



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

Publicidad engañosa y la afectación del consumidor en los servicios de
telecomunicaciones en la ciudad de Piura

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Abogado

AUTOR:
Br. Antón Flórez, Fabio Mario (ORCID: 0000-0001-6781-67829)

ASESORES:
Dr. Fernández Vásquez, José (ORCID: 0000-0002-3648-7602)
Dr. Jurado Fernández, Cristian Augusto (ORCID: 0000-0001-9464-8999)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Derecho Consumidor

PIURA –PERÚ
2019

Dedicatoria

Esta investigación va dedicada a Dios por guiarme y permitirme terminar esta augusta profesión, sobre todo en el camino correcto, asimismo le dedico todo mi esfuerzo y dedicación depositados en esta investigación a mis Padres, puesto que sin ellos nada de esto hubiera sido posible.

Fabio Mario Antón Flórez

Agradecimiento


Mi eterna gratitud a mis Padres quienes siempre me han impulsado a luchar por mis metas y nunca rendirme ante las dificultades.

A mis Asesores y Profesores por el apoyo brindado durante toda mi formación profesional y por resolver cada duda que tuve.

A mis amigos por ser un apoyo en la recolección de datos e información.

Fabio Mario Antón Flórez.

Página del jurado


	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentado por don **ANTÓN FLÓREZ FABIO MARIO**, cuyo título es: **"PUBLICIDAD ENGAÑOSA Y LA AFECTACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN LA CIUDAD DE PIURA"**.



Reunido en fecha, escucho la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **APROBADO POR UNANIMIDAD**

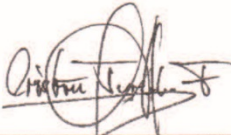
Piura, 19 de Diciembre del 2019



Mg. Omar Gabriel Velasco Palacios
PRESIDENTE



Abg. Jesús Martín Mejía Fernández
SECRETARIO



Dr. Cristian Augusto Jurado Fernández
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Declaratoria de autenticidad

DECLARACIÓN JURADA

Por la presente, Yo, **FABIO MARIO ANTÓN FLÓREZ**, identificado con DNI N°43369230, domiciliado en el Jr. Ayacucho N° 1377 de Piura, en pleno uso de mis facultades físicas y mentales, **DECLARO BAJO JURAMENTO:**

- 1.- Que con el fin de dar autenticidad del Trabajo realizado por mi persona y que se adecue al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Derecho, Escuela Profesional de Derecho, Declaro que la documentación que acompaño resulta veraz y auténtica, siendo los datos e información de la Tesis en mención, corresponden a la realidad.
- 2.- Que en tal sentido, asumo cualquier responsabilidad posterior por incumplimiento a las normas arriba citadas derivadas de la falsedad de la información aportada.

Piura, 2019



FABIO MARIO ANTÓN FLÓREZ

DNI N°43369230

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	17
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
2.2. Operacionalización de las Variables.....	17
2.3. Población, muestra y muestreo.....	18
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, Validez y confiabilidad.....	19
2.5. Métodos de análisis de datos.....	20
2.6. Aspectos éticos.....	20
III. RESULTADOS.....	21
IV. DISCUSIÓN.....	34
V. CONCLUSIONES.....	39
VI. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS.....	45
Matriz de consistencia lógica.....	46
Matriz de consistencia metodológica.....	47
Validación de instrumentos.....	48
Instrumentos de recolección de datos.....	57
Acta de Aprobación de Originalidad.....	61
Captura de pantalla del reporte turnitin	62

Autorización de publicación de tesis.....	63
Autorización de la versión final del trabajo de investigación.....	64

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	18
Tabla 2. Muestra.....	19
Tabla 3. ¿La publicidad engañosa es una materia que solamente debe ser sancionada vía administrativa o judicial?.....	21
Tabla 4. ¿Es escasa la normatividad respecto a la publicación engañosa y a la afectación al consumidor?.....	23
Tabla 5. ¿Sería adecuado realizar modificaciones a la normativa que regula OSIPTEL o INDECOPI para que así evitar que se genere publicidad engañosa y se vean afectados varios usuarios?.....	24
Tabla 6. ¿En los últimos años, las empresas de telefonía han venido realizando abusos al momento de celebrar sus contratos?.....	25
Tabla 7. ¿Los reclamos que se presentan son de debido a que el servicio que brindan las compañías telefónicas no es acorde a lo que publicitan?.....	26
Tabla 8. Si su respuesta es “SI”, ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto del servicio que le brinda la empresa de telecomunicaciones en un puntaje del 1 al 5, siendo 1 muy malo y 5 excelente?.....	27
Tabla 9. ¿La empresa de telecomunicaciones le brinda información de calidad sobre el producto o servicio ofertado?.....	28
Tabla 10. ¿Del 1 al 5, siendo 1 nunca y 5 siempre, cree que las empresas de telefonía móviles cumplen con la publicidad que ofrecen?.....	29
Tabla 11. ¿La publicidad que obtuvo sobre el producto o servicio telefónico llego a cubrir sus expectativas en cuanto a la información que se le brindo? ¿Por qué?.....	30
Tabla 12. ¿Considera que fue adecuado el precio que Ud. Pagó por el producto o servicio telefónico que recibió? ¿Por qué?.....	31
Tabla 13. ¿Alguna vez usted ha tenido una experiencia en la cual las empresas hayan utilizado la publicidad engañosa en las compañías móviles?, si su respuesta es sí describa brevemente como fue.....	33
Tabla 14. Matriz de consistencia lógica.....	46
Tabla 15. Matriz de consistencia metodológica.....	47

Índice de figuras

Figura 1. ¿La publicidad engañosa es una materia que solamente debe ser sancionada vía administrativa o judicial?.....	22
Figura 2. ¿Es escasa la normatividad respecto a la publicidad engañosa y a la afectación al consumidor?.....	23
Figura 3. ¿Sería adecuado realizar modificaciones a la normativa que regula OSIPTEL o INDECOPI para así evitar que se genere publicidad engañosa y se vean afectados varios usuarios?.....	24
Figura 4. ¿En los últimos años, las empresas de telefonía han venido realizando abusos al momento de celebrar sus contratos?.....	25
Figura 5. ¿Los reclamos que se presentan son debido a que el servicio que brinda las compañías telefónicas no son acorde a lo que publicitan?.....	26
Figura 6. Si su respuesta es “SI”, ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto del servicio que le brindó la empresa de telecomunicaciones en un puntaje del 1 al 55, siendo 1 muy malo y 5 excelente?.....	27
Figura 7. ¿La empresa de telecomunicación le brindó información de calidad sobre el producto o servicio ofertado?.....	29
Figura 8. ¿Del 1 al 5, siendo 1 nunca y 5 siempre, cree que las empresas de telefonía móviles cumplen con la publicidad que ofrecen?.....	30
Figura 9. ¿La publicidad que obtuvo sobre el producto o servicio telefónico llegó a cubrir sus expectativas en cuanto a la información que le brindó? ¿Por qué?.....	31
Figura 10. ¿Considera que fue adecuado el precio que Ud. pagó por el producto o servicio telefónico que recibió? ¿Por qué?.....	32

RESUMEN

El trabajo de investigación a desarrollar se titula Publicidad Engañosa Y La Afectación Del Consumidor En Los Servicios De Telecomunicaciones En La Ciudad De Piura; es de tipo descriptivo, su diseño es de investigación no experimental. El Problema viene a ser ¿La publicidad engañosa afecta de forma económica a los consumidores de servicios de telecomunicaciones en la ciudad de Piura? La Hipótesis. La publicidad engañosa afecta económicamente a los consumidores generando desconfianza e idoneidad por lo cual las necesidades de los consumidores no son satisfechas. Los Objetivos son: General, Determinar los parámetros de afectación económica de la publicidad engañosa en los consumidores de los servicios de telecomunicaciones en la ciudad del Piura, y Específicos: Analizar doctrinaria y jurisprudencialmente la publicidad engañosa tanto a nivel internacional como nacional, Investigar si las entidades encargadas de resguardar los derechos de los consumidores vienen realizando seguimiento a cada una de las empresas de telecomunicaciones y Describir los derechos que se ven afectados en el consumidor de servicios de telecomunicaciones a raíz del uso de publicidad engañosa en la ciudad de Piura. El método utilizado es el hermenéutico

Palabras claves: Derecho del Consumidor, Publicidad engañosa, Consumidor, Empresas de telefonía móvil, Osiptel e Indecopi.

ABSTRACT

The research work to be developed is entitled Deceptive Advertising and Consumer Affectation in Telecommunications Services in the City of Piura; It is descriptive, its design is non-experimental research. The problem is the publicity involved in the impact of the economic way to consumers of telecommunications services in the city of Piura? The Hypothesis Advertising involves an economic relationship with consumers generating distrust and suitability so that the needs of consumers are not met. The Objectives are: General, Determine the parameters of economic impact of deceptive advertising on consumers of telecommunications services in the city of Piura. and, Specific: Analyze doctrinally and jurisprudentially the publicity involved at an international level as national, Investigate if the entities in charge of protecting the rights of users are monitoring each of the telecommunications companies and Describe the rights that are affected in the consumer of telecommunications services following the use of deceptive advertising in the city of Piura. The method used is the hermeneutic

Keywords: Consumer Law, Misleading Advertising, Consumer, Mobile phone companies, Osiptel and Indecopi.