



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Los términos y condiciones como práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.

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

AUTORAS:

Cervantes Guerra, Maria Alejandra (orcid.org/0000-0002-1717-1688)

Hinostroza Mejia, Ruth Karina (orcid.org/0000-0001-7764-569X)

ASESORA:

Mgr. Palomino Gonzales, Lutgarda (orcid.org/0000-0002-5948-341X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Derecho de Familia, Derechos Reales, Contratos y Responsabilidad Civil Contractual y Extracontractual y Resolución de Conflictos

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

LIMA – PERÚ
2023

DEDICATORIA

El presente estudio se dedica a nuestros maestros a lo largo de la carrera, quienes con dedicación y mucho esmero transmitieron sus diversos conocimientos sobre la materia y que ayudaron en gran parte con la realización de la presente investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestra asesora metodológica por su dedicación y paciencia al instruirnos en todo el procedimiento de este trabajo científico.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de tablas	v
Indice de figuras	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. Introducción	1
ii. Marco teórico	4
III. Metodología	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.1.1. Tipo de investigación	11
3.1.2. Diseño de investigación	12
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	12
3.3. Escenario de estudio	12
3.4. Participantes	13
3.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos	14
3.6. Procedimiento	14
3.7. Rigor científico	15
3.8. Método de análisis	15
3.9. Aspectos éticos	16
IV. Resultados y discusión	16
V. Conclusiones	40
VI. Recomendaciones	41
Referencias	42
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Matriz de categorización*

Tabla 2 *Participantes*

ÍNDICE DE FIGURAS

Resultado del reporte de similitud del Turnitin Anexos

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar si los términos y condiciones son un practica comercial abusiva en la venta de paquetes turísticos contra los consumidores, dada la relevancia que tiene este tema actualmente debido a la gran cantidad de reclamos que interponen los consumidores contra las empresas que ofrecen este tipo de servicio, es importante analizar la problemática y la posible solución para esta situación, es por ello que en esta investigación se desarrollara un tipo de investigación básica aplicando un diseño de teoría fundamentada donde se lograra evidenciar mediante los antecedentes y teorías usadas que el derecho del consumidor está siendo sobrepuesto por lo que se exige en el mercado nacional que es la simplicidad de trámite para poder obtener ganancias es por ello que la demanda de celebrar contratos de adhesión está en incremento en nuestro país usando los términos y condiciones predeterminados sin una negociación de por medio lo que lleva a que muchas empresas se sujeten a este tipo de contrato para vulnerar el derecho a la información de los consumidores sometiéndolos a aceptar las cláusulas del contrato que por lo general se consideran abusivas.

Palabras clave: Contrato de adhesión, libertad contractual, cláusulas abusivas, derecho del consumidor.

ABSTRACT

The objective of this research work is to determine whether the terms and conditions are an abusive commercial practice in the sale of tourist packages against consumers, given the relevance that this issue currently has due to the large number of complaints filed by consumers against the companies. Companies that offer this type of service, it is important to analyze the problem and the possible solution for this situation, which is why in this research a type of basic research was developed applying a grounded theory design where it was possible to demonstrate through the background and theories used that consumer law is being superimposed by what is required in the national market, which is the simplicity of the procedure in order to obtain profits, which is why the demand to celebrate adhesion contracts is increasing in our country using the terms and conditions predetermined without a negotiation involved, which leads many companies to be subject to this type of contract to violate consumers' right to information by subjecting them to accepting contract clauses that are generally considered abusive.

Keywords: Adhesion contract, contractual freedom, abusive clauses, consumer law.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente la demanda comercial de poder adquirir un servicio de turismo a bajo costo y en el menor tiempo posible por parte de los consumidores se ha incrementado en gran nivel en el Perú, celebrando la mayoría de veces los comúnmente llamados contratos por adhesión, donde es claro la falta de equidad e igualdad entre las partes del contrato evidenciando no solo la poca protección por parte de INDECOPI, autoridad nacional encargada de velar la correcta relación contractual de consumo entre los proveedores y consumidores si no la falta de normatividad por parte del Código de protección y defensa del consumidor en relación a la asimetría de información de proveedor a consumidor al momento de celebrar este tipo de contrato.

Según Reveco y Reveco (2021) sostuvieron que debido al aumento de reclamos de los consumidores sobre la contratación de algún servicio o la adquisición de algún producto, mediante un análisis se verificó la existencia de presuntas cláusulas abusivas en los términos y condiciones de los contratos ya sea de forma física o electrónica y que estos deben ser aceptados por los consumidores al momento de celebrar estos tipos de contratos limitándose muchas veces a la devolución del dinero cuando se decide cancelar la compra, asimismo, se evidencia la imposición de condiciones al derecho de los consumidores, a ejercer alguna garantía legal en caso se desee iniciar algún proceso legal sobre la vulneración de un derecho del comprador y la formación del consentimiento en relación a la contratación electrónica.

De acuerdo con Antay (2018) manifestó que es deber del Estado, a través de su autoridad nacional competente exigir a los proveedores brindar la información clara, veraz y oportuna a sus consumidores para disminuir la asimetría informática; y es que resulta realmente importante esta precisión ya que para cumplir realmente con la norma es necesario tener transparencia de información, lo cual hoy en día no se cumple a medias, ya que las empresas cada vez logran encontrar vacíos o ambigüedades legales que le permiten ocultar cierta información y de esa manera beneficiarse sin tomar en cuenta que podría afectar negativamente al consumidor, viéndose reflejado esto en contratos con información poco entendible.

Por lo tanto, celebrar contratos con estos tipos de términos y condiciones por lo general abusivas que no toman en cuenta los derechos de los consumidores, genera muchas veces luego de celebrado dicho acto la incomodidad del consumidor al no tener otro medio de valer sus derechos ya que se someten a términos y condiciones que venían estipulados en el contrato, como no poder utilizar el paquete turístico ya sea por un hecho fortuito que le impide realizar el viaje, o el hecho que mediante una publicidad engañosa hayan decidido comprar el paquete turístico cuando en realidad el servicio era distinto a lo que se había mencionado.

De acuerdo con Falconi (2022) celebrar este tipo de contratos no le dan oportunidad al consumidor de poder modificar o cambiar el contenido del contrato para un beneficio propio o llegar a un acuerdo para buscar el beneficio común entre las partes contractuales, asimismo estos contratos incluyen cláusulas abusivas contrarias a la buena fe contractual imponiendo términos y condiciones que afectan el equilibrio contractual entre las partes creando grandes desequilibrios en cuanto a los derechos y obligaciones que son derivadas del contrato, es un tema muy complejo dado que aún no se desarrolla de forma clara cuáles son exactamente las cláusulas abusivas y de qué forma se pueden prevenir para evitar que a largo plazo los derechos de los consumidores se vean afectados al momento de someterse a estos tipos de contratos de consumo muy celebrados en la actualidad.

Según Helga (2019) sostuvo que es de vital importancia la relación entre un proveedor y un consumidor no solo al momento de pactar un contrato de adhesión sobre la adquisición de un bien o servicio sino la finalidad sobre su consumo, esto es porque al final de cuentas para poder vender un producto o servicio se debería tener en cuenta por parte de las empresas el bienestar del cliente para que en un futuro no dude en volver a contratar o adquirir el servicio, provocando en el mercado más dinamismo y que mejor que este pueda desarrollarse con la confianza de los consumidores en que sus derechos no serán vulnerados.

Rodríguez y Martínez (2018) comentaron que la falta de regulación con respecto a los términos y condiciones radica en una “inmadurez digital” ya que consideran como una falta de conciencia los muy probables efectos perjudiciales de Internet sobre derechos fundamentales de los consumidores, además también sostiene que existe una

inclinación de los usuarios cibernéticos a compartir en el amplio espacio de la red toda clase de información incluyendo la persona y datos de su intimidad y su imagen propia. Por ello resulta acertado atribuirles un carácter abusivo a unas cuantas, de las prácticas relacionadas con los contratos de adhesión, lo que acarrea a que se vuelva imprescindible que se protejan los derechos de los consumidores que navegan en Internet para adquirir servicios o productos, ya existe un desequilibrio que supone un agravio a la posición de los ciudadanos.

Lo que guarda relación por lo mencionado por Berrospi (2022) que las cláusulas abusivas genera una situación de desigualdad entre las partes contractuales, ya que se evidencia por una parte a la empresa en una situación de superioridad ya que celebrar estos tipos de contratos de adhesión les faculta a exonerarse de ciertas obligaciones o concederse ciertos derechos, mientras que de la otra parte se encuentra el consumidor en una situación de desventaja la cual se materializa con la limitación de ciertos derechos inherentes a ellos o facultades contractuales que derivan de su celebración.

La justificación teórica de esta investigación tiene como base lo mencionado por Rincón (2020) que considero abusivo aquel contrato que permite a la otra parte imponer el contenido del mismo, modificándolo a su favor y renunciando a ciertas obligaciones contractuales, vulnerando los derechos de la otra parte del contrato es decir del consumidor, sometiéndose a aceptar o rechazar términos y condiciones ya estipulados y que es deber del Estado a través de las entidades nacionales y su regulación jurídica obligar a los proveedores a brindar toda la información clara y oportuna para reducir la asimetría informática en la relación proveedor y consumidor.

Respecto a la justificación metodológica esta será de tipo diseño de la teoría fundamentada, que se caracteriza por la utilización de teorías ya preexistentes sobre el tema, además este trabajo tendrá un enfoque cualitativo el cual se llevará a cabo mediante la utilización de la entrevista a expertos en la materia, que contará con la adaptabilidad del instrumento de la encuesta, ya que se utilizará la información brindada por los entrevistados para enfatizar más en el tema respecto a los derechos del consumidor en el Perú.

En relación a la justificación práctica, la importancia del ejercicio de la libertad de contratación, como derecho de cada consumidor, es un punto de partida del cual se necesita realizar un estudio riguroso, ya que, al ser un derecho por el cual velar, es poco visto en trabajos de investigación realizados acerca de este tema actualmente. Además, contribuye al conocimiento respecto a las prácticas comerciales abusivas que muchas empresas utilizan al ofrecer paquetes turísticos, resguardándose en los términos y condiciones para perjudicar al consumidor; es por ello que mediante este análisis se contribuirá a próximas investigaciones a comentar y desarrollar otras problemáticas que se pueda suscitar de acuerdo a la vulneración de los derechos de los consumidores.

Como objetivo general se tiene lo siguiente: Establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor, y como objetivos específicos se tiene: (a) Determinar si existe falta de regulación normativa frente a cláusulas abusivas que afectan el derecho del consumidor al comprar un paquete turístico, (b) Demostrar si cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebran las empresas que venden paquetes turísticos, y (c) Analizar si se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico.

II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se desarrollan los antecedentes nacionales e internacionales relacionados a la investigación, las cuales sirven de base para el presente estudio. Como antecedentes nacionales tiene gran importancia lo investigado por los siguientes autores:

Arana (2018) tuvo como objetivo analizar si es conveniente modernizar la normatividad que se aplican a los contratos de consumo, considerando el desarrollo a nivel institucional de los órganos del Estado encargadas en la defensa de los consumidores, con la finalidad de evitar la presencia de las cláusulas abusivas en los contratos y promover una adecuada relación proveedor- consumidor, logrando una participación activa de los gestores en los procesos de contratación y la solución de reclamos o denuncias; y como conclusión se obtuvo que las cláusulas abusivas,

deben ser reguladas y administradas gradualmente con la finalidad de evitar procesos costosos y evitar perjudicar el comercio y buscar el beneficio por ambas partes, por ende la protección de los derechos del consumidor debe estar en concordancia con el desarrollo institucional de las asociaciones de protección a los consumidores, de las instituciones públicas y de los mismos consumidores.

Lugo (2021) cuya investigación tuvo como finalidad determinar de qué forma las resoluciones que contienen carácter de cosa decidida que hayan sido expedidas por INDECOPI, sobre aquellas cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión que transgreden los derechos del consumidor. El autor utilizó un tipo de investigación básica de diseño explicativo y enfoque cualitativo; y finalmente concluye que las resoluciones que tienen carácter de cosa decidida que son emitidas por INDECOPI, respecto cláusulas abusivas, si afectan de manera negativa los derechos del consumidor, ya que aquellos que se encargan de emitir dichas Resoluciones no ejecutan un análisis riguroso de cada caso en particular, teniendo como resultado la afectación al derecho que perjudica al consumidor.

Asimismo, se tiene como referencia los siguientes antecedentes internacionales: Nuñez, Nuñez, Perez. y Geraci (2021) tuvieron como objetivo demostrar el carácter abusivo o no de los términos y condiciones contenidas en los contratos de adhesión que celebren las empresas con los consumidores, y que al aceptar el contenido del contrato indirectamente están sometiéndose a las cláusulas abusivas que están conllevan. Para ello empleó una metodología de enfoque cualitativo, mediante un análisis sistemático y con la aplicación dogmática de teorías, asimismo, como conclusión se obtuvo que a la dimensión en que estos términos y condiciones se sigan aceptando por los consumidores solo con el fin de adquirir bienes o servicios en el más corto tiempo posible, muchas de estas empresas consideren la licitud de celebrar estos contratos con cláusulas abusivas al no haber una correcta regulación y fiscalización por parte de aquellas entidades encargadas de salvaguardar los derechos de los consumidores.

Falconi (2022) formuló como objetivo general analizar las cláusulas abusivas que se consideran uno de los vicios más recurrentes en los contratos de adhesión y cuál es su impacto negativo en los derechos de los consumidores en Ecuador. Para desarrollar la investigación se utilizó una metodología de enfoque cualitativo con una

investigación dogmática jurídica usando una revisión teórica y normativa en base a libros, artículos científicos y la legislación vigente. Asimismo, se obtuvo como conclusión que en la legislación ecuatoriana no está reconocido taxativamente las cláusulas que en la doctrina la denomina como cláusulas abusivas sin embargo según La Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor se prohíbe las cláusulas que afecte al consumidor o sea contraria al orden público y vaya contra la buena costumbre, asimismo los consumidores tienen diferentes medio legales e institucionales ya sea en la vía administrativa como en la Defensoría del Pueblo y judicial cuando se consideren afectados sus derechos.

Marotta - Wurgler, Bakos, y Trossen (2021) tuvieron como objetivo principal demostrar si los consumidores se informan sobre sus derechos y obligaciones que tienen antes de firmar un contrato de consumo. Se aplicó un enfoque cuantitativo, utilizando una hipótesis sobre la minoría informada, en base a datos demográficos, geográficos y a través de una muestra. Como conclusión se obtuvo que los consumidores no se enfocan en evaluar y reconocer los términos y condiciones sobre el servicio o producto que quieren contratar debido a que el costo de leer desalienta a los consumidores, provocando que muchas empresas se aprovechen de ello, por ello el autor propone que se incentive la divulgación de los términos sobre los productos para lograr la facilidad de lectura, comparación y evaluación para los consumidores.

Tambussi (2019) tuvo como objetivo general analizar las prácticas comerciales abusivas más habituales causadas por la parte empresarial para maximizar sus beneficios y debilitar al consumidor afectando la relación jurídica contractual. Para este estudio se empleó una investigación cualitativa de tipo básico y diseño no experimental utilizando la revisión documental. Asimismo, como conclusión se obtuvo que el derecho de los consumidores tiene como objetivo proteger, igualar la esfera económica del país y no limitar la ganancia empresarial siempre y cuando esta no se haga con intención de vulnerar el derecho de la parte más débil en la contratación, asimismo, para prestigiar el nombre de una empresa se necesita, dar un buen servicio, sin violaciones de buena fe, brindando un trato digno a sus consumidores para promover conjuntamente la economía del país.

Alvear, Barrientos y Alcalde (2022) tuvieron como propósito analizar el abuso de la libertad de comercio como tal y en su relación con las cláusulas abusivas a veces en

forma de términos y condiciones que determinan la conexión entre abuso de la libertad comercial y cláusulas abusivas en seis casos modelos de la jurisprudencia chilena. Para este artículo se empleó un tipo de investigación básica de diseño explicativo y enfoque cualitativo; concluyendo que las cláusulas abusivas deben ser estudiadas también desde el punto de vista del ejercicio ilegítimo de la facultad de contratación que abarca tanto al empresario como al proveedor. Por medio de ella, el empresario pre redacta los términos del clausulado, sacando ventaja de su poder de contratación, utilizando el contrato por adhesión como un mecanismo jurídico que plasma sus estrategias abusivas de negocios, afectando el principio de igualdad conmutativa en relación al consumidor.

Moreno (2018) tuvo como objetivo reflexionar sobre la esencia de las cláusulas abusivas en un escenario específico de contratación, basado aparentemente en la ilicitud. Este trabajo se desarrolló en base al tipo de investigación básica de diseño explicativo y enfoque cualitativo; se concluye que las cláusulas que quitan responsabilidad al fiduciario serán válidas siempre y cuando se versen sobre aspectos que se encuentren verdaderamente fuera de su alcance. Por ello, no se consideran abusivas las cláusulas que apartan la responsabilidad de la fiduciaria por aspectos que son relativos a la calidad de los bienes que se conformen, en el desarrollo de un contrato de fiducia inmobiliario. Esto, cuando se trate de la responsabilidad que le es inherente, y de aquellas obligaciones en específico que el ordenamiento jurídico le impone en relación con este tipo de contratos.

Miquel (2017) tuvo como objetivo analizar el carácter procedimental de la libertad contractual en relación al derecho contractual como uno de los valores centrales para garantizar la justicia sobre la voluntariedad de la relación entre las partes y asegurar la correcta protección de los consumidores frente a los contratos de adhesión las cuales tienen cláusulas predeterminadas. Para este artículo de investigación se utilizó un enfoque cualitativo; y se concluyó que la libertad contractual se basa en el principio de equivalencia formal o subjetiva ya que el ordenamiento jurídico sostiene que como contraprestación justa se debe respetar la autonomía de la persona y su dignidad para la celebración de todo tipo de contrato de consumo.

Madrid, Méndez, Traba, Lascano (2022) tuvo como objetivo analizar las inclinaciones de los consumidores y los proveedores en relación al constante conflicto que se

desarrolla en la relación contractual. Para ello se utilizó un tipo de investigación básica y un diseño de revisión documental de teorías. Finalmente, se tuvo como conclusión que debido a que los consumidores buscan la rapidez en las compras y las empresas aumentar sus ganancias económicas sin tener como objetivo vulnerar los derechos del consumidor sino procurar mantener su estabilidad en el mercado por ende no se prevé que los términos y condiciones incluidos en los contratos sean abusivos y mucho menos se considere una práctica cotidiana por parte de los proveedores ya que solo buscan satisfacer las necesidades de los compradores solicitan.

De todo lo mencionado, cabe también indicar las bases teóricas usadas para la presente investigación. De acuerdo con Márquez (2022) sostuvo que las cláusulas abusivas en las plataformas digitales son prácticas anticompetitivas donde los derechos de los consumidores son limitados por los términos y condiciones contenidos en los contratos electrónicos de las plataformas digitales al momento de ofrecer algún servicio en línea volviéndose una práctica comercial cuestionable al momento de la redacción de estas cláusulas que vulnera en gran medida los derechos sociales que desde ya no cuentan con una correcta protección en la legislación.

Ruiz (2019) manifestó respecto al derecho de contratos de consumo, que se ha podido hacer un análisis de las prácticas comerciales desleales y de la relación que mantiene con otros cuerpos jurídicos referentes al mercado cuando se habla de derecho: hay una constante que se podría considerar otorgarse los adjetivos de “práctica comercial desleal” y el de “cláusula abusiva” a aquella cláusula predispuesta “de permanencia” en contratos de adhesión con consumidores dentro del mercado. Así, otorgándole un aditivo calificativo de deslealtad en la prueba de abusividad, podría obtenerse la doble llamada de atención. Con ello, esta cláusula no escaparía a ninguno de las dos observaciones imputadas, comprobando que de acuerdo a sus características es una cláusula predispuesta que atenta en contra de los derechos de los consumidores.

Casado (2022) sostuvo que la relación de derecho de contratos y el carácter de disciplina de deslealtad que son las prácticas comerciales abusivas en muchas ocasiones se consideran sectores normativos aislados en nuestra realidad actual, es por ello que se necesita de forma urgente que ambos sectores normativos en cuanto a las relación de consumo contractuales se deba tomar como un problemática actual

y proponer nueva reforma normativa más específica de lo contrario la rutina de afectación y vulneración a los derechos de los consumidores por parte de las grandes empresas nacionales e internacionales se seguirá realizando, creando no solo un caos en el sector económico si no a nivel social.

Villota (2018) manifestó que los contratos de adhesión están regulados por el código de protección y defensa del consumidor exactamente en el artículo 48 que determina que requisitos debe cumplir este tipo de contrato que son la de ser un contrato celebrado con transparencia es decir no vulnerar el derecho a la información de los consumidores y el otro es respetar el contenido contractual creando un equilibrio entre las partes en cuanto a sus derechos y obligaciones, la falta de este último conlleva en la configuración de un cláusula abusiva y su regulación se considera una de las más novedosas en el código, asimismo la sanción es que se declara la exigencia sobre estas cláusulas ya sea por INDECOPÍ u otro entidad administrativa.

Según el Código civil en su Artículo 1390 sostiene que el contrato de adhesión coloca a una de las partes en aceptar o rechazar totalmente los términos y condiciones estipulados en el contrato, los cuales son fijados por una de las partes y pone a la otra en una condición de celebrarlo o no. Asimismo, el código sostiene que estos tipos de contratos por su naturaleza se basa en el consentimiento del contenido contractual por parte del destinatario, es decir que se adhiere a las condiciones ya preestablecidas unilateralmente en la oferta.

Díaz de Valdez (2020) consideró que las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión celebrados por empresas y consumidores, contienen dentro de sus términos y condiciones, cláusulas eximentes de responsabilidades contractuales por una de las partes quien es el encargado de la redacción de este tipo de contrato, generando renuncias de derecho anticipadamente por la parte contractual que se siente amenazada, y que tienen como finalidad causar un desequilibrio en la relación contractual de las partes por que se genera una asimetría informativa en relación a los servicios que se están ofreciendo creando inseguridad en los consumidor a futuros contratos que quieran celebrar bajo esta modalidad.

Morales (2019) sostuvo que el control preventivo de las cláusulas abusivas dentro de un contrato de adhesión, claro está, sin tomar en cuenta el control jurisdiccional de

forma represiva, solo conformado por una fórmula mixta y con una correcta aplicación de mecanismos de control ha tenido bastante éxito en cuanto al manejo administrativo, ha logrado reforzar la protección de los derechos de los consumidores de forma que se evita el uso o la aplicación de cláusulas abusivas en los contratos de consumo, por ende se considera a el sistema ingles un modelo de control preventivo de carácter ejemplar para mitigar el uso de las cláusulas abusivas en la contratación.

En relación a los enfoques conceptuales, según INDECOPI en la actualización del año 2022 de La Ley N°29571 - Código de Protección y Defensa del consumidor exactamente en su Artículo 57 conceptualiza las prácticas comerciales abusivas como aquel método abusivo en la cual una de las partes de la relación contractual de consumo que se quiere celebrar se aprovecha de la situación de asimetría informativa sobre el producto o servicio que se desea adquirir lo cual pone en gran desventaja del consumidor, además de que le imponen condiciones demasadas excesivas de carácter oneroso o abusivas que al momento de contratar no resulte previsible o hasta vulneran su derecho al consumidor si es que aceptan celebrar dicho contrato.

Respecto a la contratación de servicios turísticos al Decreto Supremo N° 005-2020-MINCETUR, Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, especifica que la contratación de estos servicios por medio de los contratos que se celebran por la agencia de viajes y turismo con los turistas deben ceñirse a los parámetros contenidos en el Código Civil y otras normas que guarden concordancia con la regulación sobre la materia y que además se encuentren en vigencia.

Romero (2019) comentó que las Cláusulas abusivas, se definen como aquellas preceptos contractuales, que generalmente son redactados por la parte con mayor poder dentro de la relación contractual, que cambian el tenor igualitario que debería primar en el negocio jurídico, por lo que la parte débil se ve obligada aceptar sin oposición ni opinión, esta situación podría darse bien por falta de manejo de la información (lo que resulta común en la actualidad), o bien el lenguaje técnico utilizado en los contratos que complican la comprensión clara de la situación, pero en donde, ante la limitada libertad de la parte débil frente a la redacción del clausulado, se abstiene de poner en manifiesto su interés por formularlas y continúa adelante con el negocio en cuestión, dado que se ve en una situación en donde se ve atado de manos.

Lídice y Lídice (2018) manifestaron que en lo que respecta a la terminología de lo que se denomina como contrato de adhesión, radica en la práctica de redactar un contrato en el cual se establecen cláusulas consignadas solo por una de las partes, no quedando a la otra parte sino aceptarlas en su totalidad; ésta práctica fue registrada por Saleilles, quien se ocupaba de la parte general del código civil alemán, en el apartado dedicado al estudio realizado sobre la declaración de voluntad, surgiendo término de Contrato de Adhesión, el cual ganó abrirse paso en el universo de las relaciones empresariales y de consumo.

Según Kessler (2018) sostuvo que la libertad contractual es aquel derecho que tiene toda persona de poder elegir los términos y condiciones que más se adecuen a sus beneficios personales, permitiendo a las partes negociar cada cláusula del contenido del contrato para satisfacer las necesidades de ambos, sin embargo en nuestro mercado nacional la demanda económica de poder celebrar contratos a la brevedad posible conlleva que se celebren los denominados contratos de adhesión donde es claro que la libertad contractual se ve limitada ya que en este tipo de contrato una de las partes estipula todas las condiciones negándole a otra la posibilidad de negociar una cláusula, y por ende solo lo somete a la aceptación de su contenido, privando el derecho a elegir libremente el producto o servicio más idóneo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

Escudero y Cortez (2018) manifestaron que la investigación básica se caracteriza por el hecho de que se elabora únicamente sobre bases teóricas, sin considerar propósitos prácticos. Su finalidad es formular nuevos juicios de valor o modificar los principios teóricos existentes, aumentando así el conocimiento científico; la investigación básica considera la ciencia como el primer paso para el estudio de fenómenos y hechos, teniendo como objetivo descubrir leyes y principios básicos para profundizar el concepto de ciencia.

Por ello es que, en este trabajo se decidió optar por aplicar una investigación del tipo Básica, ya que permite dar la importancia a la sistematización y jerarquización de

conceptos jurídicos y concursales, la dirección metodológica será de orden teórico con métodos teóricos deductivos para poder compararlos con los objetivos propuestos la presente investigación por otro lado, se centró en un enfoque cuantitativo correlacional.

3.1.2. Diseño de Investigación

En la presente investigación se optó por la utilización de un diseño de teoría fundamentada. De acuerdo con De la Espirilla y Gómez (2020) sostuvieron que la teoría fundamentada se considera un método de la investigación cualitativa que tiene como objetivo buscar en los datos conceptualizados y categorizados a través de un proceso riguroso la comparación de información. Este método tiene como diseño generar teorías y conceptos que se fundamenten es decir tengan como base los datos. Asimismo, la teoría fundamentada es un método organizado, versátil que permite interpretar fenómenos de una investigación.

3.2. Categorías, Subcategorías y Matriz de categorización

En la presente investigación va direccionado a analizar si los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en la venta de paquetes turísticos contra los derechos de los consumidores, es por ello que es de vital importancia señalar las categorías y subcategorías del presente estudio.

Tabla 1

Matriz de Categorización

Categoría	Subcategoría
Términos y condiciones como Práctica comercial abusiva (Arana 2018)	Cláusulas abusivas (Romero 2019)
	Contratos por adhesión (Lídice y Lídice 2018)
	Libertad Contractual (Kessler 2018)

3.3. Escenario de estudio

Como escenario de estudio, se tendrá a Lima y Callao ya que los participantes ejercen su carrera profesional dentro de los límites de la ciudad, además de haber desarrollado su carrera también dentro del territorio mencionado. Por otro lado, en

esta parte del país es donde mejor se puede hacer un análisis exhaustivo del escenario ya que la mayoría de las empresas que venden paquetes turísticos se encuentran dentro de los límites de Lima y Callao, por lo tanto, también es la ciudad en donde se pueden observar más casos de la situación en concreto a analizar en éste trabajo.

3.4. Participantes

Los participantes estarán conformados por profesionales en la carrera de derecho, siendo alguno de ellos especialistas en la materia del derecho del consumidor y civil, asimismo se considera la intervención del gerente general de una empresa de viaje de turismo para poder obtener información de cómo se desarrolla el tema dentro del ámbito empresarial. Siendo estos participantes los que responderán a las preguntas ya determinadas en la guía de entrevista, de forma que la obtención de sus respuestas lograra el aporte de teorías, permitiendo aportar mayor información al ámbito académico que actualmente es materia de estudio. Mencionado lo anterior, los participantes son los siguientes:

Tabla 2:

Participantes

Nombres	Profesión	Especialidad	Experiencia
<i>Linares Carhuachin Sergio</i>	Abogado	Civil	11 años
<i>Cervantes Arriola María Amparo</i>	Ex Gerente General	Tours Perú Viajes	17 años
<i>Cervantes Arriola Mauricio Enrique</i>	Gerente General	Tours Perú Viajes	13 años
<i>Michel Matos Torres</i>	Abogado	Corporativo, Comercial	5 años
<i>Rodríguez Aguirre Anais Mireya</i>	Abogada	Societario, Consumidor	5 años

3.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Para el presente estudio se usará la técnica de entrevista, en relación a ello Fernández (2018) manifiesto que la entrevista no solo es aplicar un cuestionario, se considera una interacción humana que va más allá de recabar datos e información del entrevistado, se necesita tener múltiples habilidades profesionales, asimismo de contar con características personales para generar una relación de empatía entre entrevistador y entrevistado. Además de ello, la entrevista es un proceso que requiere una planeación y una capacitación adecuada para que con el transcurrir del tiempo esta técnica sea considerada por el entrevistador algo de vital importancia para conducir de forma excepcional su investigación para poder obtener los mejores resultados en su estudio a realizar.

El instrumento usado por el investigador para la investigación será la guía de entrevista, según Feria, Mantilla y Mantecón (2020) sostuvieron que la guía de la entrevista es un instrumento metodológico que tiene como objetivo la aplicación de la metodología en la práctica, es decir que es la aplicación de la guía como carácter metodológico de la investigación, la guía de la entrevista tiene que estar compuesta por los siguientes elementos o componentes para realizarlo de forma correcta al momento de usarla para la investigación. Dichos componentes es que cuente con un título, objetivo y que este conformado por un sistema de preguntas, relacionados a los aspectos e indicadores de la investigación a realizar; sin embargo, es preciso mencionar que también existe la guía no estructurada que a diferencia de lo mencionado anteriormente esta solo se limite a que este conformada por un título y un objetivo.

3.6. Procedimiento

El procedimiento de investigación se inició con la concepción de la idea de investigación, luego se hizo una revisión más amplia de la literatura sobre los términos y condiciones como práctica comercial abusiva que usan las empresas, posteriormente se desarrolló la realidad problemática, la justificación del interés de la investigación, se formuló el problema general, los problemas específicos, el objetivo general y los objetivos específicos, se recopiló información a nivel internacional,

nacional y local para ser analizados en la parte de los resultados y discusión del artículo de revisión.

3.7. Rigor Científico

Para dar una mayor confianza y validez en los instrumentos aplicados en la presente investigación, se tomará en cuenta los siguientes juicios de rigor científicos.

Johnson (2020) sostuvo que la credibilidad abarca directamente como el investigador lleva todo el proceso de investigación de forma honesta y lo más transparente posible sin llegar a la confusión en la realización de su estudio es decir que tan auténtico son sus investigaciones.

Silva y Soares (2020) manifestó que la transferibilidad se encuentra relacionada con la validez externa de la investigación es decir en relación a los resultados de la investigación, con la transferibilidad se da la posibilidad de poder transferir la investigación cualitativa a otros participantes u otro contexto, asimismo se basa en principios de aplicación de los hallazgos y que estos puedan ser usados en otros escenarios o grupos de estudio.

De acuerdo con Moreira (2018) sostuvo que la conformabilidad se refiere a que, si hay la posibilidad de que los resultados obtenidos en la investigación puedan ser corroborados o confirmados por otras personas, o en todo caso si los conceptos desarrollados puedan ser comparados con otros objetivos, asimismo la conformabilidad da paso a que el investigador gradualmente pueda verificar a lo largo de la investigación la recopilación de datos y que estos puedan corregirse durante el desarrollo.

3.8. Método de Análisis

Silva y Soares (2020) sostuvo que el método de triangulación incluye la aplicación de estrategias de recolección de datos, las cuales se conforman en cuestionarios, entrevistas, grupos focales, el análisis de documentos, asimismo la triangulación se entiende como el uso de fuentes de base para contribuir y mejorar la calidad en los datos y que la desviación del investigador sean probados con la fuerza que conlleve, es por ello que es recomendable que en las investigaciones cualitativas se incluya el

uso de una o más técnicas metódicas de triangulación para responder a las preguntas que son elegidas para el desarrollo de una investigación científica.

Con relación al método de la investigación Vivez y Hamui (2021) mencionaron que de acuerdo a un análisis exhaustivo se debe tomar en consideración el empleo del método en tres momentos dentro de la codificación: la abierta que tiene como finalidad reformular los datos en conceptos; la axial que comprende y unifica los conceptos en categorías, y la selectiva, que hablando en un nivel más elevado de abstracción, produce las categorías centrales que relacionan las categorías que se han logrado identificar al dar interpretación a los datos y sus relaciones.

3.9. Aspectos Éticos

Para el desarrollo de la presente Investigación se toma como base los lineamientos indicados por la Resolución del Consejo Universitario N° 0470-2022/UCV Trujillo de fecha 19 de julio del año 2022 el cual fue enviado por el Dr. Jorge Salas Ruiz, Vicerrector de Investigación de la Universidad Cesar Vallejo, asimismo se considera el acta de sesión extraordinaria del Consejo Universitario de fecha 19 de julio del 2023, con la cual se aprueba actualizar el Código de ética en investigación de la UCV. Donde es preciso mencionar que basado en la presente resolución el trabajo de investigación está desarrollado con la autonomía de ideas y respetando los derechos de los autores en la redacción del presente estudio.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados logrados en la presente investigación están relacionados de forma directa con las preguntas que han sido formuladas en la guía de entrevista y éstas a su vez se adecuan a los objetivos previamente establecidos. Como resultado de esta investigación, se han obtenido los siguientes resultados:

Respecto al objetivo general que consiste en establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor, se han tomado en cuenta dos interrogantes, las que se han desarrollado como se ha detallado a continuación:

Tabla3

Resultados de la pregunta 1

Pregunta 1: En su vasta experiencia ¿Ha logrado identificar en alguna ocasión alguna práctica comercial abusiva contenida en los contratos de venta de paquetes turísticos?

PARTICIPANTES	RESPUESTAS
Linares S.	Los contratos privados que celebran las empresas que ofrecen ese tipo de servicio crean su propio contenido contractual por ende es muy usual que muchos consumidores no se vean completamente satisfecho su necesidad ya que no hay una negociación de por medio solo una aceptación tácita de celebrarlo.
Cervantes A.	Dentro de la formalidad en que he trabajado no he identificado alguna práctica comercial abusiva contenida en los contratos de venta de paquetes turísticos ya que el cliente se le brinda toda la información necesaria para que todas sus dudas sean resueltas, es más dentro de mi experiencia, al menos en la agencia de viajes que he manejado siempre se le ha brindado las facilidades al cliente y se ha tenido un canal por el cual el cliente pueda hacer todas sus consultas y se le pueda explicar todo lo que sucede al momento de contratar cualquier tipo de servicio turístico.
Cervantes M.	Si he podido identificar a través del tiempo alguna práctica comercial abusiva en los contratos de venta de paquetes turísticos, estas situaciones se logran identificar más en el tipo de servicios que se ofrecen tanto por las agencias mayoristas y minoristas, ya que al haber una competencia desleal entre estas al final el perjudicado termina siendo el cliente ya que el poder económico y de negociación de las mayoristas termina transgrediendo no solo al cliente sino también a las agencias minoristas por medio de la competencia desleal.

Matos M.

Efectivamente, en muchas ocasiones ya viene el paquete incluido dentro de una promoción, por el cual solamente la persona tiene que estar obligada a suscribirse o adquirirlo automáticamente, son disposiciones unilaterales por parte de la empresa en la cual no existe negociación.

Rodríguez A.

Si, ya que no existe la capacidad de negociar, si no que te sujetas al contenido, sin embargo, jurídicamente no es que haya una imposición como tal, pero en la práctica considero que si es abusiva ya que te están obligando y no dejar al consumidor la capacidad de negociar sobre el servicio que va adquirir.

Tabla4

Resultados de la pregunta 2

Pregunta 2: ¿Considera usted que los términos y condiciones en los contratos de adhesión de ventas de paquetes turísticos transgreden los derechos de los consumidores?

PARTICIPANTES

RESPUESTAS

Linares S.

Los términos y condiciones que contienen estos contratos buscan el beneficio empresarial, actualmente no hay una correcta fiscalización en cuanto al contenido de estos contratos y por la gran medida de quejas y reclamos vistas en diferentes medios de comunicación y plataforma de INDECOPI es claro que hay una gran desorganización y transgresión de los derechos de los consumidores.

Cervantes A.

No considero que los términos y condiciones transgredan los derechos de los consumidores ya que son parte de todas las condiciones que se dan por servicio, ya que los diferentes servicios que se brindan dentro de un paquete tienen condiciones diferentes como los son los servicios de hotelería, restauración y transporte, por mencionar algunos; sí se juntan todas en un contrato parecen muchas restricciones o limitaciones, pero estas mismas restricciones y/o limitaciones son aquellas que están añadidas de forma inherente a cada tipo de servicio para que se pueda llevar a cabo.

Cervantes M.

Desde mi punto de vista los términos y condiciones pueden transgredir los derechos de los consumidores, desde la competencia desleal que existe entre las agencias mayoristas con las minoristas, considero las mayoristas no tiene la capacidad de dar un servicio personalizado al cliente, es decir, no podrán satisfacer todos los requerimientos del cliente, además de que con la implementación de los medios digitales muchas veces los clientes que comprar servicios a través de las OTA (Online Travel Agency), que en su mayoría son una minorista respaldada por una mayorista, cuando surge alguna contingencia en el desarrollo del paquete turístico, muchas veces el pasajero no puede contactar con ellas para resolver el inconveniente o problema presentado.

Matos M.

Si, hasta cierto límite sobrepasan los derechos de los consumidores por lo que considero que se debería revisar o modificar la ley con respecto a la libertad que tienen los consumidores para poder optar por servicios que pueden ofrecer algunas empresas pero sobre todo el tema de los

derechos al consumidor en el cual INDECOPI tiene que ser más estricto respecto a las formas en las cuales las empresas ofrecen los paquetes en cual se implementan un contrato de adhesión y eso no solamente pasa en los paquetes turísticos sino va ligado de la mano en el cual por ejemplo si tú tienes una tarjeta de crédito en la cual está ligada esa promoción te relaciona a otro contrato de adhesión de otro rubro. A veces el sistema no te permite tener una defensa por ti mismo en caso suceda una obligación que no cumple la parte que ofrezca el servicio pero que tu contrato de adhesión dice que ellos no tienen la responsabilidad.

Rodríguez A. Si, más con aquellas empresas grandes que su contratación es masiva y solo le dan al consumidor la elección de aceptación mas no la elección de negociar algún término del contenido.

Análisis convergente:

En las respuestas brindadas por los entrevistados se percata que no existe convergencia en relación al objetivo general de la presente investigación.

Análisis divergente:

En cuanto a las respuestas dadas por los entrevistados se puede observar dos ópticas distintas de acuerdo al tema de investigación, la primera por especialistas en el ámbito jurídico que consideran que celebrar este tipo de contrato de adhesión sin una correcta fiscalización o interpretación de la norma, brinda un beneficio para la parte que se encarga de su redacción ya que existe un desnivel de información entre las partes que lo celebran sin embargo los operadores turísticos muchas veces solo se adecuan y no la interpretan es decir no pueden identificar cual es la afectación final que tiene el consumidor al momento de aceptar y firmar el contrato, por el mismo hecho que solo buscan su beneficio empresarial.

Codificación:

Tras la resolución de la guía de entrevista se ha desarrollado la codificación abierta, axial y selectiva del **objetivo general**. Con relación a la **codificación abierta** conforme a los juicios subjetivos entorno al investigador se puede advertir que las prácticas comerciales abusivas en la venta de paquetes turísticos se dan mediante la celebración de contratos de adhesión, cuyo contenido contractual muchas veces genera que los consumidores queden insatisfechos con su compra ya que no existe una negociación de por medio, solo una aceptación. Además, esta situación se relaciona con otra práctica comercial abusiva siendo la competencia desleal, que termina perjudicando al consumidor, ya que con su poder económico y de negociación somete al cliente a sus necesidades empresariales y no las del propio consumidor.

Las nociones adquiridas aportaron a la categorización de la **codificación axial**, poniendo en evidencia que por falta de negociación consumidores dentro de los contratos de adhesión da como resultado, en este caso una práctica comercial abusiva se ve evidenciado en la realidad con la insatisfacción del consumidor frente a las necesidades que tiene al momento de adquirir un paquete turístico.

Por otro lado, lo alusivo a la **codificación selectiva**, esta ha confirmado que sí existe una práctica comercial abusiva en la venta de paquetes turísticos que se deriva de la incapacidad de negociación del consumidor dentro de los contratos de adhesión ya que estos tipos de contrato solo es estipulado por una de las partes, en este caso, la empresa que venden estos paquetes turísticos que en la mayoría de los casos solo velan por sus intereses empresariales y no toman en consideración los derechos del consumidor.

En relación al primer objetivo específico sobre determinar si existe falta de regulación normativa frente a cláusulas abusivas que afectan el derecho del consumidor al comprar un paquete turístico, se han considerado dos interrogantes, las mismas que se han desarrollado de la siguiente manera:

Tabla5

Resultados de la pregunta 3

Pregunta 3: ¿Opina usted que en la legislación peruana existe carencia normativa al momento de regular las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión?

PARTICIPANTES	RESPUESTAS
Linares S.	En mi opinión no hay una carencia normativa, lo que hay es una desorganización sobre el tema, por ende, conlleva a una ineficacia en la aplicación y un inadecuado control por parte de la entidad jurídica que se encarga de velar por ello.
Cervantes A.	La diferencia de precios entre pasajero nacional y pasajero extranjero se unificó y ambos pagan lo mismo, es más el pasajero extranjero tiene ciertos beneficios como no pagar el IGV; pero sí creo que en la práctica podría existir la posibilidad de que agencias cobren más a pasajeros extranjeros que a pasajeros nacionales, si es que hubiera una carencia normativa, ¿Como lo fiscalizas?, porque después de todo en un país de libre comercio como el nuestro, las agencias pueden poner el precio que consideren en el paquete y la ganancia o la utilidad que se obtiene es relativa, pero no hay ninguna que gane el 50% del precio del paquete.
Cervantes M.	No creo que eso se pueda regular con una norma legal ya que si existiera una ley que especifique que las agencias están obligadas a devolver el 100% del programa por cuestiones fortuitas, eso en la práctica es imposible ya que la agencia luego de la compra de los paquetes no se quedan con el dinero por los servicios contratados, este capital ya fue distribuido a los operadores turísticos, el dinero está en constante flujo cancelando todo lo necesario

dentro del paquete para que se pueda llevar a cabo. Al menos en nuestra agencia de viajes tratamos de recuperar lo pagado a los operadores en caso de situaciones fortuitas, pero no nos obligamos; tratamos de darle el soporte al pasajero, ahora no necesariamente se recupera el dinero, pero si se puede otorgar un crédito, pero cuando es de último momento es demasiado difícil.

Matos M.

No existen carencias, existen vacíos legales los cuales hacen que las empresas puedan abusar dentro del marco normativo que se tiene es por eso que a la fecha cuando se produce infracciones o un consumidor se ve vulnerado sus derechos automáticamente el ingresa su reclamo, se agota toda la vía procedimental administrativa de INDECOPI y terminan en multas pero no en una sanción como cierre de la empresa o sigue más allá de un proceso civil o penal, inclusive hasta se puede denominar estafa para que se vaya a otra vía, pero los vacíos hacen simplemente que el trámite quede ahí sin una verdadera solución.

Rodríguez A.

Lo que falta es desarrollo, ya que, si existe regulación sobre el acto de contrato de adhesión, pero no hay una normativa que lo complemente como una norma, una ley u otro complemento, por ende, si hablamos jurídicamente sobre el contrato si hay regulación, pero en la práctica no se aplica y esto se debe a que en la misma norma no hay desarrollo adecuado sobre el tema.

Tabla6

Resultados de la pregunta 4

Pregunta 4: De darse el caso ¿Cuál sería su propuesta en virtud de solucionar la falta de normativa frente a las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión?

PARTICIPANTES	RESPUESTAS
Linares S.	Una solución es crear una plataforma, donde las empresas suban el contenido de su contrato y que las autoridades competentes realicen una adecuada fiscalización y aplicación de ello para disminuir la carga de quejas o reclamos que se producen en base a ello por los consumidores.
Cervantes A.	No considero que exista una falta normativa, pero sí considero que las normas existentes no se cumplen a cabalidad, ya que no hay una correcta fiscalización por parte de las entidades competentes dentro del ámbito turístico.
Cervantes M.	Al no considerar que no existe carencia normativa, no dispongo de ninguna propuesta de solución.
Matos M.	Mi propuesta sería que tendría que existir una mesa técnica, una mesa de trabajo entre INDECOPI, uno de los representantes de los consumidores y sobre todo el mercado que ofrecen este servicio, entonces tendrían que revisar cuales son aquellas cláusulas que son materia de negociación y qué cláusulas no lo son, asimismo existe la posibilidad en los cuales la personas en otros países, los ciudadanos presenten su paquete de sugerencias acompañadas al paquete que ellos proponen a las

empresas, existe una negociación y el tema en el Perú es el siguiente como nosotros consideramos que son actividades de recreación, no le tomamos la importancia correspondiente o que amerita para poder vernos inmersos ,solamente cuando vemos un tema contractual, digamos un tema que genera derechos recién se toma interés por lo que estamos dejando de lado nuestros derechos viene a ser subjetivos como los que son el abuso, nuestra libertad de poder elegir qué es lo que queremos y sobre todo nuestra libertad de poder negociar, es decir implica inclusive que existen varias normas que implican que vayan en contra de nuestra constitución porque existen normas de carácter normativa que se ven inmersos en los contratos de adhesión.

Rodríguez A.

Consideró que debe haber una transparencia por parte de las empresas es decir brindar toda la información posible para que los consumidores se sientan seguros de contratar el servicio y así evitar los futuros reclamos por parte del consumidor, darle todas las herramientas para que el cliente pueda entre cada término y condición del contrato de adhesión.

Análisis convergente:

Se evidencia que de los entrevistados coinciden que no existe carencia normativa en la regulación de las cláusulas abusivas dentro de los contratos de adhesión, lo que observan es una mala aplicación de las normas ya existentes y estas muchas veces no son advertidas por las entidades que se encargan de velar por los derechos de consumidor, lo que genera un gran número de quejas que son interpuestas, ya que no existe un control riguroso a las empresas al momento de poner en venta los paquetes turísticos y gestionar sus operaciones internas.

Análisis divergente:

De acuerdo a las respuestas brindadas por los participantes, se puede advertir que no se presenta divergencia en cuanto al objetivo específico de la investigación.

Codificación:

Tras la resolución de la guía de entrevista se ha considerado la codificación abierta, axial y selectiva del **objetivo general**. Con relación a la **codificación abierta** conforme a los juicios subjetivos entorno al investigador es que la regulación normativa frente a las cláusulas abusivas, están detalladas en la norma, pero no se llevan a cabo de forma ideal, sino que muchas veces las empresas que venden paquetes turísticos se acogen a las libertades que las normas les confieren para buscar su mayor beneficio y eso es resultado de una inadecuada aplicación de la norma por parte de las empresas que no tienen interés en sí derechos de los consumidores se ven afectados al momento de la celebración de los contratos de adhesión.

Las nociones adquiridas aportaron a la categorización de la **codificación axial**, poniendo en evidencia que la falta de la correcta aplicación de la norma se debe a que hay una desorganización y precariedad dentro del sistema que se encarga de velar por que las normas ya dispuesta y que se cumplan de manera correcta y oportuna, no hay un interés por parte de las autoridades en que las deficiencias existentes se solucionen, en aras de que se cumpla la normativa para que finalmente los consumidores reciban un buen servicio al momento de adquirir un paquete turístico por medio de los contratos de adhesión.

Por otro lado, lo alusivo a la **codificación selectiva**, esta ha confirmado que no existe una falta de regulación normativa, sino lo que existe es una inadecuada aplicación de la norma en aquellos contratos que contienen cláusulas abusivas, esto también se debe a la gran demanda en que este contrato es celebrado, lo que genera que la autoridad competente no lleve un adecuado control, asimismo, una alternativa para dar frente a este descontrol es que se cree una plataforma donde estas empresas suban en contenido de su contrato y que esta información sea de carácter público, y con ello se logre confianza en el consumidor al momento de aceptar el contrato y

también por parte de la autoridad para visualizar de forma digital si el contenido de estos contratos se sujetan a lo estipulado en la norma.

Respecto al segundo objetivo específico concerniente demostrar si cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebran las empresas que venden paquetes turísticos.

Tabla7

Resultados de la pregunta 5

Pregunta 5: ¿Cree usted que la regulación nacional se cumple al momento de hablar de contratos celebrados por las empresas que venden paquetes turísticos a los consumidores?

PARTICIPANTES

RESPUESTAS

Linares S.

Actualmente los contratos de adhesión se encuentran regulados en el código civil, sin embargo, la problemática radica no en la regulación taxativa si no en la aplicación que esta tiene en cuanto a la materia.

Cervantes A.

Si, considero que la normativa nacional se cumple con respecto a los contratos que venden paquetes turísticos, de acuerdo a mi experiencia trabajando en agencias de viajes y posteriormente teniendo la propia, nos acogíamos a lo que tanto el reglamento de agencias dicta y el MINCETUR

Cervantes M

Te comento, por lo menos todas las agencias formales que están inscritas en el directorio tienen que cumplir con la ley y seguir las políticas brindadas por Indecopi; adicionalmente a eso hay un proceso que también hay que cumplir del CALTUR, hay que ceñirse a los requisitos y parámetros antes, durante y posteriormente a la venta, es porque considero que la norma se cumple y que además con la implementación de los medios digitales la información a disposición del pasajero.

Matos M.

Se cumple dentro de la formidad si, en la práctica no ya que en la práctica yo puedo modificar mi contrato de adhesión muchas veces sin comunicación alguna al cliente, lo cual eso es una gran violación a los derechos del consumidor, donde se modifican automáticamente las tarifas, inclusive alguno no tienen seguros de desgravamen, sin embargo el cliente cancela ese servicio, no existe alguna seguridad de las consecuencias, se adquiere un servicio con la incertidumbre y no con el goce sobre ello.

Rodríguez A.

El detalle es que, en el contrato de adhesión, el consumidor ha normalizado el adherirse a las condiciones de la empresa, en este caso de las agencias que venden paquetes turísticos, pero justamente eso es lo que está mal porque esa situación se desvía del tema de la doctrina y de lo mencionado por los expertos en la materia, ya que finalmente todo tipo de acto recae en el consentimiento y la capacidad de negociación de las partes y bueno, en el contrato de adhesión no se da.

Tabla8

Resultados de la pregunta 6

Pregunta 6: ¿Considera que existe algún vacío o ambigüedad en la norma del cual estas empresas, en aras de velar por sus intereses, puedan cogerse para perjudicar al consumidor?

PARTICIPANTES

RESPUESTAS

Linares S.

La norma es clara y precisa, no se puede celebrar un contrato que perjudique los intereses de una persona, sin embargo, si la otra parte no tiene completamente conocimiento sobre ello, siempre será la parte perjudicada ya que este tipo de contrato desde ya genera un beneficio para la parte que lo redacta.

Cervantes A.

Siguiendo la idea de la pregunta anterior, y comentando un poco sobre mi experiencia hace algunos años, se dio la casualidad de que nuestra agencia y otra agencia vendían el mismo paquete pero con diferente precio es decir, un servicio costaba más que el otro pero aparentemente era el mismo, solo que la diferencia era que los operadores turísticos no eran los mismos, entonces para hacer la investigación de mercado como pasajero compre ese paquete que se vendía a un precio más bajo y resultó ser una pésima experiencia; en definitiva el no era el mismo servicio y la diferencia estaba con la calidad y el problema partía principalmente de la publicidad y ahí es donde creo que existe un publicidad engañosa, la norma está, la norma existe pero lo que no existe es la práctica, mi agencia estuvo activa por 12 años cumpliendo con todas la normativa y nunca fue el MINCETUR a fiscalizar si yo cumplía con mi trabajo de forma correcta.

Cervantes M.

Desde mi punto de vista y regresando a una de las preguntas anteriores, considero que el vacío está en que una agencia mayorista debería estar impedida de crear una minorista ya que se da una competencia desleal ahí y por otro lado también está lo que sucedió a raíz de la pandemia se adelantó toda la comercialización digital y en este rubro el MINCETUR en su reglamento dio la posibilidad de que se den agencias 100% digitales que no están obligadas a tener un local de atención al público y eso genera un problema porque se presta para la estafa, además no están obligadas tampoco a tener una licencia de funcionamiento para obtener la inscripción en el MINCETUR y eso en primera es un perjuicio con relación a la confianza del consumidor y también perjudica a las demás agencias que

sí tiene un local que radica en la inversión de tener un local físico y regresamos a la competencia desleal.

Matos M.

Sí totalmente, hay varios vacíos, es cuestión de revisar punto por punto y sobre todo aquellos artículos apertus que hacen que las empresas abusen, tienen que ser cláusulas cerradas.

Rodríguez A.

Si, pero ambigüedad no creo, vacío sería la palabra correcta, al no estar tan desarrolladas la normativa al respecto las empresas se agarran de ese vacío, laguna y falta de regulación para poder cometer ese tipo de abusos y prácticas en perjuicio del consumidor.

Análisis convergente:

De las respuestas brindadas por los participantes conviene en que si se cumple la normativa vigente en nuestro sistema legal, ya que los contratos de adhesión se llevan a cabo dentro de lo estipulado en las leyes, sin embargo también coinciden en que a pesar de cumplirse la norma también consideran que en la práctica existen varios elementos que se encuentran dentro del marco legal pero fuera del marco de la doctrina y de las opiniones de los expertos, ya que los términos y condiciones en los que se suelen dar los contratos de adhesión en algunas ocasiones transgreden los derechos de los consumidores ya que se ha normalizado el hecho de acogerse bajo esta figura legal para contratar, sin tomar en consideración lo negativo que puede acarrear y dejando de lado también la capacidad de negociación que debería tener el consumidor en aras de hacer respetar sus derechos e intereses, normalmente en estas figuras se ven satisfechos los intereses de las agencias y no necesariamente el del consumidor.

Análisis divergente:

De las respuestas de los entrevistados puede advertirse que no existe divergencia respecto al segundo objetivo específico de la investigación.

Codificación:

Tras la llevar a cabo de la guía de entrevista se ha considerado la codificación abierta, axial y selectiva del objetivo general. Con relación a la codificación abierta conforme a los juicios subjetivos con respecto al investigador puede advertirse que la práctica de la norma dentro del ámbito de las ventas de paquetes turísticos bajo los términos y condiciones de un contrato de adhesión, no se lleva a cabo de la mejor manera ya que existen vacíos legales que les permiten a las agencias de viajes sacar ventaja del consumidor, dejando de lado sus derechos e intereses, enfocados solo en los propios y de las ventajas y ganancias que puedan obtener y eso dentro de un estado de derecho no es saludable ya que solo una de las partes se beneficia a costa de la otra, tergiversando la norma a su conveniencia.

Las nociones adquiridas aportaron a la categorización de la codificación axial poniendo en evidencia que la mala práctica de las normas legales en cuanto a los contratos de adhesión se dan porque los términos y condiciones bajo la celebración de estos tipos de contratos son muchas veces una práctica comercial abusiva que perjudica al consumidor por el simple hecho de velar por sus propios intereses, la norma que existe no abarca todos los campos que debería y eso solo evidencia que hace falta un desarrollo más detallado en la norma para que se evite sacar ventaja del consumidor.

Por otro lado, bajo la **codificación selectiva**, se confirma que si se cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebren las empresas que venden paquetes turísticos, pero que en la práctica la regulación carece de mecanismos por los cuales se pueda impedir la vulneración de los derechos de los consumidores ya que, existen vacíos que favorecen a las empresas que son las que estipulan los términos y condiciones dentro de un contrato de adhesión y esto se da porque la ley los faculta pero sin considerar que derechos se ven afectados de forma negativa perjudicando así finalmente al consumidor.

Respecto al tercer objetivo específico concierne en analizar si se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico.

Tabla9

Resultados de la pregunta 7

Pregunta 7: ¿Considera como una verdad que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva dentro de los contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?

PARTICIPANTES

RESPUESTAS

Linares S.

SI, hay un dominio por parte de la empresa hacia el consumidor ya que ellos son los encargados de ofrecer o redactar estos tipos de contratos, ahora comparando con la cantidad de denuncias se puede evidenciar que no solo es uno o dos los que sienten vulnerados sus derechos, es una denuncia masiva lo que es un claro ejemplo de que algo anda mal respecto a este mecanismo de contratación.

Cervantes A.

No creo que sea una práctica comercial abusiva ya que en este rubro se trabaja en base a los parámetros respecto a que es lo que se ofrece, como ofrece y bajo a que condiciones se llevará a cabo, el hecho de que existan agencias que no respeten lo que estipulan las leyes se debe solo, desde mi punto de vista a la falta de fiscalización que existe por parte de las entidades que están obligadas a realizar esa labor y no la hacen.

Cervantes M.

No, para nada, los términos y condiciones se dan por una razón y es justamente por ello que se puede brindar un buen servicio, además de que son necesarios para tener en claro todas las disposiciones al momento de dar el servicio y queda en responsabilidad de cada agencia acogerse de forma honesta a la normativa, porque este trabajo se trata enteramente de la confianza del pasajero hacia la agencia.

Matos M.

Si son abusivas, totalmente cumplen con la formalidad que exige la ley, pero no con el servicio final, cuando tus cumple con un contrato y la finalidad legal esta óptima a nivel contractual tu cumpliste pero que sucede cuando el servicio que se brinda a través de ese contrato no se respeta o es un abuso con el consumidor no se puede dar solución a ello porque se sujeta que ya lo acepto.

Rodríguez A.

En general yo creo que sí, los términos y condiciones independientemente si son aplicados en la venta de paquetes turísticos y otro tipo de contratación si son una medida abusiva, por ejemplo cuando tú quieres comprar en línea y es un paquete vigente, si bien a ese paquete turístico te puedes acogerte no necesariamente es porque ese es el que quieres sino porque lo necesitas ya sea por la premura de tiempo o por otro motivo y otras agencias que tienen disposiciones diferentes al querer contratar me veo obligado a aceptar bajo los términos y condiciones sin la capacidad de discutir ello porque ya hay un formato establecido y eso me parece una medida abusiva.

Tabla11

Resultados de la pregunta 8

Pregunta 8: ¿Se podría afirmar que la libertad contractual del consumidor se ve condicionada bajo estos términos y condiciones que se encuentran en contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?

PARTICIPANTES

RESPUESTAS

Linares S.

Si, está condicionado netamente por el tema económico, ya que las personas que consumen estos tipos de paquetes turísticos, la gran mayoría cancela a crédito lo que genera un endeudamiento que deslinda con otras

obligaciones contractuales, por ende su libertad se ve afectada en el hecho que se someten a un contenido que si o si tienen que cancelarlo si en caso no lo hicieran incumplirían otras obligaciones conexas a ellos.

Cervantes A.

Considero que no, ya que se le da al pasajero la potestad de elegir entre varios tipos de paquetes con diferentes precios en el cual se les explica los parámetros que debe cumplir con cada uno y ya queda a criterio elegir cuál le conviene o cual es el que se ajusta mejor a sus necesidades, así que más bien que considero que son necesarios los términos y condiciones en la venta de los servicios ya que así el pasajero puede tomar todas las medidas necesarias para evitar cualquier inconveniente en el cumplimiento de su programa, por otro lado en mi experiencia en las agencias a las que he trabajado y la que he manejado siempre se le ha brindado las facilidades al pasajero para que termine satisfecho con el servicio que se le ofrece.

Cervantes M.

No, no lo creo así, porque un programa y un paquete turístico está organizado y planeado en un momento del tiempo y todo ese tema operativo tiene su tiempo, su forma y sus condiciones porque ahí intervienen muchos servicios como transporte, hoteles, visitas, entre otros, entonces no procede que el pasajero tenga la potestad de cambiar algunos de esos procedimientos, pero lo que sí procede es que se lleve a cabo brindar un servicio personalizado que se adecue a los requerimientos del pasajero, pero eso ya se encuentra fuera de los contratos de adhesión, ahora hay agencias que hacen ese tipo de servicios pero también hay agencias que no lo hacen y solo venden programas stand, con respecto a eso no creo que se vulnere nada al pasajero.

Matos M.

Si, no condición inclusiva coaccionada de manera escrita porque qué libertad te dan de poder contradecir esos términos y condiciones, ninguna por ende está totalmente condicionado para que lo adquieras y alas finales se adquiere por necesidad, sin mediar negociación si me conviene o no el paquete turístico.

Rodríguez A.

Si, hay que tener en cuenta que la libertad contractual comprende dos cosas, principalmente comprende el tema de la autonomía, que es la capacidad del agente de decidir con quién contratar también poder establecer términos y condiciones, si bien tú eliges en este caso con quien vas a contratar pero no eliges las condiciones como tal los cuales vas a contratar, en las compras en línea o físicas cuando quieres contratar, los consumidores no leen los términos y condiciones, y ahí también se ve vulnerado el derecho a la información y el principio de transparencia, ya que no le vas a presentar 40 hojas al contribuyente con términos y condiciones engorrosos, ahí no considero que haya transparencia, la información debería ser breve y fácil de entender, por otro lado y como ya se ha mencionado, los términos y condiciones como tal se ha normalizado y no vemos más allá lo que nos impide identificar cuáles son las prácticas abusivas que se pueden dar en perjuicio de los consumidores.

Análisis convergente:

De las respuestas brindadas por los participantes se puede evidenciar que no existe convergencia en relación al tercer objetivo específico de la presente investigación.

Análisis divergente:

De las respuestas de los entrevistados puede advertirse que si existe divergencia primero en relación a que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en la celebración de los contratos para adquirir un paquete turístico ya que si

bien se sujetan a la regulación jurídica nacional, en la práctica son muy pocas las empresas que siguen esta estructura y esto se debe a que no hay una fiscalización por parte de las autoridades competente, asimismo en cuanto si afecta la libertad contractual desde la óptica jurídica, si lo hace ya que el mero sometimiento y renuncia a ciertas obligaciones contractuales que se pueda generar somete al consumidor al asentimiento y renuncia de futuras acciones contra la empresa, por otro lado desde la óptica empresarial, son los consumidores los que deciden si compran o no, lo que evidencia que no hay vulneración ya que ellos tienen la libertad de contratar con aquella empresa que coincidieren que ofrecen los paquetes turísticos más óptimos.

Codificación:

Tras la resolución de la guía de entrevista se ha considerado la codificación abierta, axial y selectiva del **tercer objetivo específico**. Con relación a la **codificación abierta** se puede advertir que en relación a considerar que los términos y condiciones son una práctica abusiva por parte de las empresas se evidencian en la cantidad de denuncias que se presentan ante INDECOPI y que es esta entidad la que no hace una correcta fiscalización que las empresas estén cumpliendo con la normativa establecida. Asimismo, la cuestión sobre la libertad contractual no se basa en el hecho de elegir con quien contratar sino sobre libertad se tiene en aceptar modificar o negociar algún punto del contenido, las empresas argumentan que el cliente tiene la libertad de contratar con cualquier empresa sin embargo lo que se cuestiona no es la libertad de contratación si no la libertad contractual de los consumidores respecto sobre los contratos de adhesión.

Las nociones adquiridas aportaron a la categorización de la **codificación axial**, poniendo en evidencia que si bien estos tipos de contratos están sujetos a normativas reguladas en nuestro País, en la práctica no se evidencia ello debido que muchas empresas modifican el contenido para renunciar a obligaciones conexas que pueda generarse en caso el contrato no se cumple, entonces este mecanismo que tienen las empresas de pactar o determinar las cláusulas se entiende como una práctica comercial abusiva contra el consumidor, ahora en cuanto la libertad contractual se confunde con la libertad de contratación y que son las empresas que se acogen a ellos para deslindar cualquier responsabilidad con el consumidor.

Por otro lado, lo alusivo a la **codificación selectiva**, esta ha confirmado que si se realiza una correcta organización por parte de las entidades en organizar y dar un correcto control generara que el contenido del contrato sea de beneficio para ambas partes por lo que la libertad contractual no se vea afectada de lo contrario, de acuerdo a la cantidad de quejas se puede visualizar que punto más importante se está vulnerando y de acuerdo a ello verificar si ese contrato esta correctamente estipulado, esto tiene mucha relación con la libertad contractual puesto que si le da de forma transparente a cliente el contrato no debería afectar dicho derecho porque va a haber una adecuada transparencia contractual que sería lo primordial.

Discusión de resultados

Respecto del **objetivo general** se tuvo que los autores Iñigo (2018) considero como objetivo demostrar el carácter abusivo o no de los términos y condiciones contenidas en los contratos de adhesión que celebren las empresas con los consumidores, y que al aceptar el contenido del contrato indirectamente están sometiéndose a las cláusulas abusivas que están conllevan. La cual coincide con lo mencionado por Alvear, Barrientos y Alcalde (2022) manifestaron que respecto a los contratos por adhesión se debe hacer precisión, no solo en el abuso de la libertad contractual al momento de imponer términos y condiciones al consumidor, sino también del abuso de esta facultad que se atribuyen las empresas la cual es: la libertad de contratación. En muchas ocasiones las cláusulas abusivas deben ser observadas desde el panorama de la ilegítima utilización de la facultad de contratación; ya que, por medio de ella, el empresario previamente realiza una redacción respecto a los términos y condiciones, abusando así de su poder de contratación frente al limitado poder que posee el consumidor.

Lo antedicho se encuentra correlacionado a lo advertido por el participante Linares (2023) en relación a que los términos y condiciones estipulados en un contrato de adhesión son redactados por las empresas que ofrecen este tipo servicio de lo cual modifican el contenido contractual para beneficio de ellos, sin tomar en consideración los requerimientos que pueda tener el cliente, al no existir una negociación de por medio, solo genera que el consumidor acepte de forma expresa este contrato. En ese sentido Matos (2023) sostuvo que los contratos de adhesión son disposiciones

unilaterales por parte de la empresa, no existiendo una negociación contractual, lo cual somete al consumidor a suscribirlo automáticamente para poder adquirir el servicio.

Respecto del **primer objetivo** específico se tuvo que, el autor Najjar (2018) sostuvo que en Código de Protección del Consumidor existe una definición sobre las cláusulas abusivas, las cuales son estipulaciones no negociadas que colocan al consumidor en desventaja o se presente una desigualdad sobre sus derechos, asimismo indica que los artículos 49 inciso 24 y el inciso 35 responden a la interrogante sobre qué elementos se deben considerar al momento de determinar si una cláusula es abusiva o no dependiendo de la naturaleza del contrato, producto o servicio del objeto del contrato.

Por otro lado, Durant (2023) manifestó que la masificación de la producción industrial ha hecho crecer el índice de los consumidores en estas últimas décadas acarreado la proliferación de los contratos por adhesión, y ello ha dado como resultado no solo al crecimiento del comercio sino también a la contratación de consumo; por lo que las normas clásicas del Derecho Privado y los códigos civiles que fundan sus bases en las escuelas romanistas y napoleónicas, ahora resultan insuficientes para controlar los efectos jurídicos que se derivan de estos contratos, más aún en el mercado actual, que se encuentra anegado de presiones cada vez más demandantes y crecientes.

Asimismo, los participantes Matos (2023) y Cervantes M. (2023) concordaron en que las carencias normativas son inexistentes, pero que si existen vacíos legales y de estos últimos las empresas se acogen para sacar ventaja del consumidor dentro de la legalidad es por eso que hoy en día se producen transgresiones en referente a los derechos del consumidor que ingresan como reclamos pero al final del todo el proceso la sanción no llega a ser suficiente para que la situación no vuelva a darse, quedando así los intereses del consumidor insatisfechos.

Respecto del **segundo objetivo específico**, los autores Núñez y Ccorimanya (2022) y Tirado (2021) sostuvieron que hay una regulación jurídica normativa que regula los contratos de adhesión, en primer orden está en código civil en el Artículo 1390 y la Ley N°29571, Ley de Defensa y protección al consumidor, los cuales indican que postura debe tener el contratante respecto a este tipo de contrato que es aceptar o rechazar de forma tácita los términos contractuales que han sido determinados por la

otra parte, sin embargo ellos coinciden que debe haber una modificación debido a que la educación contractual en nuestro sistema nacional no se ha desarrollado completamente por ende existe limitación ante este tipo de contratos de adhesión, entonces se requiere que estas normas se desarrollen mejor con la finalidad.

Lo antedicho se encuentra correlacionado a lo advertido por los participantes Linares (2023) y Matos (2023) los contratos de adhesión si bien se encuentran regulado en nuestro ordenamiento jurídico nacional, sin embargo, en la práctica no es así que, ya que se ha visto en muchas ocasiones que estos contratos son modificados para beneficio de las empresas para cumplir con sus necesidades y no las del cliente, lo cual genera un perjuicio al consumidor, por ende, si bien hay una regulación nacional, existe vacío legales en la norma lo que genera que no haya una correcta aplicación y fiscalización por parte de las autoridades competentes.

Respecto del **tercer objetivo específico**, el autor Carpio (2023) sostuvo que en los contratos de adhesión la autonomía no es absoluta al momento de celebrar estos tipos de contratos ya que desde un principio la libertad contractual se ve limitada por diferente normas, entonces no es la única norma jurídica que afecta este derecho fundamental, si no que forma parte de las limitaciones ya que no le permite al consumidor de negociar respecto al contenido contractual sino que solo esperan que este acepte y se acate a sus términos y condiciones que estipulan.

Lo mencionado anteriormente, concuerda con lo mencionado por el autor Landa (2022) manifestó que, dentro de nuestra constitución, existen cláusulas que tutelan la libertad contractual como derecho fundamental, por ende, este tipo de derecho desde ya goza con una protección especial dentro del contenido contractual entre los particulares o con la propia sociedad, el cual debería ser de mayor importancia su protección en los contratos de adhesión que no existe negociación.

Lo citado por ambos autores, tiene relación con lo expuesto por los participantes Matos (2023) y Rodríguez (2023) que consideraron que la libertad contractual se ve coaccionada de forma escrita o hasta en la contratación electrónica ya que no existe libertad ya que el consumidor no puede contradecir los términos y condiciones contenidos en el contrato, por ende, esta coaccionada a que lo adquieras por satisfacerse una necesidad, sin que exista una negociación de por medio.

V. CONCLUSIONES

1. Tras el análisis realizado, se concluye que los términos y condiciones si son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor dado que se ha podido observar que dentro de éstos existen cláusulas que abusan de los derechos del consumidor en cuanto a que no dejan a este último tomar una decisión que no esté condicionada a aceptar dichos términos y condiciones para poder adquirir el servicio deseado, en este caso la compra de un paquete turístico
2. Tras las entrevistas que han sido realizadas en la presente investigación, concluimos que, existe una falta de fiscalización referente a la aplicación de la normativa respecto a las cláusulas abusivas que afecta el derecho al consumidor al momento de comprar un paquete turístico ya que se pudo advertir que las normas existentes no se encuentran bajo el debido control de las autoridades competentes, dando como resultado la trasgresión del derecho del consumidor.
3. De este modo se puede inferir que la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebren las empresas que venden paquetes turísticos no se cumplen de forma, eficaz ya que como se ha mencionado anteriormente la empresas utilizan la ambigüedad de la norma y vacíos legales para colocar en sus términos y condiciones cláusulas abusivas que de cierto modo les restan responsabilidad en caso se dé alguna circunstancia desfavorable que imposibilite llevar a cabo correctamente el servicio contratado, dejando ésta en el campo del consumidor.
4. Finalmente se ha comprobado que, si se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico, ya que el comprador se ve a merced de la voluntad de estas empresas por medio de los contratos de adhesión, dejando de un lado su voluntad por la necesidad en la que se ven envueltos de adquirir el producto.

VI. RECOMENDACIONES

1. Complementar eficazmente la norma que regula los contratos de adhesión para que al momento de su aplicación no se dejen cabos sueltos que puedan perjudicar al consumidor valiéndose de su desventaja al tener poco léxico jurídico, evitando de esa manera la ambigüedad y las interpretaciones poco idóneas respecto a la norma, además de que podrá ser más fácil de entender para el consumidor.
2. Exhortar a las autoridades competentes que cumplan su labor de fiscalización de forma adecuada y oportuna para evitar que la norma se siga aplicando incorrectamente, esto disminuirá la gran cantidad de reclamos que son interpuestos por los consumidores en contra de las empresas que se dedican a la actividad turística, como se puede observar en el portal virtual de INDECOPI.
3. Es importante que se realice una evaluación al contenido de la norma en relación a los contratos de adhesión, es decir bajo que formalidad se desarrollara y especificar la forma celebrada ya sea presencial o virtual, además de precisar los mecanismos a que el consumidor podría acogerse en caso de no poder cumplir con lo estipulado en el contrato por razones externas a él.
4. Una alternativa para no afectar gravemente la libertad contractual del consumidor, sería que el contenido del contrato utilice una terminología más sencilla y comprensible en la que el consumidor pueda entender fácilmente los términos y condiciones estipulados en el contrato de adhesión, que le permita ser consciente a lo que se somete y también que lo faculte para identificar como defender su derecho.

REFERENCIAS

- Alvear Téllez, J., Barrientos Camus, F., & Alcalde Silva, J. (2022). El abuso de la libertad de empresa en los contratos por adhesión: un nuevo enfoque para el análisis de las cláusulas abusivas. *Revista de derecho (Valdivia, Chile)*, 35(1), 79–101. <https://doi.org/10.4067/S0718-09502022000100079>
- Antay (2018) La importancia del derecho a la información en las relaciones de consumo. *Revista Lex Orbis* Vol. 1 Núm. 2. Recuperado de: <file:///C:/Users/pc062/Downloads/a04v1n2.pdf>
- Arana, M (2018) Contrato de consumo: cláusula abusiva. *Revista INDECOPI* Vol. 6 Núm. 10 (2010). Recuperado de <https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/77>
- Berrospi L. (2022). Libertad de Empresa, Derechos de Consumidor y Contratos de Adhesión del sistema financiero en Lima. Recuperado de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/79b0cce7-7bd4-4443-a54a-ebef296c004/content>
- Casado Navarro, A. (2022). Consecuencias negativas de las prácticas desleales con consumidores: soluciones de Derecho comparado y recientes desarrollos normativos en la Unión Europea. *CUADERNOS DE DERECHO TRANSNACIONAL*, 14(1), 116-149. <https://doi.org/10.20318/cdt.2022.6680>
- Carpio I. (2023) LA LIBERTAD CONTRACTUAL EN LOS CONTRATOS POR ADHESIÓN DE SERVICIOS DIGITALES EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO PERUANO, 2022. Recuperado de <https://apps.ucsm.edu.pe/UCSMERP/Docs/Tesis/008429.pdf>
- CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR LEY N° 29571 <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1351847/LEY%2029571.pdf.pdf?f?v=1602084982>
- Código Civil [CC]. Ley. Decreto Legislativo N°295. Agosto 2014 (Perú) Cortés, P. (2018). The law of consumer redress in an evolving digital market : upgrading

from alternative to online dispute resolution. Cambridge University Press
Recuperado de <https://web.s.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=4d145c52-bdfa4b8eabf4372170255957%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=1602670&db=e000xww>

DECRETO SUPREMO N° 005-2020-MINCETUR. (14 de mayo de 2020). Diario Oficial El Peruano, 14 de mayo de 2020. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/710935/aprueban-reglamento-de-agencias-de-viajes-y-turismo-decreto-supremo-n-005-2020-mincetur-1866352-4.pdf?v=1589561597>

De la Espirilla, R., y Gómez C. (2020). Teoría fundamentada. Revista Colombiana de Psiquiatría, 49(2), 127-133. Epub June 18, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.08.002>

Díaz de Valdés Haase, Macarena. (2020). Nulidad de cláusulas abusivas en reservas, promesas de compraventa y compraventas suscritas por consumidores de viviendas comercializadas en verde. Revista chilena de derecho privado, (35), 273-285. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-80722020000200273>

Durand, J. (2023). *El derecho del consumidor y sus efectos en el derecho civil, frente a la contratación de consumo en el mercado*. Vox Juris, Volumen (41), 97-124. Recuperado de: <https://app.vlex.com/#sources/32059>

Escudero C. y Cortez L. (2018) Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>

Falconi, M. (2022) CLÁUSULAS ABUSIVAS Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN ECUADOR. Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades, (18), 191-202. <https://doi.org/10.37135/chk.002.18.13>

Feria, H., Matilla, M., y Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? Didáctica Y

educación ISSN 2224-2643, 11(3), 62–79. Recuperado a partir de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>

Fernández, P. (2018). La importancia de la técnica de la entrevista en la investigación en comunicación y las ciencias sociales. *Investigación documental. Ventajas y limitaciones. Sintaxis*, (1), 78–93. <https://doi.org/10.36105/stx.2018n1.07>

Helga (2019) El concepto jurídico de persona y los estatus tutelados: El caso del consumidor y del adherente en el derecho económico argentino. *Revista Vox Iuris*, 2019, n85. Recuperado de: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/149967/CONICET_Digital_Nro.d0143107-6fe8-43c8-a078-dda99e8f5d4c_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Johnson, J. L. et al. A Review of the Quality Indicators of Rigor in Qualitative Research. *American Journal of Pharmaceutical Education* [online]. 2020, vol. 84, no. 01, pp. 7120 [viewed 05 January 2021]. <https://doi.org/10.5688/ajpe7120>. Availablefrom: <https://www.ajpe.org/content/84/1/7120>

Kessler (2018) El derecho del consumidor a la seguridad. Recuperado de <file:///C:/Users/pc062/Downloads/329-Texto%20del%20art%C3%ADculo-974-1-10-20150325.pdf>

Landa, C. (2022). *La constitucionalización del derecho civil: el derecho fundamental a la libertad contractual, sus alcances y sus límites. Themis. Revista de derecho*, Volumen (82), 309 -327. Recuperado de: <https://app.vlex.com/#!/search/jurisdiction:PE/libertad+contractual/vid/constitucionalizacion-derecho-civil-derecho-611178426>

Lídice, R., & Lídice, R. (2018). El contrato de adhesión como instrumento de regulación en las relaciones de consumo y empresariales. Santiago, Chile: Ediciones Olejnik.

Lugo Infantas, K. E. S. (2021). Las resoluciones emitidas por INDECOPI y el análisis jurídico de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión. Universidad César Vallejo.

Mak, V., & Terry, E. (2020). Circular Economy and Consumer Protection: The Consumer as a Citizen and the Limits of Empowerment Through Consumer Law. *Journal of Consumer Policy*, 43(1), 227–248. <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09435-y> Recuperado <https://www.proquest.com/docview/2362699155?accountid=37408&pq-origsite=primo&parentSessionId=sRqiwicn9FhDCbWVKMuY8UUKNLVypDZ8LzRfD4QbgdA%3D>

Madrid, D.; Mendez, R.; TABRA, E. P.; Lascano, G.(2022). Asimetrías informativas y relaciones de consumo: Una revisión a partir del análisis económico del derecho. En *Anuario iberoamericano de regulación*. Vol.II. La regulación en tiempos de Covid. (pp. 371 - 406). BOGOTÁ. Universidad del Externado de Colombia. Recuperado de: <https://doi.org/10.2307/j.ctv3596w5q.17>

Maranhao, F. T. S., & Ferreira, J. S. A. B. N. (2023). SOCIAL FUNCTION AND CONTRACTUAL FREEDOM: AN ANALYSIS OF SOCIAL SOLIDARITY AS A CONDITION FOR THE RE-SIGNIFICATION OF CONTRACTUAL FREEDOM AND PRIVATE AUTONOMY/ FUNCAO SOCIAL E LIBERDADE CONTRATUAL: ANALISE DA SOLIDARIEDADE SOCIAL COMO CONDICIONANTE PARA A RESSIGNIFICACAO DA LIBERDADE CONTRATUAL E A AUTONOMIA PRIVADA. *Revista Brasileira de Direito Civil em Perspectiva*, 9(1), 17-. Recuperado de <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&u=univcv&id=GALE|A760256835&v=2.1&it=r>

Marotta-Wurgler, F., Bakos, Y., & Trossen, D. R. (2021). ¿Alguien lee la letra pequeña? Medición de la atención del consumidor a los contratos de formato estándar. *Revista Facultad de Jurisprudencia*, (9), 609-671. <https://doi.org/10.26807/rfj.vi9.366>

Marquez G. (2022) Cláusulas arbitrales abusivas y disuasivas en la economía digital. *Revista de derecho y economía* N° 57 pp. 67 - 100. Recuperado de <file:///C:/Users/KARINA%20HINOSTROZA/Downloads/GaloMarquez.pdf>

- Miquel J. (2017). Lecciones: libertad contractual y condiciones generales de los contratos. Recuperado de <https://almacenederecho.org/lecciones-libertad-contractual-condiciones-generales-los-contratos>
- Morales (2019) El estilo inglés de control preventivo de cláusulas abusivas. The english way for preventing unfair terms. Boletín mexicano de derecho comparado, vol. LII, núm. 154, pp. 171-198, 2019 Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM
- Moreira H. Criterios y estrategias para asegurar el rigor en la investigación cualitativa. R Bras Ens Ci Tecnol [Internet]. 2018 [citado el 29 de mayo de 2019]; 11(1): 405-24. Disponible en: [Disponible en: https://periodicos.utfpr.edu.br/rbect/article/view/6977](https://periodicos.utfpr.edu.br/rbect/article/view/6977)
- Moreno Herrera, M. M. (2018). La evidente contradicción entre la fiducia y el abuso: Contratos de adhesión en el contrato de fiducia. Misión Jurídica: Revista de derecho y ciencias sociales, 11(14), 261–278.
- Najar (2018). Las cláusulas abusivas en la contratación masiva y la protección y defensa de los consumidores: una visión a la Resolución de N° 243-2018/SPC. Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13920/NAJAR_RAMAL_LAS_CLAUSULAS_ABUSIVAS_EN_LA_CONTRATACION_MASIVA_Y_LA_PROTECCION_Y_DEFENSA_DE_LOS_CONSUMIDORES.pdf
- Núñez Grijalva, J.V., Núñez Viera, M.D., Pérez, O. y Geraci, M. 2021. Derechos del consumidor afectados por el acto de competencia desleal de acoso e influencia indebida, ejecutado a través de telemarketing y mailing digital: el caso de Ecuador. Revista La Propiedad Inmaterial. 31 (jun. 2021), 35–64. DOI:<https://doi.org/10.18601/16571959.n31.02>.
- Núñez V. y Ccorimanya M. (2022) LA LIMITACIÓN DE LA LIBERTAD CONTRACTUAL EN LOS CONTRATOS POR ADHESIÓN CELEBRADOS POR LAS ENTIDADES FINANCIERAS DEL CUSCO. Recuperado de

http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6536/253T20220127_TC.pdf?sequence=1

Resolución De Consejo Universitario N° 0470-2022/UCV. Recuperado de file:///C:/Users/pc062/Downloads/65052_6000137350_05-102023_162940_pm_15.-_RCUN%C2%B0470-2022-UCV-Aprueba-actualizacion-del-Codigo-de-Etica-en-Investigacion-V01%20ULTIMO%20PARA%20CITAR.pdf

Reveco E, Reveco R. (2021) Sobre los términos y condiciones en la contratación electrónica a partir del desequilibrio en los derechos y obligaciones de las partes. *Revista Chilena* 2021, n.37, pp.357-376. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-80722021000200357>

Rodríguez-Prieto, R., & Martínez-Cabezudo, F. (2018). Herencia digital, términos y condiciones de uso y problemas derivados de la praxis social. Un análisis desde la filosofía del derecho. *Revista Internacional de Pensamiento Político = International Journal of Political Thought*, 12, 77–104. <https://doi.org/10.46661/revintpensampolit.3225>

Romero, M. C. V. (2019). Cláusulas abusivas en contratos de leasing habitacional en Colombia: ¿un mal necesario?/ABUSIVE CLAUSES IN HOUSING LEASE CONTRACTS IN COLOMBIA: A NECESSARY EVIL? *Revista Contexto*, (51), 55–.

Ruiz Martín, A. M. (2019). “Cláusulas de permanencia”, prácticas comerciales desleales, y estrategias competitivas a la luz de ciertos contratos con operadoras móviles en España: Una visión holística del asunto. *Anales de Derecho*, 37(1). <https://doi.org/10.6018/analesderecho.362451>

Silva I. y Soares J. (2020). CRITÉRIOS E ESTRATÉGIAS DE QUALIDADE E RIGOR NA PESQUISA QUALITATIVA. *Ciencia y enfermería*, 26, 28. Epub 23 de diciembre de 2020. <https://dx.doi.org/10.29393/ce26-22ceis20022>

Tambussi, C. (2019) Prácticas abusivas de los proveedores y el deber de trato equitativo y digno al consumidor. LEX - REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS, [S.l.], v. 16, n. 21, p. 147-172,. Disponible en: <<http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/1545>>.

Tirado Barrera, J. A. (2021). Protección del consumidor. Fondo editorial PUCP

Villota, M. (2018). Comentarios a la Ley del Contrato de Seguro y a los temas vinculados a la protección al consumidor. Revista de la competencia y la propiedad intelectual. Volumen: 15. (pp. 21 - 75).

Vives, T. y Hamui, L. (2021). *La codificación y categorización en la teoría fundamentada, un método para el análisis de los datos cualitativos. Metodología de investigación en educación médica*, Volumen(10), 97-104. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/3497/349770251011/html/#B2>

ANEXOS

Anexo 1

Tabla de categorización

Titulo	Problema de Investigación	Preguntas de la investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Categorías	Subcategorías
		¿Existe falta de regulación normativa frente a las cláusulas abusivas que afectan el derecho del consumidor al comprar un paquete turístico?		Determinar si existe falta de regulación normativa frente a cláusulas abusivas que afectan el derecho del consumidor al comprar un paquete turístico		Cláusulas abusivas (Romero 2019)
Los Términos y Condiciones como Práctica Comercial Abusiva en las Ventas de Paquetes Turísticos contra los Derechos Del Consumidor.	¿Son realmente los términos y condiciones una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor?	¿Se cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebran las empresas que venden paquetes turísticos?	Establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor	Demostrar si cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebran las empresas que venden paquetes turísticos	Términos y condiciones como Práctica comercial abusiva (Arana 2018)	Contratos por adhesión (Lídice y Lídice 2018)
		¿Se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico?		Analizar si se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico		Libertad Contractual (Kessler 2018)

Anexo 2

Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Los términos y condiciones como práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.

Entrevistado:

Cargo/profesión/grado académico:

Institución:

- I. FINALIDAD DE LA ENTREVISTA: La presente guía de entrevista tiene por objetivo obtener alguna opinión o conocimiento relacionado al tema de las prácticas comerciales abusivas que afectan el derecho del consumidor.
 - II. INDICACIONES: Leer atentamente cada pregunta de esta entrevista para que pueda responder desde su experiencia y conocimiento.
-

OBJETIVO GENERAL

Establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor.

Preguntas:

1. En su basta experiencia ¿Ha logrado identificar en alguna ocasión alguna practica comercial abusiva contenida en los contratos de venta de paquetes turísticos?
2. ¿Considera usted que los términos y condiciones en los contratos de adhesión de ventas de paquetes turísticos transgreden los derechos de los consumidores?

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Determinar si existe falta de regulación normativa frente a cláusulas abusivas que afectan el derecho del consumidor al comprar un paquete turístico

Preguntas:

3. ¿Opina usted que en la legislación peruana existe carencia normativa al momento de regular las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión?
4. De darse el caso ¿Cuál sería su propuesta en virtud de solucionar la falta de normativa frente a las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión?

OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Demostrar si cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebran las empresas que venden paquetes turísticos

5. ¿Cree usted que la regulación nacional se cumple al momento de hablar de contratos celebrados por las empresas que venden paquetes turísticos con los consumidores?
6. ¿Considera que existe algún vacío o ambigüedad en la norma del cual estas empresas, en aras de velar por sus intereses, puedan cogerse para que perjudicar al consumidor?

OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Analizar si se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico

7. ¿Considera como una verdad que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva dentro de los contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?

8. ¿Se podría afirmar que la libertad contractual del consumidor se ve condicionada bajo estos términos y condiciones que se encuentran en contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?

Anexo 3

Evaluación por juicio de expertos (1)

Evaluación por juicio de expertos Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Guía de entrevista**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del Juez

Datos del Juez	Sandro Ruiz Pareja	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (x)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	DERECHO CONCURSAL, SOCIETARIO	
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la prueba:	Guía de entrevista
Autoras:	Cervantes Guerra Maria Alejandra.

	Hinostroza Mejia Ruth Karina
Procedencia:	Tabla de categorización
Administración:	Participantes
Tiempo de aplicación:	40 minutos
Ámbito de aplicación:	Diferentes escenarios
Significación:	El objetivo de la entrevista es recabar los puntos de vista de expertos en la materia que tiene relación con el tema en cuestión.

4. Soporte teórico

Escala/ ÁREA	Subescala (categorías)	Definición
Derecho civil	Categoría 1: Términos y condiciones como práctica comercial abusiva	Las prácticas comerciales abusivas como aquel método abusivo en la cual una de las partes de la relación contractual de consumo que se quiere celebrar se aprovecha de la situación de asimetría informativa sobre el producto o servicio que se desea adquirir
Derecho civil	Sub categoría 1: Cláusulas abusivas	Cláusulas abusivas, se definen como aquellas preceptos contractuales, que generalmente son redactados por la parte con mayor poder dentro de la relación contractual, que cambian el tenor igualitario que debería primar en el negocio jurídico, por lo que la parte débil se ve obligada aceptar sin oposición ni opinión
Derecho civil	Sub categoría 2: Contratos por adhesión	Contrato de adhesión, radica en la práctica de redactar un contrato en el cual se establecen cláusulas consignadas solo por una de las partes, no quedando a la otra parte sino aceptarlas en su totalidad

Derecho civil	Sub categoría 3: Libertad Contractual	La libertad contractual es aquel derecho que tiene toda persona de poder elegir los términos y condiciones que más se adecuen a sus beneficios personales, permitiendo a las partes negociar cada cláusula del contenido del contrato
---------------	--	---

5. Presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento la Guía de entrevista elaborado por Cervantes Guerra María Alejandra e Hinostrza Mejia Ruth Karina en el año 2023-I. De acuerdo con las siguientes categorías y subcategorías califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticas y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel (x)	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel (x)	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel (x)

Categoría del instrumento: Guía de entrevista

- Primera categoría: Términos y condiciones como Práctica comercial abusiva
- Objetivos de la categoría: Establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Términos y condiciones como Práctica comercial abusiva	En su experiencia ¿Ha logrado identificar en alguna ocasión alguna práctica comercial abusiva contenida en los contratos de venta de	4	4	4	

	paquetes turísticos?				
	¿Considera usted que los términos y condiciones en los contratos de adhesión de ventas de paquetes turísticos transgreden los derechos de los consumidores?	4	4	4	

- Primera Sub categoría: Cláusulas abusivas
- Objetivos de la categoría: Determinar si existe falta de regulación normativa frente a cláusulas abusivas que afectan el derecho del consumidor al comprar un paquete turístico

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cláusulas abusivas	¿Opina usted que en la legislación peruana existe carencia normativa al momento de regular las cláusulas abusivas contenidas en los contratos	4	4	4	

	de adhesión ?				
	De darse el caso ¿Cuál sería su propuesta en virtud de solucionar la falta de normativa frente a las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión ?	4	4	4	

- Segunda Sub categoría: Contratos por adhesión
- Objetivos de la categoría: Demostrar si cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebran las empresas que venden paquetes turísticos

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Contratos por adhesión	¿Cree usted que la regulación nacional se cumple al momento de hablar de contratos celebrados por las empresas que venden paquetes turísticos con	4	4	4	

	los consumidores?				
	¿Considera que existe algún vacío o ambigüedad en la norma del cual estas empresas, en aras de velar por sus intereses, puedan cogerse para que perjudicar al consumidor?	4	4	4	

- Tercera Sub categoría: Libertad Contractual
- Objetivos de la categoría: Analizar si se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Libertad Contractual	¿Considera como una verdad que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva dentro de los contratos de adhesión en la venta de	4	4	4	

	paquetes turísticos?				
	¿Se podría afirmar que la libertad contractual del consumidor se ve condicionada bajo estos términos y condiciones que se encuentran en contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?	4	4	4	



SANDRO RUIZ PAREJA.
ABOGADO
CAL. 43377

Evaluación por juicio de expertos (2)

Evaluación por juicio de expertos Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Guía de entrevista**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

6. Datos generales del Juez

Datos del Juez	Darling de la Cruz Seminario
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (x) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	DERECHO CONCURSAL, SOCIETARIO Y CONSUMIDOR
Institución donde labora:	Estudio Jurídico Ley & Justicia
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

7. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

8. Datos de la escala

Nombre de la prueba:	Guía de entrevista
Autoras:	Cervantes Guerra Maria Alejandra. Hinostroza Mejia Ruth Karina
Procedencia:	Tabla de categorización
Administración:	Participantes
Tiempo de aplicación:	40 minutos
Ámbito de aplicación:	Diferentes escenarios

Significación:	El objetivo de la entrevista es recabar los puntos de vista de expertos en la materia que tiene relación con el tema en cuestión.

9. Soporte teórico

Escala/ ÁREA	Subescala (categorías)	Definición
Derecho civil	Categoría 1: Términos y condiciones como práctica comercial abusiva	Las prácticas comerciales abusivas como aquel método abusivo en la cual una de las partes de la relación contractual de consumo que se quiere celebrar se aprovecha de la situación de asimetría informativa sobre el producto o servicio que se desea adquirir
Derecho civil	Sub categoría 1: Cláusulas abusivas	Cláusulas abusivas, se definen como aquellos preceptos contractuales, que generalmente son redactados por la parte con mayor poder dentro de la relación contractual, que cambian el tenor igualitario que debería primar en el negocio jurídico, por lo que la parte débil se ve obligada aceptar sin oposición ni opinión
Derecho civil	Sub categoría 2: Contratos por adhesión	Contrato de adhesión, radica en la práctica de redactar un contrato en el cual se establecen cláusulas consignadas solo por una de las partes, no quedando a la otra parte sino aceptarlas en su totalidad
Derecho civil	Sub categoría 3: Libertad Contractual	La libertad contractual es aquel derecho que tiene toda persona de poder elegir los términos y condiciones que más se adecuen a sus beneficios personales, permitiendo a las partes negociar cada

		cláusula del contenido del contrato
--	--	-------------------------------------

10. Presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento la Guía de entrevista elaborado por Cervantes Guerra María Alejandra e Hinojosa Mejía Ruth Karina en el año 2023-I. De acuerdo con las siguientes categorías y subcategorías califique cada uno de los ítems según corresponda

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticas y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel (x)	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel (x)	El ítem es muy relevante y debe ser

		incluido.
--	--	-----------

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel (x)

Categoría del instrumento: Guía de entrevista

- Primera categoría: Términos y condiciones como práctica comercial abusiva
- Objetivos de la categoría: Establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Términos y condiciones como Práctica comercial abusiva	En su basta experiencia ¿Ha logrado identificar en alguna ocasión alguna practica comercial abusiva contenida en los contratos de venta de paquetes turísticos?	4	4	4	
	¿Considera usted que los términos y	4	4	4	

	condiciones en los contratos de adhesión de ventas de paquetes turísticos transgreden los derechos de los consumidores?				
--	---	--	--	--	--

- Primera Sub categoría: Cláusulas abusivas
- Objetivos de la categoría: Determinar si existe falta de regulación normativa frente a cláusulas abusivas que afectan el derecho del consumidor al comprar un paquete turístico

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cláusulas abusivas	¿Opina usted que en la legislación peruana existe carencia normativa al momento de regular las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión?	4	4	4	
	De darse el caso ¿Cuál sería su	4	4	4	

	propuesta en virtud de solucionar la falta de normativa frente a las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión?				
--	--	--	--	--	--

- Segunda Sub categoría: Contratos por adhesión
- Objetivos de la categoría: Demostrar si cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebran las empresas que venden paquetes turísticos


Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Contratos por adhesión	¿Cree usted que la regulación nacional se cumple al momento de hablar de contratos celebrados por las empresas que venden paquetes turísticos con los consumidores?	4	4	4	
	¿Considera que existe algún vacío o	4	4	4	

	ambigüedad en la norma del cual estas empresas, en aras de velar por sus intereses, puedan cogerse para que perjudicar al consumidor?				
--	---	--	--	--	--

- Tercera Sub categoría: Libertad Contractual
- Objetivos de la categoría: Analizar si se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Libertad Contractual	¿Considera como una verdad que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva dentro de los contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?	4	4	4	
	¿Se podría afirmar que la libertad contractual del consumidor	4	4	4	

	se ve condicionada bajo estos términos y condiciones que se encuentran en contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?				
--	---	--	--	--	--


.....
Dr. Roberto Luis Quiroga
ABO. 13
C.A.C. 7192

Evaluación por juicio de expertos (3)

Evaluación por juicio de expertos Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Guía de entrevista**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

11. Datos generales del Juez

Datos del Juez	Jesús Medina Calderón
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	DERECHO CIVIL - CORPORATIVO
Institución donde labora:	Be
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

12. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

13. Datos de la escala

Nombre de la prueba:	Guía de entrevista
Autoras:	Cervantes Guerra Maria Alejandra. Hinostroza Mejia Ruth Karina
Procedencia:	Tabla de categorización
Administración:	Participantes
Tiempo de aplicación:	40 minutos
Ámbito de aplicación:	Diferentes escenarios

Significación:	El objetivo de la entrevista es recabar los puntos de vista de expertos en la materia que tiene relación con el tema en cuestión.

14. Soporte teórico

Escala/ ÁREA	Subescala (categorías)	Definición
Derecho civil	Categoría 1: Términos y condiciones como práctica comercial abusiva	Las prácticas comerciales abusivas como aquel método abusivo en la cual una de las partes de la relación contractual de consumo que se quiere celebrar se aprovecha de la situación de asimetría informativa sobre el producto o servicio que se desea adquirir
Derecho civil	Sub categoría 1: Cláusulas abusivas	Cláusulas abusivas, se definen como aquellos preceptos contractuales, que generalmente son redactados por la parte con mayor poder dentro de la relación contractual, que cambian el tenor igualitario que debería primar en el negocio jurídico, por lo que la parte débil se ve obligada aceptar sin oposición ni opinión
Derecho civil	Sub categoría 2: Contratos por adhesión	Contrato de adhesión, radica en la práctica de redactar un contrato en el cual se establecen cláusulas consignadas solo por una de las partes, no quedando a la otra parte sino aceptarlas en su totalidad
Derecho de civil	Sub categoría 3: Libertad Contractual	La libertad contractual es aquel derecho que tiene toda persona de poder elegir los términos y condiciones que más se adecuen a sus beneficios personales, permitiendo a las partes negociar cada

		cláusula del contenido del contrato
--	--	-------------------------------------

15. Presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento la Guía de entrevista elaborado por Cervantes Guerra María Alejandra e Hinojosa Mejía Ruth Karina en el año 2023- II. De acuerdo con las siguientes categorías y subcategorías califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticas y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel (x)	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel (x)	El ítem es muy relevante y debe ser

		incluido.
--	--	-----------

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel (x)

Categoría del instrumento: Guía de entrevista

- Primera categoría: Términos y condiciones como práctica comercial abusiva
- Objetivos de la categoría: Establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Términos y condiciones como Práctica comercial abusiva	En su vasta experiencia ¿Ha logrado identificar en alguna ocasión alguna practica comercial abusiva contenida en los contratos de venta de paquetes turísticos?	4	4	4	
	¿Considera usted que los términos y	4	4	4	

	condiciones en los contratos de adhesión de ventas de paquetes turísticos transgreden los derechos de los consumidores?				
--	---	--	--	--	--

- Primera Sub categoría: Cláusulas abusivas
- Objetivos de la categoría: Determinar si existe falta de regulación normativa frente a cláusulas abusivas que afectan el derecho del consumidor al comprar un paquete turístico

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cláusulas abusivas	¿Opina usted que en la legislación peruana existe carencia normativa al momento de regular las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión?	4	4	4	
	De darse el caso ¿Cuál sería su propuesta	4	4	4	

	en virtud de solucionar la falta de normativa frente a las cláusulas abusivas contenidas en los contratos de adhesión?				
--	--	--	--	--	--

- Segunda Sub categoría: Contratos por adhesión
- Objetivos de la categoría: Demostrar si cumple la regulación jurídica nacional en los contratos de adhesión que celebran las empresas que venden paquetes turísticos

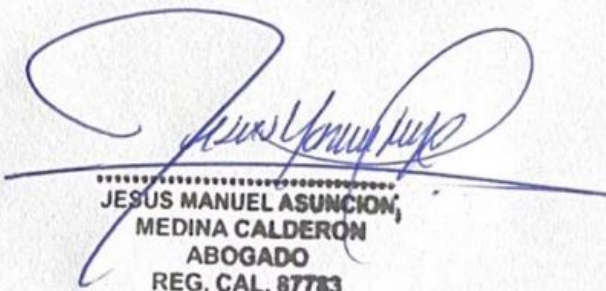
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Contratos por adhesión	¿Cree usted que la regulación nacional se cumple al momento de hablar de contratos celebrados por las empresas que venden paquetes turísticos con los consumidores?	4	4	4	
	¿Considera que existe algún vacío o ambigüedad en la norma	4	4	4	

	del cual estas empresas, en aras de velar por sus intereses, puedan cogerse para que perjudicar al consumidor?				
--	--	--	--	--	--

- Tercera Sub categoría: Libertad Contractual
- Objetivos de la categoría: Analizar si se afecta la libertad contractual de los consumidores al aceptar los términos y condiciones ya estipulados en la compra de un paquete turístico.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Libertad Contractual	¿Considera como una verdad que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva dentro de los contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?	4	4	4	
	¿Se podría afirmar que la libertad contractual del consumidor	4	4	4	

	se ve condicionada bajo estos términos y condiciones que se encuentran en contratos de adhesión en la venta de paquetes turísticos?				
--	---	--	--	--	--



JESUS MANUEL ASUNCION,
MEDINA CALDERÓN
ABOGADO
REG. CAL. 87783

Anexo 3

Consentimiento Informado (1)

Título de la investigación: Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.

Investigador (a) (es): Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostroza Mejia Ruth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.” cuyo objetivo es establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional Derecho, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

El impacto del problema de la investigación radica en la importancia del ejercicio de la libertad de contratación, como derecho de cada consumidor, es un punto de partida del cual se necesita realizar un estudio riguroso, ya que, al ser un derecho por el cual velar, es poco visto en trabajos de investigación realizados acerca de este tema actualmente. Además, contribuye al conocimiento respecto a las prácticas comerciales abusivas que muchas empresas utilizan al ofrecer paquetes turísticos, resguardándose en los términos y condiciones para perjudicar al consumidor; es por ello que mediante este análisis se contribuirá a próximas investigaciones a comentar y desarrollar otras problemáticas que se pueda suscitar de acuerdo a la vulneración de los derechos de los consumidores.

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: “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor”
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 40 minutos y se realizará mediante de forma presencial. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

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 alcanzará 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 y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a)(es) Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostriza Mejia Ruth Karina, email: macg0996@gmail.com / rhinozame5@hotmail.com y Docente asesor Mtra. Palomino Gonzales Lutgarda, email: lupalominog@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

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

Nombre y apellidos:

..... Michel Elias Matos Torres

Fecha y hora:

..... 26 / 10 / 23 Hora: 4:00 pm



Michel Elias Matos Torres
ABOGADO
CAL. 76120

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.

Consentimiento Informado (2)

Título de la investigación: Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.

Investigador (a) (es): Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostroza Mejia Ruth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.” cuyo objetivo es establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional Derecho, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

El impacto del problema de la investigación radica en la importancia del ejercicio de la libertad de contratación, como derecho de cada consumidor, es un punto de partida del cual se necesita realizar un estudio riguroso, ya que, al ser un derecho por el cual velar, es poco visto en trabajos de investigación realizados acerca de este tema actualmente. Además, contribuye al conocimiento respecto a las prácticas comerciales abusivas que muchas empresas utilizan al ofrecer paquetes turísticos, resguardándose en los términos y condiciones para perjudicar al consumidor; es por ello que mediante este análisis se contribuirá a próximas investigaciones a comentar y desarrollar otras problemáticas que se pueda suscitar de acuerdo a la vulneración de los derechos de los consumidores.

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: “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor”
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 40 minutos y se realizará mediante de forma presencial. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

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 alcanzará 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 y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a)(es) Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostriza Mejia Ruth Karina, email: macg0996@gmail.com / rhinostrozame5@hotmail.com y Docente asesor Mtra. Palomino Gonzales Lutgarda, email: lupalominog@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

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

Nombre y apellidos:

.....Sergio Josimar Linares Carhuachun.....

Fecha y hora:

.....26/10/23 12:00 pm.....



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.

Consentimiento Informado (3)

Título de la investigación: Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.

Investigador (a) (es): Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostroza Mejia Ruth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.” cuyo objetivo es establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional Derecho, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

El impacto del problema de la investigación radica en la importancia del ejercicio de la libertad de contratación, como derecho de cada consumidor, es un punto de partida del cual se necesita realizar un estudio riguroso, ya que, al ser un derecho por el cual velar, es poco visto en trabajos de investigación realizados acerca de este tema actualmente. Además, contribuye al conocimiento respecto a las prácticas comerciales abusivas que muchas empresas utilizan al ofrecer paquetes turísticos, resguardándose en los términos y condiciones para perjudicar al consumidor; es por ello que mediante este análisis se contribuirá a próximas investigaciones a comentar y desarrollar otras problemáticas que se pueda suscitar de acuerdo a la vulneración de los derechos de los consumidores.

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: “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor”
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 40 minutos y se realizará mediante de forma presencial. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

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 alcanzará 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 y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a)(es) Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostrza Mejia Ruth Karina, email: macg0996@gmail.com / rhinozame5@hotmail.com y Docente asesor Mtra. Palomino Gonzales Lutgarda, email: lupalominog@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

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

Nombre y apellidos:

..... *Ancos Rodriguez Aguirre*

Fecha y hora:

..... *26/10/23* *6:00pm*



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 unformulario Google.

Consentimiento Informado (4)

Título de la investigación: Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.

Investigador (a) (es): Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostroza Mejia Ruth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.” cuyo objetivo es establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional Derecho, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

El impacto del problema de la investigación radica en la importancia del ejercicio de la libertad de contratación, como derecho de cada consumidor, es un punto de partida del cual se necesita realizar un estudio riguroso, ya que, al ser un derecho por el cual velar, es poco visto en trabajos de investigación realizados acerca de este tema actualmente. Además, contribuye al conocimiento respecto a las prácticas comerciales abusivas que muchas empresas utilizan al ofrecer paquetes turísticos, resguardándose en los términos y condiciones para perjudicar al consumidor; es por ello que mediante este análisis se contribuirá a próximas investigaciones a comentar y desarrollar otras problemáticas que se pueda suscitar de acuerdo a la vulneración de los derechos de los consumidores.

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: “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor”
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 40 minutos y se realizará mediante de forma presencial. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

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 alcanzará 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 y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a)(es) Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostrza Mejia Ruth Karina, email: macg0996@gmail.com / rhinostrzame5@hotmail.com y Docente asesor Mtra. Palomino Gonzales Lutgarda, email: lupalominoq@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

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

Nombre y apellidos:

MAURICIO ENRIQUE CERVANTES ARRIOLA

Fecha y hora:

02 DE OCTUBRE 2023



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.

Consentimiento Informado (5)

Título de la investigación: Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.

Investigador (a) (es): Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostroza Mejia Ruth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.” cuyo objetivo es establecer que los términos y condiciones son una práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos en contra de los derechos del consumidor. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional Derecho, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

El impacto del problema de la investigación radica en la importancia del ejercicio de la libertad de contratación, como derecho de cada consumidor, es un punto de partida del cual se necesita realizar un estudio riguroso, ya que, al ser un derecho por el cual velar, es poco visto en trabajos de investigación realizados acerca de este tema actualmente. Además, contribuye al conocimiento respecto a las prácticas comerciales abusivas que muchas empresas utilizan al ofrecer paquetes turísticos, resguardándose en los términos y condiciones para perjudicar al consumidor; es por ello que mediante este análisis se contribuirá a próximas investigaciones a comentar y desarrollar otras problemáticas que se pueda suscitar de acuerdo a la vulneración de los derechos de los consumidores.

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: “Los términos y condiciones como práctica commercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor”
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 40 minutos y se realizará mediante de forma presencial. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

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 alcanzará 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 y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a)(es) Cervantes Guerra Maria Alejandra e Hinostroza Mejia Ruth Karina, email: macg0996@gmail.com / rhinostrozame5@hotmail.com y Docente asesor Mtra. Palomino Gonzales Lutgarda, email: lupalominog@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

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

Nombre y apellidos:

..... MARIA AMPARO CERVANTES ARRIOLA

Fecha y hora:

..... 05 de octubre 7 pm de 2023



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 se cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Anexo 4

Resultado del reporte de similitud del Turnitin

TURNITIN REVISAR.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %

INDICE DE SIMILITUD

6 %

FUENTES DE INTERNET

0 %

PUBLICACIONES

1 %

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

revistas.um.es

Fuente de Internet

1 %

2

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

3

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

4

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

5

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1 %

6

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

7

www.senado-ba.gov.ar

Fuente de Internet

<1 %

8

renati.sunedu.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

9

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PALOMINO GONZALES LUTGARDA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Los términos y condiciones como práctica comercial abusiva en las ventas de paquetes turísticos contra los derechos del consumidor.", cuyos autores son HINOSTROZA MEJIA RUTH KARINA, CERVANTES GUERRA MARIA ALEJANDRA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 7%, 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, 21 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PALOMINO GONZALES LUTGARDA DNI: 22422843 ORCID: 0000-0002-5948-341X	Firmado electrónicamente por: LUPALOMINOG el 04-12-2023 22:12:24

Código documento Trilce: TRI - 0658056