



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

“La Publicidad Engañosa y el Amparo Jurisdiccional en Lima
Centro, Periodo 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Abogado

AUTOR

Rodas Ruiz, Renato Stanly (Orcid: 0000-0002-8269-9059)

ASESOR

Rodríguez Figueroa, José Jorge (Orcid: 0000-0002-0265-9226)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Derechos Fundamentales, Procesos Constitucionales y Jurisdicción
constitucional y Partidos Políticos

LIMA-PERÚ

2019

DEDICATORIA

A dios padre celestial quien ilumina mí Camino, cada día ante la adversidad, Permitiendo me realizar mis metas y Logrando que mis sueños se hagan realidad.

Mis padres que siempre me brindan su apoyo para salir adelante, sin rendirme, sino luchando por lo que quiero ya que como una vez aprendí: "no hay nada imposible en la vida solo buenos desafíos".

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia que siempre me apoya estando a mi lado, cuando más los necesito brindándome sabios consejos.

Dios todo poderoso que ilumina mi vida, mostrándome mi camino correcto que seguir.

Mis docentes que cada día con sus enseñanzas, me forman para un futuro forjándome como un gran profesional y hombre de bien.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Resumen y Palabras Claves.....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	7
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2 Escenario de estudio.....	17
3.3. Participantes.....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Procedimiento.....	18
3.6. Método de análisis de información.....	18
3.7. Aspectos éticos.....	18
3.8. Método de Muestreo.....	19
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN.....	30
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES.....	37
REFERENCIAS	38
ANEXOS.....	43

RESUMEN

La presente tesis tuvo como objetivo Determinar como la publicidad engañosa de Productos Médicos vulnera derechos fundamentales, en el Distrito de Lima Centro, durante el periodo 2018, mediante el análisis de otros trabajos de investigación, de libros, de revistas y de instrumentos de recolección de datos como la entrevista realizada a 10 expertos en derecho del consumidor y el análisis documental, con la finalidad de obtener información y resultados eficaces y eficientes. Utilizando un enfoque cualitativo, además siendo la presente investigación descriptiva no experimental y de tipo básica, el cual cuenta con la validación de tres expertos. En el presente trabajo de investigación se analizó la ley de Protección y Defensa del Consumidor N° 25971, así como también la Constitución a través de los artículos 2 y 7 referente a la vida y la salud, así como también por último la función que desempeña INDECOPI como ente Administrativo Sancionar frente a la Publicidad Engañosa que afectan los derechos del Consumidor.

Cabe decir que a través del presente trabajo, lo que se quiere lograr es analizar como primer punto si la ley N° 29571 regula efectivamente los derechos del consumidor, como segundo punto evaluar cuáles son los derechos mayor afectados como mejor amparados dentro de la constituciones por publicidad engañosa y por último es determinar donde se genera o quien ocasiona el daño al consumidor por publicidad engañosa para determinar el desempeño e influencia que tiene INDECOPI al momento de sancionar a la empresa o institución infractora.

Palabras clave: Publicidad Engañosa, Derechos del Consumidor, La Constitución Artículo 2 y 7, INDECOPI.

ABSTRACT

The objective of this thesis was to determine how the misleading advertising of Medical Products violates fundamental rights, in the District of Lima Center, during the period 2018, through the analysis of other research work, of books, journals and data collection tools such as interviews with 10 experts in consumer law and documentary analysis, with the aim of obtaining effective and efficient information and results. Using a qualitative approach, the present descriptive research is not experimental and of basic type, which is validated by three experts. In the present research work we analyzed the Consumer Protection and Defense Law N° 25971, as well as the Constitution through.

It can be said that through the present work, what we want to achieve is to analyze as a first point whether the law N° 29571 effectively regulates the rights of the consumer, as a second point to assess which rights are most affected as best protected within constitutions by misleading advertising and finally to determine where the harm to the consumer is generated or caused by misleading advertising for determine the performance and influence of INDECOPI at the time of sanctioning the offending company or institution.

Keywords: Misleading Advertising, Consumer Rights, The Constitution Articles 2 and 7, INDECOPI