carlos

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Objetivo General: Determinar ¿De qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022?

Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
DOC 3 Resolución N° 034-2008/CCD-INDECOPI https://www.consumidor.gob.pe/documentos/20182/143803/034-2008.pdf	La finalidad del artículo 4 de las Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor es proteger a los consumidores de la asimetría informativa en que se encuentran dentro del mercado con relación a los proveedores de bienes y servicios, quienes gracias a su organización empresarial y a su experiencia en el mercado han adquirido y utilizan, de mejor manera, información relevante sobre las características y otros factores vinculados con los productos o servicios que ofrecen. Por ello, es deber de la Comisión supervisar que la información contenida en los anuncios sea veraz, a fin de que los consumidores comparen en forma adecuada las alternativas que le ofrecen los diversos proveedores en el mercado y, de esta forma, puedan adoptar decisiones de consumo adecuadas a sus intereses. Por su parte, la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi ha establecido que debe evitarse omitir información o proporcionar información falsa o confusa que afecte o dañe la confiabilidad de los anuncios, entendida como la percepción que el público tiene de los mismos como un medio de información a los consumidores enmarcado dentro del principio de buena fe.	El artículo 4 de las Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor tiene como finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en que se encuentran en el mercado con relación a los proveedores de bienes y servicios, supervisando que la información contenida en los anuncios sea veraz para que los consumidores puedan comparar en forma adecuada las alternativas que ofrecen los distintos proveedores y adoptar decisiones adecuadas a sus intereses. Además, se debe evitar la omisión de información o proporcionar información falsa o confusa que afecte o dañe la confiabilidad de los anuncios, reduciendo los costos de transacción y favoreciendo el flujo de información en el mercado.	Se puede indicar que en la Resolución N° 034-2008/CCD-INDECOPI, el objetivo del artículo 4 de las Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor es proteger a los consumidores de la asimetría informativa que tienen con los proveedores mediante la supervisión de información en los anuncios sea precisa, permitiendo comparar las opciones existentes y tomar decisiones informadas. Asimismo, se debe evitar la información falsa o confusa que pueda afectar la confiabilidad de los anuncios, lo que permitiría reducir los costos de transacción y favorecer el flujo de información en el mercado.

Autor: Laurente Mendoza Juan Carlos

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Objetivo específico 1: Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
DOC 1 RESOLUCIÓN N°186-2021/CCD-INDECOPI https://busquedas.elperuano.pe/download/full/3NnGwjcl4sxAPrCKnlZ7dY	3. En tal sentido, cuando un agente económico desarrolla o ejecuta una promoción de ventas constituida por un descuento de precio o porcentaje de este, o alguna modalidad equivalente, debe cumplir con que sea excepcional y temporal, así como con que sea calculado o referenciado respecto de la oferta ordinaria o estándar, de lo contrario estaría desnaturalizando el concepto mismo de promoción de ventas e incurriendo en un acto de competencia desleal en la modalidad de engaño, afectando los intereses económicos de los consumidores al generarles una falsa percepción de ahorro o beneficio económico, afectando gravemente sus intereses, así como los de los proveedores que, de manera honesta y transparente, cumplen con ofrecer genuinas promociones de ventas que implican beneficios reales para los consumidores, al ver desviada la demanda deslealmente y en su perjuicio. Las promociones de ventas ficticias también afectan el orden público económico ya que resultan diametralmente opuestas a la competencia por eficiencia y a la transparencia en la información que debe existir en el mercado. 5. Es importante resaltar que el presente precedente de ninguna manera está negando la facultad de las empresas o agentes económicos de fijar los precios que estimen convenientes, sino que, por el contrario, busca fortalecer la transparencia en la información de los precios.	En el texto se explica que una promoción de ventas en la que se ofrece un descuento de precio debe ser excepcional y temporal, así como calcularse con relación a la oferta ordinaria o estándar, de lo contrario se consideraría un acto de competencia desleal generando engaño a los consumidores. Esto puede dar lugar a una falsa percepción de ahorro o beneficio económico, afectando intereses económicos tanto de los consumidores como de los proveedores. Las promociones ficticias afectan negativamente al orden público económico y a la transparencia de información. Sin embargo, esto no limita la facultad de las empresas para fijar precios, sino busca reforzar la transparencia en la información y evitar que los consumidores sean engañados. El objetivo es evitar que los consumidores consideren que se encuentran ante precios promocionales que en realidad no lo son, en aplicación de la propia definición de promoción de ventas establecida por la Ley de Represión de la Competencia Desleal.	Se puede indicar que en la RESOLUCIÓN N°186-2021/CCD-INDECOPI, las promociones ficticias tienen un impacto negativo en la transparencia del mercado y en la competencia justa. No obstante, este principio no impide que las empresas establezcan precios, sino que busca garantizar la transparencia de la información y evitar que los consumidores sean engañados al considerar que están obteniendo ventajas económicas que en realidad no tienen. Este enfoque se alinea con la definición de promoción de ventas según la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Autor: Laurente Mendoza Juan Carlos

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Objetivo específico 1: Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
DOC 2 RESOLUCIÓN 0542-2021/SPC-INDECOPI https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/getDoc?docID=workspace://SpacesStore/f0ef67cf-8668-481e-a3d3-1e98598f75ea	88. El literal 1 del artículo 58° del Código establece el derecho que le asiste al consumidor de elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, que se ofrecen en el mercado, el cual tiene como sustento que, en tanto los consumidores conocen los productos o servicios que les resultan más convenientes en función de sus intereses y necesidades, son ellos quienes adoptarán las decisiones de consumo más eficientes en virtud de su autonomía privada.89. Como correlato de este derecho, surge la obligación de los proveedores de no realizar prácticas que afecten la libertad de elección del consumidor. En este contexto, el artículo 58° del Código establece que los métodos comerciales agresivos o engañosos son aquellas prácticas que merman de manera significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.	El Código establece que los consumidores tienen derecho a elegir productos y servicios adecuados y de calidad en el mercado, basando su elección en sus propias necesidades e intereses. Esta autonomía del consumidor es el fundamento que justifica este derecho. En consecuencia, los proveedores tienen la obligación de respetar la libertad de elección del consumidor y abstenerse de prácticas que afecten su autonomía, como los métodos comerciales agresivos, manipulativos o engañosos. El artículo 58 del Código peruano establece que este tipo de prácticas son consideradas un atentado contra el derecho del consumidor a elegir libremente.	Se puede indicar que en la, RESOLUCIÓN 0542-2021/SPC-INDECOPI, el artículo 58 del Código establece que los consumidores tienen el derecho de elegir libremente entre productos y servicios de calidad, basándose en sus intereses y necesidades. Los proveedores tienen la obligación de no afectar la libertad de elección del consumidor mediante prácticas agresivas o engañosas, tales como el acoso, la coacción o el dolo. Esto asegura que los consumidores tomen decisiones de consumo eficientes y autónomas, en línea con sus necesidades e intereses.

Autor: Laurente Mendoza Juan Carlos

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Objetivo específico 1: Establecer ¿De qué manera la asimetría informativa, no garantizaría la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022?

Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
<p>DOC 3</p> <p>RESOLUCIÓN FINAL N° 191-2021/INDECOPI-CUS</p> <p>https://www.indecopi.gob.pe/documentos/51084/126949/CodigoConsumoIndecopiMinjusFeb2021/48503e7b-f323-7e5d-525d-b1b32c30ba1f</p>	<p>55. El artículo 1.1° literal b) del Código consagra el derecho de los consumidores de obtener información con caracteres de oportunidad, suficiencia, veracidad y accesibilidad. Por su parte el artículo 2.1° del Código, involucra la obligación de los proveedores de proporcionar toda la información relevante sobre las características de los productos y servicios que oferten, a efectos de que los consumidores puedan realizar una adecuada elección o decisión de consumo, así como para efectuar un uso o consumo correcto de los bienes y servicios que hayan adquirido. 56. Cabe agregar que la información es un proceso de naturaleza dinámica y que, por tanto, no es exigible únicamente al momento de la configuración de la relación de consumo. Así, en atención al deber de información que recae sobre los proveedores, el consumidor requerirá conocer toda aquella información relevante y suficiente referida a los bienes y servicios contratados a efectos de corroborar los términos en los que el proveedor le entregó un bien o brindó un servicio a fin de que pueda formular los reclamos que considere pertinentes o hacer valer sus derechos ante las instancias pertinentes, en caso se produjera algún tipo de controversia.</p>	<p>El artículo 1.1° literal b) del Código de Defensa del Consumidor establece el derecho de los consumidores a obtener información veraz, suficiente, accesible y oportuna. El artículo 2.1°, por su parte, establece que los proveedores tienen la obligación de proporcionar información relevante sobre los productos y servicios que ofrecen para permitir a los consumidores tomar decisiones correctas y utilizar los bienes adquiridos de manera adecuada. Es importante destacar que la información en el proceso de consumo es dinámica y no solo se requiere al momento de la compra. Los proveedores tienen la, es necesario que el consumidor conozca toda la información relevante y suficiente a efectos de tomar decisiones adecuadas.</p>	<p>Se puede indicar que en la, RESOLUCIÓN FINAL N° 191-2021/INDECOPI-CUS, el artículo 1.1° literal b) del Código de Defensa del Consumidor establece el derecho de los consumidores a obtener información veraz, suficiente, accesible y oportuna. El artículo 2.1° establece que los proveedores tienen la obligación de proporcionar información relevante para permitir a los consumidores tomar decisiones adecuadas. Es importante destacar que la información en el proceso de consumo es dinámica y los proveedores deben proporcionar información adecuada sobre los bienes y servicios contratados para permitir a los consumidores hacer valer sus derechos. Por lo tanto, es importante que los consumidores conozcan toda la información relevante.</p>

Autor: Laurente Mendoza Juan Carlos

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Objetivo específico 2: Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?

Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
<p>DOC 1</p> <p>RESOLUCIÓN FINAL N° 2176-2019/CC2</p> <p>https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/getDoc?docID=workspace://SpacesStore/e8191899-2205-4824-b142-172496442a12</p>	<p>74. El derecho de los consumidores al acceso a la información, reconocido en el artículo 1, numeral 1.1 literal b y en el artículo 2 del Código, involucra el deber de los proveedores de proporcionar toda la información relevante sobre las características de los productos o servicios que oferten, a efectos de que los consumidores puedan realizar una adecuada elección o decisión de consumo, así como para efectuar un uso o consumo correcto de los bienes y servicios que hayan adquirido. Dicha información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible. 75. La información genera certidumbre y facilita el comportamiento del consumidor permitiéndole conocer sus derechos y obligaciones, y, prever posibles contingencias y planear determinadas conductas. 76. Cabe agregar que la información es un proceso de naturaleza dinámica y que, por tanto, no es exigible únicamente al momento de la configuración de la relación de consumo. Así, en atención al deber de información que recae sobre los proveedores, el consumidor requerirá conocer toda aquella información relevante y suficiente referida a los bienes y servicios contratados a efectos de corroborar los términos en los que el proveedor le entregó un bien o brindó un servicio a fin de que pueda formular los reclamos que considere pertinentes o hacer valer sus derechos ante las instancias pertinentes, en caso se produjera algún tipo de controversia.</p>	<p>El Código reconoce el derecho de los consumidores al acceso a información completa y precisa, el cual implica que los proveedores deben proporcionar información relevante sobre los productos o servicios que oferten para que los consumidores puedan realizar una elección adecuada y efectuar un uso correcto de los bienes o servicios. Esta información debe ser veraz, suficiente, fácil de entender, apropiada, oportuna y fácilmente accesible. La información ayuda a los consumidores a conocer sus derechos y obligaciones, anticipar posibles problemas y planificar su conducta de acuerdo a sus necesidades. Es importante tener en cuenta que la información es un proceso dinámico y que el deber de brindar información no se limita solo al momento de la transacción, sino que abarca toda la relación de consumo. Por ello, el consumidor tiene derecho a conocer toda la información relevante y suficiente sobre los bienes y servicios para corroborar los términos en los que el proveedor le entregó un bien o brindó un servicio, en caso de que surja alguna controversia, para hacer valer sus derechos y presentar reclamos ante las instancias correspondientes.</p>	<p>Se puede indicar que en la RESOLUCIÓN FINAL N° 2176-2019/CC2, el Código establece que los consumidores tienen derecho a acceder a información completa y precisa respecto a los productos y servicios que adquieren, y que los proveedores tienen la responsabilidad de proporcionar esta información de manera veraz, comprensible y oportuna que ayudará a la toma de decisión. La información también permite que los consumidores conozcan sus derechos y obligaciones, además de ser importante en caso de hacer algún reclamo o enfrentar algún problema o controversia en el futuro. Es necesario tener en cuenta que la obligación de brindar información no se limita solo al momento de la transacción, sino que es un proceso dinámico que se extiende a lo largo de la relación de consumo.</p>

Autor: Laurente Mendoza Juan Carlos

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Objetivo específico 2: Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?

Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
DOC 2 RESOLUCIÓN 0219-2018/SPC-INDECOPI https://servicio.indecopi.gob.pe/buscador/Resoluciones/getDoc?docID=workspace:/SpacesStore/384354be-bf28-426d-9872-b22f4879ea8b	47. El artículo 48° literal c) complementado con el artículo 49° del Código, señala que en los contratos por adhesión y cláusulas generales de contratación no aprobadas administrativamente, se consideran cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente que coloquen al consumidor en una situación de desventaja o desigualdad o anulen sus derechos. Para su evaluación, se tiene en cuenta la naturaleza del producto o servicio objeto del contrato, así como las circunstancias que concurrieron al momento de su celebración, la información brindada al consumidor, así como el resto de cláusulas estipuladas en el contrato. 48. Es importante precisar que las cláusulas mencionadas anteriormente son conocidas a nivel doctrinario como cláusulas abusivas o vejatorias. En ese sentido, los proveedores no pueden oponer a los consumidores cláusulas que se encuentren en los contratos de adhesión o en cláusulas generales de contratación que celebren con ellos, catalogadas como abusivas por las normas citadas precedentemente.	El artículo 48° del Código, junto con el artículo 49°, establece que en los contratos por adhesión y cláusulas generales de contratación no aprobadas administrativamente, se consideran cláusulas abusivas aquellas estipulaciones que no fueron negociadas individualmente y que colocan al consumidor en una situación de desventaja o desigualdad, o que anulan sus derechos. La evaluación de estas cláusulas toma en cuenta la naturaleza del producto o servicio contratado, las circunstancias de la contratación y el resto de las cláusulas estipuladas. Los proveedores no pueden oponer estas cláusulas abusivas a los consumidores en contratos de adhesión o cláusulas generales de contratación.	Se puede indicar que en la, RESOLUCIÓN 0219-2018/SPC-INDECOPI, en relación a los contratos por adhesión y cláusulas generales de contratación no aprobadas administrativamente, el Código establece que las cláusulas que no fueron negociadas individualmente y que perjudican al consumidor en situación de desventaja o desigualdad, o que anulan sus derechos son consideradas como abusivas. La evaluación de estas cláusulas toma en cuenta diversos factores, tales como la naturaleza del producto o servicio contratado, las circunstancias de la contratación, y las demás cláusulas del contrato.

Título: La asimetría informativa y el derecho de protección al consumidor en productos, servicios de telefonía, Distrito de Los Olivos, 2022

Objetivo específico 2: Determinar ¿De qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022?

Fuente documental	Contenido de la fuente a analizar	Análisis del contenido	Conclusión
<p>DOC 3</p> <p>MANUAL SOBRE LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR</p> <p>https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/proteccion-consumidor.sea</p>	<p>El Servicio de Atención al Ciudadano del Indecopi realiza una labor gratuita de intermediación entre los consumidores y los proveedores para que puedan arribar a la solución de sus conflictos. Este mecanismo, al igual que el Libro de Reclamaciones, depende de la voluntad del proveedor y del consumidor para llegar a un acuerdo. De darse el caso que las partes lleguen a un acuerdo conciliatorio, este será consignado en un acta que es vinculante para las partes, y su incumplimiento puede ser sancionado. El Indecopi impulsa permanentemente el desarrollo de este mecanismo, con el fin de que la ciudadanía pueda fácilmente acceder a él, por ello, en el marco de la Agenda Digital del Indecopi, se ha puesto a disposición de la ciudadanía herramientas digitales como el “Reclama Virtual” y el “Concilia Fácil”, dos mecanismos que permiten a los consumidores, sin necesidad de desplazarse físicamente, poder presentar sus reclamos e incluso celebrar audiencias de conciliación de manera virtual y accesible. Asimismo, el Indecopi viene sumando esfuerzos para el desarrollo del proyecto interinstitucional denominado “Ventanilla única de atención del sistema para la solución de conflictos de consumo”, que permitirá estandarizar la normativa de atención de quejas y reclamos de consumo.</p>	<p>El servicio del Indecopi actúa como intermediario gratuito para solucionar conflictos entre consumidores y proveedores mediante acuerdos conciliatorios y depende del acuerdo entre ambas partes. Si se llega a un acuerdo, queda registrado en un acta vinculante y su incumplimiento puede ser sancionado. El Indecopi busca facilitar el acceso a su servicio de intermediación mediante herramientas digitales como Reclama Virtual y Concilia Fácil, que permiten presentar reclamos y celebrar audiencias de conciliación de manera virtual y accesible. Además, se está trabajando en un proyecto para estandarizar la normativa de atención y fortalecer los canales de información para recibir y atender reclamos de consumo.</p>	<p>Se puede indicar que, en el MANUAL SOBRE LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, el Servicio de Atención al Ciudadano del Indecopi actúa como intermediario gratuito entre consumidores y proveedores para resolver conflictos mediante acuerdos conciliatorios. Para facilitar el acceso a este servicio, se han implementado herramientas digitales como Reclama Virtual y Concilia Fácil, y se está trabajando en un proyecto para fortalecer los canales de información y recepción de reclamos de los usuarios.</p>

ANEXO 06



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos Nombres/Grado Académico: MG. CONSUELO E. GARCÍA DIAZ
- I.2. Cargo e institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: **Guía de Análisis Documental**
- I.4. Documentos Analizados: Resolución de Indecopi - N° 2261-2017-SPC / N° 2397-2022-CC2/ N° 034-2008-CCD/ N° 186-2021-CCD/N°0542-2021-SPC/ N° 2176-2019-CC2/ N° 0219-2018-SPC/ N° 191-2021 - CUSCO
- I.5. Autores del Instrumento: LAURENTE MENDOZA JUAN CARLOS
- I.6. Fecha de la validación Documental: 19/05/2023

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
2. ACTUALIDAD	Este adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												X	
3. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales de la investigación materia de estudio												X	
4. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.												X	
5. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
6. COHERENCIA	Existe coherencia en el documento analizado para cumplir con los objetivos de la investigación												X	
7. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												X	
8. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación
- **El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación**

SI

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95


 Consuelo E. Garcia Diaz
 ABOGADA
 C.A.L.N. N° 0431

FIRMA DEL EXPERTO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

V. DATOS GENERALES

- V.1. Apellidos Nombres/Grado Académico: MG. CONSUELO E. GARCÍA DIAZ
- V.2. Cargo e institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- V.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: **Guía de Análisis Documental**
- V.4. Documentos Analizados: **Manual sobre la Protección y Defensa del Consumidor**
- V.5. Autores del Instrumento: LAURENTE MENDOZA JUAN CARLOS
- V.6. Fecha de la validación Documental: 19/05/2023

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
2. ACTUALIDAD	Este adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
3. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales de la investigación materia de estudio												X	
4. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.												X	
5. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
6. COHERENCIA	Existe coherencia en el documento analizado para cumplir con los objetivos de la investigación.												X	
7. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												X	
8. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación
- **El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación**

SI

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95



Consuelo E. Garcia Diaz
ABOGADA
C.A.L.N. Nº 0431

FIRMA DEL EXPERTO

ANEXO 07 – MATRIZ DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Objetivo General: Determinar de qué manera la asimetría informativa vulneraría el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos, 2022									
Preguntas	Tomas Castañeda Rinza	Nolberto C. Juárez Puntalla	Ricardo Felipe Uribe Jorge	Josselin Dafne Gonzales Baldeon	Carmen D. Gonzales Yarleque	Marilyn Elza Gonzales Rivera	Maryuri Kassandra Leyva Ospino	María Fransheska Pineda Rojas	Ponderamiento por respuestas
1	La asimetría informativa vulnera el nivel de calidad de los productos y servicios de telefonía, por no proporcionar información clara y completa.	La asimetría informativa si vulnera el derecho del consumidor porque implicaría que la información no estaría fácilmente disponible para los consumidores y esto dificultaría la capacidad para tomar una decisión.	Los proveedores de servicios de telefonía pueden recurrir a estrategias publicitarias engañosas para captar a los consumidores, ofreciendo beneficios o características que no son ciertas en realidad.	La asimetría informativa puede vulnerar el derecho de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía al dificultar que los consumidores tomen decisiones informadas sobre los productos y servicios que están comprando.	Al no tener una información oportuna, veraz y suficiente no se puede tomar una elección correcta al momento de comprar o consumir un bien o servicio ya que no conocemos en su totalidad los pro y contra de la futura adquisición.	La asimetría informativa vulnera el derecho del consumidor por la falta de información clara y transparente por parte de los proveedores de telefonía y esto perjudica a los consumidores, quienes podrían no estar al tanto de los verdaderos costos de los servicios que adquieren.	La desigualdad en el acceso a la información importante puede llevar a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos de servicios de telefonía, estas cláusulas pueden limitar los derechos de los consumidores y como resultado, los consumidores pueden encontrarse en situaciones desfavorables y sin las herramientas necesarias para proteger sus derechos.	La asimetría informativa podría facilitar la difusión de publicidad engañosa por parte de los proveedores de servicios de telefonía, porque pueden exagerar las características y beneficios de sus productos, ocultar información relevante o presentarla de manera confusa, lo que lleva a los consumidores a tomar decisiones basadas en información incorrecta o engañosa.	Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M., (2023) afirman que la asimetría informativa en productos y servicios de telefonía vulnera el derecho de los consumidores porque los proveedores de telefonía no proporcionaron información clara, completa, Leiva (2023) considera que la diferencia en el acceso a la información importante puede llevar a la inclusión de cláusulas abusivas, Pineda(2023) refieren que los proveedores de telefonía recurrieron a estrategias publicitarias engañosas para captar a los consumidores.
2	La asimetría informativa afecta negativamente a los consumidores en la adquisición de productos y servicios, ya que dificultaría que los consumidores tomen decisiones correctas al	La falta de información puede llevar al consumidor a seleccionar productos y servicios de telefonía que no cumplen con lo que esperan o necesitan eso es la consecuencia de la asimetría informativa.	Los consumidores pueden verse obligados a tomar decisiones basadas en información limitada o engañosa.	La falta de información completa y precisa sobre los productos y servicios de telefonía, puede tener un efecto negativo en una adquisición, si no tienen acceso adecuada a la información podrían tomar una mala decisión de compra, y esto conllevaría que el consumidor no esté satisfecho a	Considero que al existir una asimetría no permite tener una información completa del servicio solicitado y esto puede llevar a tomar una mala elección al consumidor.	La asimetría informativa influye negativamente por la falta de información completa y precisa sobre las características y beneficios de los productos y servicios de telefonía, quienes podrían tomar decisiones inadecuadas al no conocer las	La falta de igualdad informativa por la asimetría informativa en el mercado puede dificultar la capacidad de los consumidores para elegir productos o servicios apropiados a sus necesidades. Esto puede resultar en experiencias de usuario insatisfactorias y una pérdida de tiempo y dinero innecesaria.	La falta de información clara y comparable es asimetría informativa, esto dificulta a los consumidores comparar las ofertas de diferentes proveedores de productos y servicios de telefonía, esto puede limitar su capacidad para identificar las opciones más convenientes en términos de precios, características y beneficios.	Castañeda y Gonzales R. (2032) afirmaron que la asimetría informativa afecta negativamente a los consumidores por la falta de información precisa y completa de las características, Uribe, Gonzales B., Juárez, Gonzales Y., Leyva y Pineda (2023) nos indican que la falta de información, empujaron a los consumidores a tomar malas decisiones, lo que genero experiencias insatisfechas en relación a las necesidades o expectativas.

	momento de ser informados.			sus necesidades o expectativas.		opciones reales disponibles.			
3	Se pueden implementar Campañas o talleres de información y educación, anuncios por televisión y/o radio y sobre todo utilizar las redes sociales. Es importante que estas campañas sean llevadas a cabo de manera constante.	La estrategia sería reforzar la supervisión y cumplimiento de las leyes y normativas que protegen a los consumidores y tomar las medidas adecuadas para garantizar que se respeten las prerrogativas de los consumidores.	Pueden realizar campañas de educación en medios de comunicación locales, redes sociales y espacios comunitarios para informar a los consumidores sobre sus derechos.	Se pueden llevar a cabo campañas publicitarias que fomenten los derechos de protección al consumidor en productos y servicios de telefonía, Ofrecer charlas y talleres informativos en escuelas, bibliotecas y otros lugares públicos para informar a los consumidores, también fomentar información en las redes sociales.	Establecer canales de comunicación efectivos y sencillos para que los consumidores puedan presentar sus quejas o reclamos en caso de irregularidades o problemas con los servicios o productos adquiridos.	Para fortalecer el conocimiento y defensa de los consumidores se debe organizar talleres y capacitaciones dirigidos a los consumidores del distrito de los Olivos, donde se aborden temas específicos relacionados con los derechos de protección al consumidor en general. Los talleres deben ser realizados por expertos en el tema y deben cubrir aspectos como contratos, facturación, garantías y reclamaciones	Organizar servicios de asesoría legal gratuita para los consumidores del distrito de Los Olivos, que se vean en situaciones problemáticas relacionadas con productos y servicios de telefonía. Deben ser expuestos por abogados expertos en defensa del consumidor y tendrían como finalidad brindar información sobre los derechos de los consumidores.	Elaborar guías y manuales prácticos que expliquen de manera clara y sencilla los derechos de protección al consumidor en telefonía. Estos materiales pueden ser distribuidos de forma impresa o digital y deben incluir información sobre cómo realizar reclamaciones, resolver disputas y tomar medidas adecuadas en caso de incumplimiento de los derechos del consumidor.	Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M., Leiva, Uribe y Pineda (2023) sugirieron implementar campañas de información, talleres educativos en medios de comunicación locales, redes sociales, capacitaciones, servicios de asesoría legal gratuita, elaboración de guías, canales de comunicación efectivos y sencillos para que los consumidores pudieran presentar sus desacuerdos en caso de irregularidades.

Objetivo específico 1: Establecer de qué manera la asimetría informativa, no garantizará la transparencia de la información y el derecho de libertad de elección en la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los olivos 2022

4	La falta de información completa podría tener un impacto negativo en el derecho del consumidor a su libertad de elección, por lo tanto, es de vital importancia que	Al no garantizar la transparencia y el derecho de libertad del consumidor por una asimetría informativa, el proveedor redacta las cláusulas abusivas que	Dificulta a los consumidores en su visión clara y completa de las características, condiciones, limitaciones y costos asociados a los productos y servicios disponibles.	La asimetría informativa se refiere a una situación en la que una de las partes en una transacción comercial tiene más información que la otra, lo que puede dar lugar a un desequilibrio en el poder de	La asimetría informativa obstaculiza el derecho de los consumidores a la libertad de elección, ya que, si los proveedores de servicios de telefonía no brindan información clara	La falta de información puede restringir la libertad de elección de los consumidores, quienes podrían verse limitados a elegir entre opciones que se ajusten a sus	Es necesario establecer políticas y regulaciones que obliguen a las empresas de telefonía a proveer información clara y detallada. De esta manera, se lograría disminuir la asimetría informativa y se garantizaría la transparencia y libertad de	La falta de transparencia de información y la asimetría informativa pueden llevar a que los consumidores tomen decisiones erradas al adquirir productos y servicios de telefonía. Sin tener acceso completo a la información relevante, como los costos ocultos,	Castañeda, Uribe, Gonzales B., Gonzales Y., Gonzales R. y Pineda (2023) mencionaron que la falta de información puede tener un impacto negativo en el derecho del consumidor a su libertad de elección porque los proveedores de empresas de telefonía no proporcionaron información clara y precisa de los productos y servicios, Juárez (2023) considera que, al no garantizar la
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	los proveedores proporcionen información clara y precisa a los consumidores para asegurar la transparencia de la información y el derecho a la libertad de elección.	son perjudiciales o confusas debido a la falta de información proporcionada.		negociación y una falta de transparencia en la información. En el contexto de la adquisición de productos y servicios de telefonía en el distrito de los Olivos, si los proveedores de servicios de telefonía tienen más información que los consumidores, esto podría dar lugar a una situación en la que los consumidores no tienen toda la información que necesitan para tomar una mejor decisión.	y transparente, los consumidores no podrán tomar mejores decisiones.	necesidades o preferencias.	elección de los consumidores.	las cláusulas contractuales o las limitaciones en el servicio.	transparencia y el derecho de libertad del consumidor por una asimetría informativa, el proveedor redacta las cláusulas abusivas que son perjudiciales o confusas debido a la falta de información proporcionada, Leiva (2023) menciona que fue necesario establecer políticas y regulaciones que obliguen a las empresas de telefonía a proveer información clara y detallada.
5	Un mecanismo pueden ser la implementación de un sistema de seguimiento y monitoreo de los proveedores de telefonía para asegurarse de que cumplan con las regulaciones establecidas en la ley y sobre todo verificar si la información brindada sea la necesaria para el consumidor.	La responsabilidad de los entes reguladores es vigilar el cumplimiento de la ley y por ello se debe aplicar con rigurosidad las inspecciones periódicas, investigar denuncias y sancionar a los proveedores que no cumplan con la transparencia	Impartir talleres informativos y proporcionar recursos educativos en línea para fortalecerá la capacidad de los consumidores con respecto a sus derechos.	Los mecanismos que tienen que adoptar los entes reguladores para garantizar la transparencia de información en la adquisición de productos y servicios, es que los proveedores proporcionen la información necesaria a los consumidores de manera clara y fácil de entender, proporcionar más canales de atención	Multas ejemplares para evitar que se vuelva a vulnerar este Derecho y posteriormente compensaciones económicas para el usuario.	Los entes reguladores deben reforzar la fiscalización y control, para garantizar el cumplimiento de las normas y regulaciones establecidas. Esto implica realizar inspecciones periódicas, investigaciones de denuncias y sanciones en caso de incumplimiento, es importante que	Los entes reguladores tienen la posibilidad de establecer iniciativas de educación al consumidor con el fin de brindar información y sensibilizar a los consumidores. Estos programas podrían contemplar actividades como talleres, materiales educativos, campañas de divulgación de información con respecto del derecho de los consumidores.	Los entes reguladores pueden aprovechar las herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles, plataformas en línea o bases de datos, para proporcionar información actualizada y accesible a los consumidores y evitar la vulneración de la transparencia de información.	Castañeda, Juárez, Gonzales B, Gonzales R. (2023) concordaron que los mecanismos pueden ser la activación de un sistema de seguimiento y monitoreo de los proveedores de telefonía que cuentan con reclamos de sus clientes, reforzar la fiscalización de las empresas del rubro, las inspecciones deben ser periódicas para garantizar el cumplimiento de la Ley, Uribe (2023) considero que se debió impartir talleres informativos y proporcionar recursos educativos en línea, Gonzales Y. (2023) comenta que se deben imponer multas ejemplares para evitar que se vuelva a vulnerar este

		de la información.		al cliente donde se pueden presentar quejas y denuncias en caso de incumplimiento de la ley. Fomentar la formación y concientización de los consumidores acerca de sus derechos y responsabilidades en la compra de servicios y productos de telefonía.		los entes reguladores sean transparentes en su propia gestión y rendición de cuentas para mantener la confianza de los consumidores.			Derecho, Leyva (2023) se refirió que los entes reguladores tienen la posibilidad de establecer iniciativas de educación al consumidor con el fin de brindar información y sensibilizar a los consumidores, Pineda (2023) resalta que los entes reguladores pueden aprovechar las herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles, plataformas en línea o bases de datos, para proporcionar información actualizada y accesible a los consumidores y evitar la vulneración de la transparencia de información.	
6	La información correcta por el proveedor es fundamental para proteger el derecho de libertad de elección del consumidor. Si el proveedor proporciona información falsa o engañosa, el consumidor podría tomar decisiones basadas en información errónea, lo que puede llevar a una mala experiencia.	Al proporcionar información correcta, se está garantizando el derecho de los consumidores ya que se les proporciona el conocimiento necesario para evaluar, comparar y entender las características, beneficios, políticas y condiciones de los diferentes productos y servicios disponibles en el mercado.	Cuando se le brinda información veraz el consumidor puede tomar una decisión acorde a sus requerimientos y deseos.	La información correcta es importante porque ayuda a crear un mercado justo y competitivo al garantizar que la elección del consumidor esté respaldada de información precisa y real. Lo cual promueve la transparencia en la información, lo que ayuda a los consumidores a tomar decisiones informadas y a proteger su derecho a la libertad de elección.	De diferentes maneras ya que tiene en cuenta el precio, la necesidad que espera cubrir, la utilidad, el diseño y otros atributos que estaba buscando.	Una información correcta del proveedor permite a los consumidores evaluar la calidad del producto o servicio que están considerando adquirir, porque puede obtener detalles sobre los procesos de fabricación, los estándares de calidad y otros aspectos que son fundamentales para garantizar un producto o servicio satisfactorio.	Obtener información verídica acerca del producto o servicio permite a los consumidores tomar decisiones fundamentadas, analizar la calidad, comparar opciones y prevenir tácticas engañosas. Esto asegura su derecho a la libertad de elección.	Los entes reguladores pueden aprovechar las herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles, plataformas en línea o bases de datos, para proporcionar información actualizada y accesible a los consumidores y evitar la vulneración de la transparencia de información.	Castañeda, Leyva y Pineda (2023) concuerdan que la información correcta, verídica por parte del proveedor es fundamental para proteger el derecho de libertad de elección, Juárez, Uribe, Gonzales B., Gonzales Y. y Gonzales R. (2023) señalaron que al proporcionar información correcta, se está garantizando el derecho de los consumidores ya que se les proporciona el conocimiento necesario para evaluar, comparar, entender las características, beneficios, políticas, condiciones, calidad y tomar una decisión acorde a sus requerimientos y deseos. Esto ayuda a crear un mercado justo y competitivo al garantizar que la elección esté respaldada de información precisa y real.	
Objetivo específico 2: Determinar de qué manera el deber de información e igualdad contractual garantizaría el derecho de protección al consumidor de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos 2022.										

7	<p>El deber de información e igualdad contractual es crucial para proteger el derecho de los consumidores, al garantizar la transparencia en la información, los consumidores pueden hacer elecciones informadas y sin presiones indebidas. Asimismo, el deber de igualdad contractual permite que los consumidores sean tratados de manera justa y equitativa.</p>	<p>El deber de información e igualdad contractual son requisitos para mantener el equilibrio en la relación entre proveedores y consumidores.</p>	<p>Los consumidores pueden valorar las ofertas y elegir las que sean más convenientes para sus necesidades y gustos al contar el deber a información.</p>	<p>Con respecto al deber de información es esencial para proteger el derecho de protección al consumidor de productos y servicios, en cuanto a la igualdad contractual sería necesaria para proteger la igualdad de condiciones entre el proveedor y el consumidor, evitando la creación de términos contractuales abusivos que puedan perjudicar a la parte más débil.</p>	<p>El deber de información e igualdad contractual sería fundamental para garantizar el derecho de protección al consumidor, al brindar información clara, suficiente y oportuna sobre los productos y servicios que ofrecen y el resultado sería un equilibrio en el mercado.</p>	<p>El deber de información y la igualdad contractual garantizarían el derecho del consumidor cuando las partes involucradas se traten de manera justa y equitativa en la celebración y ejecución de los contratos. Esto implica que los términos y condiciones del contrato sean claros, comprensibles y no contengan cláusulas abusivas o desventajosas para los consumidores.</p>	<p>El cumplimiento del deber de información y de igualdad contractual garantizaría la protección de los consumidores de productos y servicios de telefonía en el distrito de Los Olivos, evitando prácticas fraudulentas y un acceso a información clara, completa y transparente.</p>	<p>El deber de información garantiza que los proveedores de telefonía divulguen de manera transparente los precios, cargos adicionales y tarifas ocultas. Esto permite a los consumidores evaluar y comparar las ofertas disponibles y evitar sorpresas desagradables en sus facturas.</p>	<p>Castañeda, Juárez, Gonzales J., Gonzales M. y Pineda (2023) consideran que el deber de información e igualdad contractual son fundamentales para proteger al consumidor. Estos requisitos garantizan la transparencia en la información y permiten a los consumidores hacer elecciones informadas y sin presiones indebidas. Asimismo, aseguran que los consumidores sean tratados de manera justa y equitativa en la relación entre proveedores y consumidores, Gonzales B., Gonzales R. y Leiva (2023) señalaron que en la ejecución del deber de información y de igualdad contractual garantizaría la protección de los consumidores. En cuanto a la igualdad contractual sería necesaria proteger las condiciones de las partes involucradas para alcanzar de manera justa y equitativa la celebración y ejecución de los contratos.</p>
8	<p>El deber de informar del producto y/o servicio que brinda el proveedor es esencial para lograr una igualdad contractual entre el proveedor y el consumidor. Al brindar información clara y detallada</p>	<p>Proporcionar información correcta sobre productos y servicios es esencial para mantener la igualdad contractual y como resultado nos encontraríamos en un equilibrio entre proveedor y consumidor.</p>	<p>El deber de informar, garantizaría la igualdad contractual.</p>	<p>El cumplimiento del deber de información y la igualdad contractual son fundamentales para garantizar la protección del consumidor, pero en nuestro país no se da, ya que se puede apreciar en los centros comerciales de que muchos consumidores hacen largas colas para hacer su reclamo</p>	<p>Porque es importante en la toma de decisiones tanto el precio como los beneficios y tener la confianza de conocer las ventajas y desventajas de lo adquirido.</p>	<p>En la relación contractual, el proveedor tiene más conocimiento y experiencia sobre el producto y/o servicio que ofrece, mientras que en el deber de informar obliga al proveedor a compartir esa información con el consumidor de manera clara, completa y</p>	<p>La asimetría informativa se presenta cuando una de las partes implicadas en una transacción posee mayor información que la otra, lo cual puede generar una desigualdad contractual. Por eso el deber de información del proveedor contribuye a revertir esta situación, al exigir que se proporcione la información correcta para tomar una mejor decisión.</p>	<p>La igualdad contractual garantiza que el consumidor tenga acceso a la misma información que el proveedor, evitando así la asimetría informativa. Eso sería lo ideal para evitar las prácticas engañosas de las empresas de telefonía y así asegurar los derechos de los consumidores y sobre todo el deber de información.</p>	<p>Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Gonzales M., Leiva, Uribe (2023) indican que el cumplimiento del deber de información, garantizaría la igualdad contractual, sin embargo, en los centros de atención se observa que muchos consumidores hacen largas colas para presentar reclamos debido a la falta de información adecuada. Castañeda y pineda (2023) indican que el deber de informar del proveedor es fundamental para lograr la igualdad contractual. Al brindar</p>

	<p>sobre los productos y servicios ofrecidos, al asegurar que se cumpla con la igualdad contractual, se evita el uso de cláusulas abusivas o desfavorables para los consumidores, lo que permite que estos estén protegidos contra prácticas comerciales desleales.</p>			<p>por la insatisfacción de un producto o servicio adquirido. Es por ello que es de vital importancia que el proveedor de productos y servicios proporcionen información precisa y detallada para asegurar la igualdad en los acuerdos contractuales en el distrito de Los Olivos.</p>		<p>comprensible. Entonces lo ideal sería que haya un equilibrio entre las partes, para evitar que el proveedor se aproveche de la falta de conocimiento del consumidor y asegurando que ambos tengan acceso a la misma información relevante.</p>			<p>información clara y detallada se evita el uso de cláusulas abusivas o desfavorables para los consumidores. La igualdad contractual permite que ambos tengan acceso a la misma información relevante, reduciendo la asimetría informativa y evitando prácticas comerciales abusivas.</p>
9	<p>La igualdad contractual es esencial para asegurar un equilibrio en el mercado, ya que ayuda a prevenir la asimetría informativa entre el proveedor y el consumidor. La asimetría informativa ocurre cuando una de las partes tiene mejor información sobre los productos y servicios que vende. Esta desigualdad</p>	<p>La igualdad contractual contribuye al desarrollo económico sostenible del mercado, por proporcionar igualdad de oportunidades a todos los participantes del mercado. Esto generaría un entorno favorable para la inversión, la creación de empleo y el bienestar económico general.</p>	<p>La igualdad contractual asegura que los consumidores tengan la misma oportunidad de acceder a la información.</p>	<p>Debería haber igualdad contractual porque desempeñaría un papel fundamental en la garantía de los consumidores, porque estarían mejor informados y el resultado sería que ambas partes lograrían el equilibrio en el mercado. Pero fomentar la igualdad contractual implicaría que los proveedores brinden información completa y de fácil comprensión, lo cual ayudaría a salvaguardar los derechos de los</p>	<p>Es difícil que se dé una igualdad contractual ya que los contratos llámese telefonía, cable, internet entre otros son contratos de adhesión y no se puede modificar, sería interesante que en un futuro se pueda evaluar el cambio de ello y es importante contar con toda información para tomar</p>	<p>Porque la igualdad contractual garantizaría que el consumidor tenga la misma información que el proveedor y ambos se encuentren en la misma posición de igualdad al momento de celebrar un contrato, protegiendo al consumidor de prácticas comerciales desleales, engañosas o abusivas.</p>	<p>La igualdad contractual es esencial para alcanzar una competencia justa en el mercado, ya que proporciona protección al consumidor, favorece decisiones informadas, fomenta condiciones de iguales oportunidades. Al garantizar la igualdad contractual, se eliminaría la asimetría en la información.</p>	<p>La igualdad contractual en el mercado brinda una protección al consumidor, estimula una competencia justa y promueve la confianza en el mercado. Para lograr esto, es necesario asegurar la ausencia de la asimetría informativa y que ambas partes tengan acceso a la misma información. Esto permite la creación de un entorno transparente, equitativo y beneficioso tanto para el consumidor como para el proveedor.</p>	<p>Juárez, Gonzales J., Gonzales C., Leyva y Pineda (2023) comparten el criterio de que la igualdad contractual contribuye al desarrollo económico sostenible del mercado, por proporcionar igualdad de oportunidades, mejor información a los participantes del mercado, Castañeda y Uribe (2023) indican que la igualdad contractual es esencial para garantizar un equilibrio en el mercado, evitaría prácticas comerciales injustas, como publicidad engañosa. De este modo, los consumidores están protegidos de prácticas comerciales desleales, engañosas o abusivas, y se promueve un entorno transparente y equitativo para todas las partes involucradas.</p>

	puede llevar a prácticas comerciales injustas, como publicidad engañosa o la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.			consumidores y como resultado sería prevenir una asimetría informativa. En conclusión, la igualdad contractual y la prevención de la asimetría informativa entre el proveedor y el consumidor son fundamentales para proteger los derechos de los consumidores.					
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--