

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA  
ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN DERECHO CON MENCIÓN EN DERECHO CIVIL Y  
COMERCIAL



**EI CONSUMIDOR EN LAS CLÁUSULAS GENERALES DE LOS CONTRATOS  
DE CONSUMO EN EL DISTRITO DE TACNA, AÑO 2018.**

**TESIS**

Presentado por:

Bach. Jesús Atahuasi Chaparro

Asesor:

Mag. Edward Percy Vargas Valderrama

Para Obtener el Grado Académico de:

**MAGISTER EN DERECHO CON MENCIÓN EN DERECHO CIVIL Y COMERCIAL**

TACNA – PERÚ

2019

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedico a mi esposa e hijos, por su gran apoyo para lograr mis objetivos en mi superación profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela de Post Grado de la Universidad Privada de Tacna, por la dedicación de haber transmitido los conocimientos para lograr el grado de magíster.

### Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO .....	3
RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	9
INTRODUCCIÓN .....	10
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	12
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	12
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
1.2.1. Delimitación Social .....	13
1.2.2. Delimitación Espacial .....	14
1.2.3. Delimitación Temporal.....	14
1.2.4. Delimitación Conceptual.....	14
1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	15
1.3.1. Problema Principal .....	15
1.3.2. Problemas Secundarios .....	15
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.4.1. Objetivo General.....	16
1.4.2. Objetivos Específicos .....	16
1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN .....	16
1.5.1. Hipótesis General.....	16
1.5.2. Hipótesis Específicas .....	16
1.5.3. Variables .....	17

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.6.1. Tipo y nivel de investigación.....	19
1.6.2. Método y diseño de la investigación.....	19
1.6.3. Población y muestra de la investigación.....	20
1.6.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	21
1.6.5. Justificación, importancia y limitaciones de la investigación.....	22
1.6.6. Ámbito de la aplicación.....	23
1.6.7. Validez y confiabilidad de los instrumentos .....	23
1.6.8. Plan de recolección de datos y procesamiento de datos.....	24
CAPÍTULO II: FUNDAMENTO TEÓRICO CIENTÍFICO .....	25
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	25
2.2. BASES LEGALES.....	26
2.3. BASES TEÓRICAS.....	27
2.3.1. El Contrato de Consumo .....	27
2.3.2. Definición de las Cláusulas Generales de Contratación .....	33
2.3.3. Los Derechos del Consumidor .....	42
2.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	60
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS, E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	63
3.1. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LAS ENCUESTAS .....	63
3.2. PRUEBA ESTADÍSTICA DE HIPÓTESIS.....	89
3.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	93
3.4. CONCLUSIONES .....	94
3.5 SUGERENCIAS.....	95
ANEXOS .....	102
Anexo 01: Matriz de consistencia .....	102
Anexo 02: Instrumentos: cuestionario de preguntas (tesis cuantitativa) .....	106

**Índice de tablas**

Tabla 1 .....	64
Tabla 2 .....	66
Tabla 3 .....	68
Tabla 4 .....	70
Tabla 5 .....	72
Tabla 6 .....	74
Tabla 7 .....	76
Tabla 8 .....	78
Tabla 9 .....	80
Tabla 10 .....	82
Tabla 11 .....	84
Tabla 12 .....	86
Tabla 13 .....	88

**Índice de figuras**

Figura 1 .....	65
Figura 2 .....	67
Figura 3 .....	69
Figura 4 .....	71
Figura 5 .....	73
Figura 6 .....	75
Figura 7 .....	77
Figura 8 .....	79
Figura 9 .....	81
Figura 10 .....	83
Figura 1 1 .....	85
Figura 1 2 .....	87
Figura 1 3 .....	89

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general: Determinar cómo las cláusulas de contratación de los contratos de consumo limitan los derechos del consumidor, causándole perjuicios por no tener información oportuna al acto de celebración contractual.

El método de investigación, es el de análisis histórico, ya que el fenómeno de estudio, tiene su existencia en un determinado tiempo y espacio; el diseño es descriptivo, ya que se partió de una diagnosis socio-jurídica, la cual concluye que el margen de negociación impuesto por el proveedor en los contratos de consumo perjudica los derechos del consumidor, la cual concluye que este no participa en la etapa pre-contractual, quedando sujeto a la arbitrariedad del proveedor.

La unidad de análisis estuvo representada por los magistrados de Poder Judicial, Fiscales del Ministerio Público y Letrados del Colegio de Abogados. Se obtuvo la información a través del instrumento Cuestionario, cuyos resultados se sometieron al tratamiento estadístico, lo que permitió la verificación de nuestra hipótesis de investigación, concluyendo que el estado debe ejercer la tutela jurídica a la parte débil de la relación contractual.

Palabras Clave: PROVEEDOR, CONSUMIDOR, CONTRATO DE CONSUMO, CLAUSULAS DE CONTRATACION, DERECHO DEL CONSUMIDOR.



## **ABSTRACT**

The purpose of this research was to: Determine how contract clauses of consumer contracts limit consumer rights.

The research method is that of historical analysis, since the phenomenon of study has its existence in a certain time and space; the design is descriptive, since it was based on a socio-legal diagnosis, which concludes that the negotiation margin imposed by the supplier in consumer contracts harms the consumer.

The units of analysis were represented by the magistrates of the Judiciary, Prosecutors of the Public Ministry and Lawyers of the Bar Association. The information was obtained through the instrument Questionnaire, whose results were subjected to statistical treatment, which allowed the verification of our research hypothesis.

Keywords: SUPPLIER, CONSUMER, CONSUMER CONTRACT, CONTRACTING CLAUSES.

## INTRODUCCIÓN

La protección al consumidor en el Perú, es un tema en el cual los consumidores han sido afectados por el incumplimiento de sus derechos por parte de los proveedores y también por las entidades que dicen ser defensoras de los consumidores y que cumplen con su función, para lo cual fueron creadas.

La presente investigación tiene el desafío de abordar el tema del Contrato de Consumo, las cláusulas abusivas de las que son víctimas los consumidores y como día a día son afectados por estas y que a pesar de ello las autoridades encargadas de velar por el bienestar del consumidor no se preocupan en defenderlo al no brindar una adecuada información sobre sus derechos, es por esta razón que debemos conocer lo más relevante de la política de consumo, para hacer prevalecer nuestros derechos ante los contratos de consumo, y las cláusulas generales de contratación.

Teniendo en cuenta que la aparición del Derecho del Consumidor, se desarrolla a partir de una perspectiva individualista reparadora, y fundamentalmente preventiva, en función de ciertas características del mercado, la velocidad de sus transformaciones, la aparición diaria de nuevas y más complejas modalidades de negocios y tecnologías, la vulnerabilidad del consumidor, la naturaleza y dimensión de los accidentes de consumo, muchas veces de difícil reparación (cuando no imposible).

En esta perspectiva, el INDECOPI, creó hace algunos años un servicio especial de atención en materia del consumidor llamado OSCAR (Oficina de Servicio de Consultas y Atención de Reclamos), y el Servicio de Atención al Consumidor (SAC), PERO ESO NO BASTA PORQUE NO ES PARTE DE UNA POLITICA

INTEGRAL DEL Estado en esta materia, es solo un esfuerzo individual muy focalizado.

Nuestro trabajo de investigación, se ha desarrollado teniendo en cuenta el siguiente desarrollo capitular: en el Capítulo I, el planteamiento del problema, en el Capítulo II el Marco Teórico, con las correspondientes bases y antecedentes; en el Capítulo III la presentación, análisis e interpretación de resultados, con la prueba estadística de verificación de hipótesis y discusión de resultados, asimismo, se plantean las conclusiones, y las recomendaciones con la propuesta de un proyecto de Ley y los anexos respectivos.

Ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación, como un modesto aporte al Derecho.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA**

En los diversos sectores de la economía en especial el mercado, se realizan las relaciones de consumo, siendo el lugar de intercambio de bienes y servicios, en el cual se vale del contrato, instrumento que presenta la predisposición de cláusulas redactadas anteladamente por el proveedor, quedando la adhesión al mismo por parte del consumidor, todo ello conlleva a la comisión de abusos que se orientan al desequilibrio contractual en favor del proveedor y en perjuicio del consumidor.

En ese sentido, Baltazar Durand, expresa: “estas condiciones socioeconómicas abren para el consumidor un nuevo panorama como beneficiario del sistema, a tal punto que hoy hablamos de protección al consumidor”(Durand. 2007. p.23)

Ante ello, la economía social de mercado, en el cual, los proveedores ofrecen y los consumidores requieren bienes y servicios, se da una modalidad contractual, que se manifiesta por la pre-redacción de las cláusulas del contrato y suprimiendo la negociación previa.

Así tenemos, que en los contratos de consumo, la relación contractual entre consumidor y proveedor se produce una asimetría informativa, ya que esto se pone de manifiesto, en que el empresario posee mayor conocimiento del servicio, por cuanto lo hace de una manera habitual y profesional mientras que al consumidor le queda recurrir a su sano entender y parecer.(Espinoza. 2006. p.49)

Ello, resulta claro en la contratación masiva donde la disyuntiva viene impuesta por la ventaja estratégica que la asimetría informativa le da al estipulante en el mercado, resulta difícil por tanto un ejemplo en el que la adhesión no se dé a cláusulas generales. Por el contrario, el fenómeno de las cláusulas generales resulta teniendo un espectro de cobertura más amplia,

permitiendo que la adhesión se produzca no a la integridad del contenido contractual, sino a algunas condiciones particulares.

A ello podemos agregar un inconveniente práctico más grande referido a los contratos. Como veremos líneas abajo, el principal motivo para regular estas modalidades de contratación están en la posibilidad de contemplar mecanismos de protección heterónoma a fin de tutelar la parte más débil, evitando configuraciones abusivas de la relación jurídica, por lo tanto el consumidor debe tener información oportuna del contrato de consumo.

Al quedar eliminada la etapa de las tratativas precontractuales en la contratación en masa, simultáneamente también se suprime la discusión sobre el contenido de las cláusulas generales de contratación, entre las que pueden esconderse una o más cláusulas abusivas. Por tanto, para que no recaiga sobre estas cláusulas la sanción de ineficacia absoluta o relativa, el predisponente de la cláusula deberá probar que fueron negociadas con el consumidor. De ocurrir ello, no estaríamos ya ante una cláusula abusiva.

Al respecto, lo relevante es que la cláusula haya sido pre redactada y así él sea presentada al consumidor, sin importar si la redacción material pertenezca al empresario a uno de sus dependientes o un tercero.

En definitiva, el análisis del tema, nos ha proporcionado los conocimientos referentes a los derechos del consumidor frente a las situaciones de abuso y desprotección por parte del Estado, lo cual, nos conduce a la propuesta de tratamiento con sustento teórico en relación al tema de la tesis, por lo que el trabajo está orientado a la defensa y protección de los derechos del consumidor.

## **1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. Delimitación Social**

El tema de investigación involucra, como el contrato de consumo, a través de sus cláusulas generales de contratación de las que son víctimas los consumidores que, al no brindar información oportuna sobre sus derechos, lo

que perjudica a los consumidores, los cuales realizan sus operaciones financieras ante los proveedores, siendo perjudicados por no tener acceso al contenido de las cláusulas de contratación transformándose en abusivas

A cargo del Estado encontramos los mecanismos de tutela del consumidor. El control administrativo, donde son las entidades de cada sector estatal las que de manera previa han implementado procedimientos de aprobación de cláusulas contractuales con la finalidad de detectar y expulsar las cláusulas abusivas de los futuros contratos de consumo.

### **1.2.2. Delimitación Espacial**

La presente investigación corresponde al ámbito del distrito de Tacna, en el cual, se encuentra las unidades de análisis del diseño muestra.

### **1.2.3. Delimitación Temporal**

La investigación corresponde al Periodo 2018.

### **1.2.4. Delimitación Conceptual**

**Consumo.** - Acción de utilizar y/o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanta primaria como secundarias

**Consumidor.** - Persona natural o jurídica que consume bienes o servicios que los proveedores ponen en su disposición.

**Cláusulas generales de contratación.** - Son aquellas cláusulas predispuestas, cuya incorporación al contrato, es impuesta por uno de los contratantes, con independencia de quien sea el autor material de las mismas.

**Contrato de consumo.** - Es aquel contrato que se redacta por una de las partes y el aceptante simplemente acepta en su integridad.

**Proveedor.** - Persona natural o jurídica que se dedica a la producción o prestación de bienes o servicios que son demandados por los consumidores.

### **1.3.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Problema Principal**

¿De qué manera las cláusulas generales de contratación de los contratos de consumo generan una situación de desequilibrio contractual limitando con ello los derechos del consumidor, en el Distrito de Tacna, en el año 2018?

#### **1.3.2. Problemas Secundarios**

- a. ¿De qué modo el desconocimiento de las cláusulas referentes al contenido de los contratos de consumo afecta al consumidor ya que no puede hacer prevalecer sus derechos ante el proveedor?
- b. ¿De qué manera la buena fe en las cláusulas generales de contratación de los contratos de consumo constituye trato equitativo entre las partes contractuales?
- c. ¿De qué manera el margen de negociación impuesto por el proveedor a través de los contratos de consumo perjudica al consumidor dentro de la relación contractual?

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar cómo las cláusulas generales de contratación de los contratos de consumo generan situaciones de desequilibrio contractual que limitan los derechos del consumidor.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- a. Establecer el desconocimiento de las cláusulas referentes al contenido de los contratos de consumo que afectan al consumidor.
- b. Explicar cómo la buena fe de las cláusulas generales de contratación constituye trato equitativo entre las partes contractuales.
- c. Determinar que la imposición dentro del margen de negociación de los contratos de consumo perjudica al consumidor.

## **1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. Hipótesis General**

Si el proveedor redacta las cláusulas generales de contratación de los contratos de consumo sin información oportuna entonces generará un desequilibrio contractual lo que afectará a los derechos del consumidor.

### **1.5.2. Hipótesis Específicas**

- a. Si el contrato de consumo no cumple con los requisitos de contenido las cláusulas generales de contratación serán consideradas abusivas entonces deberán ser declaradas inexigibles por la autoridad administrativa.



- b. En el equilibrio de derechos y obligaciones insertas en las cláusulas generales de contratación entonces no habrá un trato equitativo con equilibrio contractual de los intervinientes en los contratos de consumo
- c. Si el proveedor no accede al espacio de información de las cláusulas generales de contratación del contrato de consumo entonces el consumidor se verá perjudicado por un desequilibrio contractual relevante a favor de la parte que la ha impuesto.

### 1.5.3. Variables

#### 1.5.3.1. Operacionalización de variables

##### Variable independiente “X”

Cláusulas Generales de Contratación

##### Variable dependiente “Y”

Derechos del Consumidor

#### 1.5.3.2. Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Categoría
Variable independiente “X” Cláusulas Generales de Contratación.	Cláusulas predispuestas cuya incorporación al contrato es impuesta por una de las partes contratantes.	Estipulaciones contractuales donde el consumidor no tiene espacio de negociación, porque viene impuestas causándole perjuicios.	Información contractual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información contractual</li> <li>• Buena fe</li> <li>• Requisitos de contenido</li> </ul>	Nominal

Variable dependiente "Y" Derechos del Consumidor	Garantías Constitucionales inherentes a los consumidores, los cuales deben ser respetados por los proveedores en la relación contractual de los contratos de consumo.	Garantía constitucional que ampara la decisión contractual del consumidor en su relación de intercambio de servicio con los proveedores.	Tutela jurídica del Estado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libertad contractual</li> <li>• Simetría informativa</li> <li>• Equilibrio de derechos</li> </ul>	Nominal
-----------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------

## **1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1. Tipo y nivel de investigación**

Según Paredes Núñez, la investigación Pura, es el conocimiento de la estructura de los fenómenos que permitan explicar su funcionamiento, ya que tiene como finalidad el mejor conocimiento y comprensión de los fenómenos sociales. (PAREDES. 2008. p.21).

Al respecto, al tipo de investigación es Pura, ya que contribuye a la ampliación del conocimiento científico jurídico, creando nuevas teorías o modificando las existentes, asimismo, investigando la doctrina, casuística y el ordenamiento jurídico.

Riega-Virú, referente al nivel de investigación explicativo, refiere que está dirigido a responder a las causas de los eventos sociales, ya que busca explicar porque ocurre un fenómeno, en qué condiciones se da y por qué dos variables están relacionadas. (RIEGA VIRÚ. 2010. p.91)

Por lo tanto, el nivel de investigación es explicativo, ya que se requirió del conocimiento de la teoría, métodos y técnicas de investigación, pues se trata de efectuar un proceso de abstracción a fin de destacar aquellos aspectos que se consideran básicos para comprender los factores, condiciones que se nos presentaron como efecto.

### **1.6.2. Método y diseño de la investigación**

Según Riega-Virú, expone que se pretende inferir normas universalmente válidas, a partir del desarrollo de la historia humana, y que es tarea del jurista tomar ese derecho, organizarlo y darle un marco teórico hasta convertirlo en un derecho elaborado. (RIEGA VIRÚ. 2010. p.42)

Por lo cual, el método de investigación que se aplicó es el de análisis histórico, ya que todo fenómeno social tiene su existencia en un determinado tiempo y espacio, con una proyección al futuro, que se caracteriza por su alimentación histórica, ya que los fenómenos responden al avance y desarrollo de la economía, cuanto a la relación de consumo dentro de las necesidades básicas de bienes y servicios por parte de las comunidades.

Paredes Núñez, expresa que el diseño descriptivo obedece a la necesidad de esclarecer adecuadamente un problema de investigación, precisando sus características o propiedades dentro del marco de referencia, en el cual se proyecta realizar la investigación. (PAREDES. 2008. p.20).

Al respecto, el diseño de investigación, es descriptivo, por la visión integral del problema a investigar, ya que se partió de las relaciones de consumo dentro de la economía de mercado, lo que permitió plantear las sugerencias aplicables a nuestro objeto de estudio, que son los derechos del consumidor en los contratos de consumo.

### 1.6.3. Población y muestra de la investigación

#### Población y Muestra

La investigación se llevó a cabo en una población, que corresponde a los 80 magistrados del Distrito de Tacna, 60 proveedores, asimismo, a los 1950 consumidores.

Para determinar el diseño muestral y las unidades de análisis, se obtiene con:

$$M = \frac{(Z)^2 (PQ) (N)}{(E)^2 (N-1) + (Z) P^2, Q}$$

Donde:

Z = Grado de confianza con el que se desarrolla el tamaño de la muestra, nivel de confiabilidad 1.96 (95%)

E = Error de muestra / E= 0.05 (5%)

P = Probabilidad de ocurrencia de los casos P= 0.5 (50%)

Q = 1-P

La muestra está determinada por: 40 abogados civiles , 60 abogados comerciales y 950 consumidores

#### **1.6.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información**

##### **Técnicas**

Las técnicas son:

La encuesta, que se verificó en el Colegio de Abogados, poder judicial, entidades financieras y consumidoras.

##### **Instrumentos**

El cuestionario, que permite obtener información necesaria y directa referente al problema de investigación, que es objeto de estudio.

La ficha de registro, que permite compilar información, para su respectivo análisis e interpretación del problema de investigación.

### 1.6.5. Justificación, importancia y limitaciones de la investigación

La investigación, resuelta útil, en razón de que en el campo jurídico, existe una carencia en el desarrollo de investigaciones jurídicas doctrinarias con aproximaciones empíricas orientadas al análisis de la relación que se establece entre los derechos del consumidor y los contratos de consumo.

La presente investigación se lleva a cabo dentro de un contexto, en el cual, el consumidor, asume un rol protagónico en la masificación de servicios, quien a diario consume productos y servicios para la satisfacción de las más variadas necesidades, por lo cual aceptan celebrar contratos de consumo, instrumento que es utilizado por el proveedor quien ostenta un dominio económico e informativo, para la comisión de abusos y transgresiones de derechos, mediante la inclusión de cláusulas abusivas, es el caso, que el consumidor desconoce sus derechos, en especial, el de información, lo cual permitirá que el consumidor realice un análisis de las opciones que le presenta el mercado, ya que la información relevante contribuirá a que se tome la decisión adecuada, y a reclamar y denunciar las arbitrariedades contractuales.

La investigación es importante por los siguientes aspectos:

Relevancia teórica: A nivel teórico la presente investigación se justifica porque hay carencia de literatura jurídica especializada, por lo que se busca incrementar la teoría de los contratos de consumo y los derechos de los consumidores.

Relevancia doctrinaria: Consideramos que se debe conocer cómo se presenta el estado de desarrollo de las posiciones doctrinarias en el contexto nacional y extranjero.

Relevancia práctica: Resulta importante tener conocimiento objetivo y veraz de las arbitrariedades contractuales que cometen los proveedores, quienes tienen en su poder la redacción de las cláusulas generales de contratación, las cuales atentan contra los derechos del consumidor.

Relevancia legal: Debemos analizar el Código del consumidor, la tutela jurídica del Estado y su posición como organismo protector frente a la unilateralidad arbitraria del proveedor, quien actúa en perjuicio de los derechos del consumidor.

### **Limitaciones de la Investigación**

Las limitaciones que pueden presentarse, están relacionadas con la subjetividad de las respuestas de las unidades de análisis del diseño maestral, al momento de la aplicación de los instrumentos de recolección de información.

#### **1.6.6. Ámbito de la aplicación**

La presente investigación se aplicará al ámbito del Distrito Judicial de Tacna, en el cual están comprendidos abogados civilistas, abogados comerciales y consumidores, todos en pleno ejercicio del derecho, de acuerdo a su campo de acción jurídica, según su competencia y la disponibilidad de respuesta hacia los instrumentos de recolección de datos.

#### **1.6.7. Validez y confiabilidad de los instrumentos**

- a. Validez:** Se refieren al grado en que el instrumento proporciona información que sea apropiada a la decisión que se toma y también para determinar hasta donde los Reactivos de in instrumento son representativos del universo de contenido de la característica un máximo que se quieren medir. Cuando se trata de validez del contenido se aplica el juicio de expertos, que permite conocer la probabilidad de error probable en la configuración del instrumento.
- b. Confiabilidad:** Se da, cuando un instrumento se aplica repetidas veces al mismo sujeto de investigación, por lo cual se debe obtener los mismos resultados o parecidos dentro de un rango razonable, es decir, que las

confiabilidad del instrumento está representada por la capacidad de obtener idénticos resultados cuando se aplican las mismas preguntas en relación a los mismos fenómeno.

#### **1.6.8. Plan de recolección de datos y procesamiento de datos**

Obtener la información de la muestra objeto de estudio

Definir las variables para ordenar los datos obtenidos

Definir las herramientas estadísticas

Introducir la información al sistema

Impresión de resultados



## CAPÍTULO II: FUNDAMENTO TEÓRICO CIENTÍFICO

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Mosset Iturraspe (2006). *La Relación de Consumo y Derechos del Consumidor*. Editorial Astrea. Argentina, en su conclusión más trascendente expresa que el Consumidor, se encuentra en una situación de asimetría frente al proveedor.

Farina, Juan M (2008). *Defensa del Consumidor y del Usuario*. Editorial Astrea. Buenos Aires Argentina, refiere que la responsabilidad que la ley le impone al proveedor no requiere que haya existido una relación directa con el consumidor o el usuario afectado, cual es el caso del productor o importador que vende al público mediante distribuidores.

García Vicente, José Ramón (2009). *Comentario del Texto de la Ley General de la defensa de los Consumidores y usuarios*. Madrid. España, explica que el consumidor no debe ser defraudado en sus expectativas y se le traslade el riesgo del incumplimiento o del engaño atribuible a la otra parte.

González Pacanovoska (2009). *La cláusula abusiva*. Editorial Aranzadi. Madrid, refiere que el comportamiento leal del proveedor, implica efectuar un trato equitativo hacia la otra y de no aprovecharse de la situación de desequilibrio contractual.

Espinoza Espinoza, Juan (1998). *La cláusula vejatoria en los contratos estipulados unilateralmente*. Editorial Themis. Lenea, explica que en nuestra legislación existen modelos de control de las cláusulas abusivas, las cuales no son excluyentes.

Villota Cerna, Marco (2010). Protección Mínima del contrato de consumo y las cláusulas abusivas. Luna, explica que el consumidor está en una situación de asimetría frente al proveedor, creando un desequilibrio contractual.

## **2.2. BASES LEGALES**

El contrato es definido por el artículo 1351 del Código Civil como “el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial Mientras que el artículo 45° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, define el contrato de consumo como aquel que tiene “como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una prestación económica”.

En el artículo 46° del Código del consumidor tiene un doble alcance por un lado el principio de vinculación o de obligación de la oferta, promoción y publicidad; y por otro lado el de integración de estas al contrato.

El artículo 20° del Código del consumidor considera como una garantía explícita: “cuando se deriva de los términos y condiciones expresamente ofrecidos por el proveedor al consumidor en el contrato, en el etiquetado del producto, en la publicidad, en el comprobante de pago o cualquier otro medio por el que se pruebe específicamente lo ofrecido al consumidor”.

El artículo 48° del Código establece los requisitos del contrato de consumo por adhesión o celebrado con Cláusulas Generales de Contratación (CGC). Son requisitos de estos contratos: los requisitos de transparencia que inciden en el derecho de la información que tienen los usuarios y los requisitos de contenido que mantienen el equilibrio necesario en los derechos y obligaciones de las partes.

El requisito de accesibilidad se encuentra recogido en el literal b) del artículo 48° del Código e implica que el consumidor debe tener conocimiento del contrato y de sus cláusulas antes de su suscripción.

El artículo 4° de la Ley N° 28587, que establece como requisito de los contratos sobre servicios financieros celebrados con CGC que exista un equilibrio contractual necesario entre las empresas y los usuarios. Con el artículo 48° del Código este requisito va ser para cualquier contrato de consumo por adhesión o con CGC, se encuentre sujeto o no a aprobación administrativa el literal c) del artículo 48° del Código. Equilibrio necesario en los derechos y obligaciones de las partes implica que no debe generarse una situación de desventaja en los derechos y obligaciones de estas.

El contrato es obligatorio entre las partes (Art. 1361° del Código Civil) y la figura de la resolución del contrato generalmente se aplica cuando hay incumplimiento, cumplimiento de una condición, imposibilidad de la prestación, entre otros hechos similares.

## **2.3. BASES TEÓRICAS**

### **2.3.1. El Contrato de Consumo**

#### **a. Concepto de contrato según el Código Civil Peruano.**

El artículo 1351 de Código Civil, define al contrato como “El acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial”. Siendo que tal acuerdo se exterioriza mediante la correspondiente declaración de voluntad de los contratantes. (CÓDIGO CIVIL VIGENTE. 1984)

**b. Que es el contrato de consumo**

Como ya sabemos, el contrato es definido por el artículo 1351 del Código Civil como “el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial”; mientras que el artículo 45° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, define el contrato de consumo como aquel que tiene “ como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una prestación económica“. En ambos casos el contrato incide sobre una relación jurídica patrimonial u obligación, pero la diferencia radica en que en el contrato de consumo intervienen como partes un consumidor y un proveedor y hay una contraprestación económica.

El contrato de consumo es el celebrado a título oneroso entre un consumidor final - persona física o jurídica, pública o privada, que actuando profesional u ocasionalmente, en calidad de productora, importadora o distribuidora, comercialice bienes p preste servicios, y que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de estos por parte del primero, para su uso privado, familiar o social.

**c. Principio de integración y vinculación de la oferta, promoción y publicidad**

En el derecho de consumo la oferta al público es una generalidad, porque el proveedor ofrece sus productos a una serie de consumidores y usuarios, y para ello desarrolla muchas veces una campaña de publicidad y ofrece promociones. Estas ofertas, promociones y publicidad son muchas veces incompletas, porque no contienen toda la información, lo que se busca es fomentar la contratación de productos y servicios, para lo cual se destacan sus características más importantes o los aspectos más relevantes de la promoción o de la publicidad.

En el artículo 46° del Código y tiene un doble alcance por un lado el principio de vinculación o de obligación de la oferta, promoción y publicidad; y por otro lado el de integración de estas al contrato

**d. Principio de Vinculación.**

El principio de vinculación de la oferta, promoción y publicidad significa que el proveedor se encuentra obligado por todo lo que ofrece, promete, anuncia o informa al consumidor. De tal manera que éste puede exigir las condiciones ofrecidas o prometidas, sin que el proveedor se pueda excusar de ello. Estas condiciones ofrecidas pueden estar en la oferta, en la promoción o en la publicidad, en los envases, etiquetas, en documento aparte, folletos y, en general, en cualquier otro documento o medio que permita dejar constancia de lo que ha ofrecido el proveedor.

El artículo 20° del Código considera como una garantía explícita: “cuando se deriva de los términos y condiciones expresamente ofrecidos por el proveedor al consumidor en el contrato, en el etiquetado del producto, en la publicidad, en el comprobante de pago o cualquier otro medio por el que se pruebe específicamente lo ofrecido al consumidor”.

**e. Contrato de Consumo por adhesión**

Como ya sabemos un contrato por adhesión, es aquel contrato que se redacta por una sola de las partes y el aceptante simplemente se adhiere o no al mismo, aceptando o rechazando el contrato en su integridad. (STIGLITZ. 2001. p.39)

El artículo 48° del Código establece los requisitos del contrato de consumo por adhesión o celebrado con Clausulas Generales de Contratación (CGC). Son requisitos de estos contratos: los requisitos de transparencia que inciden en el derecho de la información que tienen los usuarios y los requisitos de contenido que mantienen el equilibrio

necesario en los derechos y obligaciones de las partes. Estos requisitos son aplicables para cualquier tipo de contrato de consumo por adhesión, se encuentran sujetos o no a aprobación administrativa.

#### **f. Requisitos de transparencia**

Los requisitos de transparencia buscan que el consumidor conozca y comprenda el contenido de las cláusulas contractuales y estos son:

##### **1. Requisitos de redacción**

En el artículo 48° literal a) del Código, establece que las cláusulas de los contratos por adhesión o con CGC deben ser redactadas de manera clara, concreta y sencilla. Esto implica que las cláusulas deben ser legibles y comprensibles, con un tamaño de letra mínimo de 3 milímetros. El artículo 2° del Código establece como características de la información que sea, entre otros, suficiente, de fácil comprensión y apropiada. Aplicado a los contratos significa que las cláusulas deben contener toda la información que sea necesaria para conocer las condiciones económicas y jurídicas del contrato, incluido la terminación y las modificaciones contractuales; adicionalmente esa información debe ser fácilmente comprensible o entendible por los consumidores a los cuales van dirigidos los productos y servicios.

No se cumplirá con este requisito cuando las cláusulas sean ilegibles, ambiguas, oscuras o incomprensibles; y atendiendo a su intensidad, puede considerarse que simplemente no obligan al consumidor o interpretarse en caso de duda a favor de éste.

##### **2. Requisito de accesibilidad y legibilidad**

El requisito de accesibilidad se encuentra recogido en el literal b) del artículo 48° del Código e implica que el consumidor debe tener conocimiento del contrato y de sus cláusulas antes de su suscripción.

Es decir, la información sobre el contrato debe ser brindada en forma oportuna o de manera previa, para que el consumidor tenga la posibilidad de revisar su contenido y ser consciente de las obligaciones que está asumiendo. La ausencia del requisito de accesibilidad conlleva a que el consumidor no se encuentre obligado por las cláusulas que no se le han informado oportunamente o a las que no ha podido tener acceso.

### **3. Requisitos de contenido**

Son requisitos de contenido la buena fe y el equilibrio necesario en los derechos y obligaciones de las partes. Este último requisito tiene como antecedente el artículo 4° de la Ley N° 28587, que establece como requisito de los contratos sobre servicios financieros celebrados con CGC que exista un equilibrio contractual necesario entre las empresas y los usuarios. Con el artículo 48° del Código este requisito va ser para cualquier contrato de consumo por adhesión o con CGC, se encuentre sujeto o no a aprobación administrativa.

Los requisitos de contenido tienen una naturaleza distinta a los requisitos de transparencia, porque mientras éstos buscan que el consumidor conozca las cláusulas contractuales, aquellos inciden sobre el contenido de las cláusulas y su exigencia se da conozca o no el consumidor las cláusulas contractuales. De hecho se ha llegado a afirmar que incluso está permitida una cierta ignorancia racional del consumidor, por cuanto en los contratos por adhesión el conocimiento o no de las cláusulas contractuales inciden muy poco en su contenido debido a que no hay posibilidad de negociación.(STIGLITZ. 2001 p. 46)

La sanción que se establece en caso se incumpla con los requisitos de contenido es que las cláusulas serán consideradas como abusivas y, por tanto, podrán ser declaradas inexigibles, sea por la autoridad administrativa en el caso del control preventivo, o por la

autoridad de consumo (INDECOPI) en vía de control posterior cuando conozca un caso en concreto.

### **-Buena fe**

Es un principio general del derecho. En el ámbito del derecho de consumo significa que debe existir lealtad y confianza entre las partes (numeral 5, Art. V del Código); y en los contratos por adhesión o con CGC exige tratar al consumidor en forma leal y equitativa y no aprovecharse de la situación de desequilibrio contractual en la que se encuentra.

En consecuencia, el requisito de la buena fe en los contratos por adhesión se entiende como aquel modelo de comportamiento leal del proveedor y que implica efectuar un trato equitativo hacia la otra parte y de no aprovecharse de la situación de desequilibrio contractual. La falta de buena fe se configura no solamente cuando concurre dolo, sino también una conducta culposa, porque puede suceder que por negligencia o descuido no se ha tenido un trato equitativo a los consumidores.

### **-Equilibrio contractual necesario en los derechos y obligaciones de las partes.**

Se encuentra contemplado en el literal c) del artículo 48° del Código. Equilibrio necesario en los derechos y obligaciones de las partes implica que no debe generarse una situación de desventaja en los derechos y obligaciones de estas. Es decir, no puede suceder que los derechos y las facultades estén distribuidos solamente a favor del proveedor o a favor del consumidor, de lo que se trata es que las partes se distribuyan los derechos y obligaciones en condiciones de equilibrio y que no represente una situación de desventaja para ninguna de ellas.



La ausencia de este requisito, significa la anulación de los derechos de los consumidores. Esto guarda sintonía con el concepto de cláusula abusiva a que se refiere el numeral 49.1 del artículo 49. Para el cumplimiento de este requisito debe analizarse las cláusulas en donde están contemplados los derechos que se atribuyen las partes y las obligaciones relacionadas; sin perjuicio de apreciarse el conjunto del contrato para ver el contexto de los derechos y obligaciones de las partes.

Debe considerarse que este requisito no supone una revisión del objeto principal del contrato, es decir, la relación entre el producto o servicio y la contraprestación, porque ello supondría un control o fijación de precios. Sin embargo, esto no excluye que se analice algunas otras situaciones admitidas por el derecho, tales como los límites de intereses otorgados fuera del sistema financiero, la prohibición de que el pago de la matrícula exceda a una pensión, la excesiva onerosidad en la prestación, entre otras instituciones.

Tampoco excluye de la revisión las condiciones para la fijación de los precios, tales como la modificación de los mismo sin preaviso, el redondeo de precios, o cuando se establezca un parámetro para determinar el precio que no resulte razonable o que sea arbitrario.

### **2.3.2. Definición de las Cláusulas Generales de Contratación**

Son estipulaciones contractuales que se incorporan automáticamente en los contratos celebrados entre el proveedor y el consumidor, en tanto sean aprobadas o modificadas por el organismo regulador (OSIPTEL) dentro de los alcances y los límites del Reglamento General de Condiciones de Uso que ponga en vigencia el organismo supervisor.

#### **a. Elementos de las Cláusulas Generales de Contratación.**

Al respecto, se han identificado con claridad los elementos que distinguen este tipo de cláusulas; así, se han precisado tres elementos:

- Predisposición por una de las partes
- Ausencia de negociación individual
- Estar destinada a una pluralidad de contratos

En cuanto a la primera característica, no interesa a los efectos de configurar el respectivo contrato que las cláusulas predispuestas no hayan sido redactadas por el empresario, lo que interesa es que exista la mentada predisposición. Respecto al segundo de los elementos, es de la esencia de este tipo de condiciones el que sea impuesta, de modo que su negociación implica que pierdan la naturaleza de condiciones generales.

A efectos de destacar de manera correcta el fenómeno de las condiciones generales de contratación advertir que estas son básicamente el resultado de la contratación en masa, que se exige actualmente como consecuencia de esquemas negociables y económicos que precisan de la necesidad del ahorro de costos y de tiempo; de la imperiosa necesidad, por tanto, de dar tratamiento igualitario a los adherentes de este tipo de cláusulas. En fin, el nacimiento de las condiciones generales de contratación es una exigencia tanto jurídica como económica. (PERÉZ, 2007, p.57)

### **2.3.2.1 CLÁUSULAS ABUSIVAS**

#### **a. Concepto de Cláusulas Abusivas.-**

Las cláusulas abusivas son aquellas estipulaciones, disposiciones o normas contractuales, donde el consumidor o el usuario no tiene margen o espacio de negociación, es decir vienen impuestas, lo que significa que aquél ni las consiente expresamente ni puede modificar sus

características, colisionan con las normas de la buena fe perjudicando al consumidor o usuario y generan un desequilibrio relevante a favor de la parte que las ha impuesto y en contra del consumidor o usuario.(REZZONICO, 1997, p. 16)

Aunque las cláusulas abusivas se encuentran en la mayoría de los casos en contratos celebrados con consumidores o usuarios, pueden darse igualmente e cualquier tipo de negociación contractual, por ejemplo entre empresarios o profesionales, donde una de las partes no ha tenido su margen de negociación, es decir, no ha podido arbitrar, defender o exponer sus intereses precontractuales que han devenido en el contrato posteriormente celebrado.

#### **b. Características de las Cláusulas Abusivas**

De acuerdo con el concepto de cláusula abusiva definida en la norma peruana, se pueden identificar las siguientes características que contienen dichas cláusulas:

- Son redactadas unilateralmente por una entidad, empresa o profesional
- Vinculan el contrato de consumo a los intereses del empresario o proveedor en perjuicio del consumidor.
- Se dirigen a una pluralidad de personas (consumidores o usuarios).
- Se “pre-redactan” en abstracto con condiciones generales para ser incluidas en contratos futuros.
- No son negociadas, pues el consumidor o usuario, suele plegarse o adherirse a las cláusulas pre-redactadas por la empresa.

- Van en contra de los principios de buena fe, transparencia y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes.(STIGLITZ, 2001, p.26)

### **c. Clasificación de las Cláusulas Abusivas.**

Nuestro Código clasifica a las cláusulas abusivas en:

#### **-Cláusulas abusivas de ineficacia absoluta**

Son cláusulas que infringen una norma de orden público o de carácter imperativo o los derechos legales de los consumidores. Se trata de cláusulas nulas de pleno derecho o cláusulas ilegales. La autoridad pertinente, constata su presencia y las declara inexigibles por tratarse de cláusulas que adolecen de nulidad absoluta. Se encuentran recogidas en el artículo del Código, norma que contiene un listado taxativo de cláusulas abusivas y estas son las siguientes:

##### **a. Las que exoneren o limiten la responsabilidad por dolo o culpa**

Tiene como antecedente el artículo 1398° del Código Civil de que son cláusulas vejatorias aquellas que limiten o exoneren la responsabilidad de aquél que ha redactado las cláusulas o hace uso de ellas. La prohibición de la exoneración o limitación de responsabilidad comprende no solamente por los hechos dolosos o culposos del proveedor, sino también de sus dependientes, porque a través de estos ejecuta la prestación. Debe tratarse de hechos dolosos o culposos, sin que se diga entre culpa leve o culpa grave. La cláusula no será abusiva en caso que la exclusión de responsabilidad sea por hechos que constituyan efectivamente caso fortuito, fuerza mayor, lo hecho determinante de tercero.

- b. Las que faculden al proveedor a suspender o resolver unilateralmente un contrato, salvo disposición legal distinta o la aplicación de normas prudenciales debidamente sustentadas emitidas por la autoridad correspondiente.

El contrato es obligatorio entre las partes (Art. 1361° del Código Civil) y la figura de la resolución del contrato generalmente se aplica cuando hay incumplimiento, cumplimiento de una condición, imposibilidad de la prestación, entre otros hechos similares. La suspensión o resolución unilateral de un contrato es excepcional porque se efectúa sin una justa causa. De allí que en los contratos por adhesión o con CGC se considere como una cláusula abusiva aquella que faculte al predisponente a suspender o resolver unilateralmente el contrato. Las que faculden al proveedor a resolver un contrato sin una comunicación previa o a poner fin a un contrato de duración indeterminada sin un plazo de antelación razonable, salvo disposición legal distinta o la aplicación de normas prudenciales.

- c. Las que establezcan a favor del proveedor la facultad unilateral de prorrogar o renovar el contrato.

El contrato es un acuerdo entre las partes y cualquier prórroga o renovación debe obedecer a la voluntad de éstas, no puede depender de la voluntad unilateral del proveedor, porque si no el contrato sería indefinido y el consumidor podría verse vinculado sin ningún término. En tal sentido, el Código considera como cláusula abusiva que el proveedor se reserve la facultad de prorrogar o renovar unilateralmente el contrato. Están fuera de los alcances de la norma las disposiciones legales en contrario.

- d. Las que excluyen o limiten los derechos legales concedidos a los consumidores.

Los derechos legales de los consumidores están consagrados en normas legales y no pueden ser desconocidos por las partes. La voluntad de las partes no puede ir en contra de una norma legal de orden público o de carácter imperativo. Son derechos legales de los consumidores algunos previstos en el Código, tales como el derecho a la información, a la salud, a la protección de sus intereses económicos y sociales, a efectuar pagos anticipados o prepagos, el derecho de restitución, a las garantías legales, entre otros. En el Código Civil están recogidos algunos otros derechos legales de carácter sustantivo, tales como el derecho a poner la excepción de incumplimiento, a ejercer el derecho de retención o consignación, entre otros.

- e. Las que importen una violación de normas o derechos concernientes al debido proceso

El debido proceso es una garantía constitucional y no puede ser limitado por acuerdo de las partes. En este sentido, serán consideradas como cláusulas abusivas todas aquellas que limitan o restrinjan los derechos o las normas que componen el debido proceso, tales como la facultad de oponer excepciones procesales, limitaciones a la presentación de pruebas, inversión de la carga de la prueba, entre otros.

- f. Las que establezcan la renuncia del consumidor a formular denuncia por infracción a las normas del Código

Es un derecho del consumidor el formular denuncia por infracción a las normas del Código. En caso que su denuncia sea admitida por el INDECOPI, el consumidor será considerado como parte afectada o tercero legitimado dentro del mismo procedimiento y pueden aplicarse a su favor medidas correctivas, independientemente de la sanción que se imponga al proveedor. De esta manera será considerada como abusiva una cláusula que limite su derecho a formular denuncia.

- g. Las que sean contrarias o violatorias a normas de orden público o de carácter imperativo Es una clausula general de que cualquier violación de una norma de orden público o de carácter imperativa constituye una cláusula abusiva.

#### **-Cláusulas abusivas de ineficacia relativa**

Las cláusulas de ineficacia relativa son aquellas que requieren ser analizadas en el caso en concreto. A diferencia de las cláusulas abusivas de ineficacia relativa exigen analizar el caso en concreto para ver si existe una situación de desventaja en los derechos y obligaciones de los consumidores. A continuación vamos a tratar las cláusulas abusivas de ineficacia relativa recogidas en el Código.

- a. Las que impongan obstáculos onerosos o desproporcionados para el ejercicio de los derechos reconocidos al consumidor en los contratos. El ejercicio de los derechos reconocidos a los consumidores en los contratos no puede estar sometido a obstáculos onerosos o desproporcionados, porque ello significaría una forma de desconocimiento del derecho concedido.

- b. Las que permitan al proveedor modificar unilateralmente las condiciones términos de un contrato de duración continuada

Los contratos de duración continuada son aquellos que se ejecutan en el tiempo, en prestaciones periódicas que se liquidan mensualmente o en otra fecha. Son contratos de duración continuada los de servicios públicos, de servicios financieros, de seguros entre otros. En estos casos se pactan mayormente cláusulas que facultan al proveedor a modificar las condiciones y términos del contrato, incluido muchas veces el precio. Esto perjudica a los consumidores porque desconocen los motivos del cambio de condiciones o se encuentran vinculados a ellos sin que puedan desligarse. El Código ha establecido que los motivos del cambio de condiciones deben estar expresamente consignados en el contrato y se debe otorgar al consumidor el derecho a desvincularse del mismo, sin penalización alguna. Aunque el Código no lo señale expresamente, el cambio de condiciones debe ser comunicado al consumidor en forma idónea. El derecho a desvincularse del contrato no puede ser desnaturalizado con cargas excesivas o desproporcionadas que limiten su ejercicio, por lo que cláusulas de este tipo serán consideradas también como abusivas.

- c. Las que establezcan la prórroga automática del contrato fijando un plazo excesivamente breve para manifestar la voluntad de no prorrogarlo.

Es una forma de prorrogar tácitamente del contrato, cuando se establece que si dentro de determinado plazo no se manifiesta voluntad en contra, se entiende prorrogado



automáticamente por el mismo plazo. En este caso existe una manifestación de voluntad tácita porque el silencio importa manifestación de voluntad de prorrogar el contrato. El problema que se presente es cuando se fija el plazo excesivamente breve para que el consumidor manifieste su voluntad en contra, lo que hace imposible que ejerza este derecho. A este tipo de cláusula se le considera como abusiva.

- d. Las que establezcan cargas económicas o procedimientos engorrosos para que el consumidor formule quejas ante el proveedor o para la reparación de un producto o servicio no idóneo.

El consumidor tiene derecho a formular quejas y reclamos frente al proveedor. Este derecho no puede ser limitado ni condicionado por el proveedor al pago de cargas económicas. Concordante con ello el numeral 24.3 del artículo 24° del Código establece que no puede condicionarse la atención de los reclamos de los consumidores o usuarios al pago previo del producto o del servicio materia del reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago.

La norma comprende también como cláusula abusiva, cuando se establezcan procedimientos engorrosos para proceder a la reparación del producto o cuando de otra manera no se facilite o se imposibilite que el consumidor ejerza sus derechos.

- e. Las que faculden que el proveedor pueda realizar la prestación por un tercero cuando aquel fue elegido por sus cualidades personales

La obligación “intuitu personae” es aquella en la que el deudor es el obligado a realizar personalmente la prestación, porque ha sido elegido por sus cualidades personales. Por ejemplo, cuando se contrata un famoso pintor, cantante, actor, etc. Será considerada como abusiva cláusula que faculte al proveedor que pueda realizar la prestación a través de terceros. Nada impide que el proveedor pueda recibir la colaboración de terceras personas, pero dada la naturaleza del contrato él es obligado a realizar la prestación principal y no puede valerse de terceros para ello.

- f. Las que establezcan que el proveedor pueda cambiar unilateralmente el tipo de moneda en perjuicio del consumidor

Esta cláusula se presenta cuando en los contratos de duración continuada se establece la facultad del proveedor de cambiar el tipo de moneda en la cual se pactó el pago del producto o del servicio. Este tipo de cláusula se presenta generalmente en contratos de servicios públicos y otros similares en donde la prestación se ejecuta periódicamente. No se impide que el cambio del tipo de moneda sea en beneficio del consumidor.

### **2.3.3. Los Derechos del Consumidor**

#### **A. Concepto.**

Son derechos cuyo goce y garantía depende exclusivamente del papel que le corresponde desarrollar al Estado como garante y custodio. (Córdova. 2012. p. 72)

Al respecto, la Declaración Universal de Derechos Humanos proclama que todas las personas tienen derecho a la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad. (Art. 22) a un nivel adecuado que le asegura, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial los servicios sociales necesarios. (Art. 25.1)

Para Carlos Cárdenas, son derechos primordiales que toman como bien jurídico tutelado al consumidor en su condición de persona humana, con ello se persigue la regulación del mercado y la obtención de resultados humanistas y solidarios, por sobre los estrictamente patrimoniales (Cárdenas. 2000. p. 67).

Podemos establecer, que son aquellos derechos que están relacionados con el consumidor como sujeto activo en las relaciones de consumo dentro de la economía social de mercado.

## **B. Evolución de los Derechos del Consumidor.**

En el Derecho Romano se protegía al comprador a través de la teoría de los vicios ocultos de las cosas; mientras que, en la Edad Media, las corporaciones imponían reglas éticas a los comerciantes para garantizar la calidad de los productos y servicios, y se construyó un Sistema de Disposiciones que deberían ser respetados aunque no constituían propiamente un sistema jurídico, siendo este sistema precario de protección de los consumidores derogado en Francia por la sanción del código civil, con la adopción del principio de la autonomía de la voluntad, predominó el sistema individualista y en nombre de la libertad de comercio se suprimió todo aquello que se creía podía afectarla, dejando sin efecto las disposiciones referidas anteriormente (Durand. 2007. p. 44).

En la década del 50, la economía de mercado produjo un desarrollo económico sin precedentes y se multiplicaron las ofertas de bienes y servicios, crecen las empresas comerciales, los créditos, la publicidad, se crece una creciente demanda de calidad y precios justos, y dada la situación de desigualdad, en que se encontraban los consumidores frente a los

productores, por justicia se creó el movimiento comunista. (Córdova. 2012. p. 61).

En 1962. La comisión presidida por el jurista inglés Molony produjo el Molony Report, en el que sugerían modificaciones importantes a las leyes de Gran Bretaña, tendientes a una protección más completa de los consumidores y usuarios, en las cuales se destaca la creación de un organismo estatal de protección. (Durand. 2007. p. 61).

Posteriormente, surgen las primeras leyes que dan un tratamiento jurídico orgánico: La Directiva de la ONU del 12 de Diciembre de 1973 y del 09 de Abril de 1985; la Carta de Protección del consumidor de la Comunidad Económica Europea del 17 de mayo de 1973 y del 14 de Abril del 1975; la encíclica “Centesimus Annus” del Papa Juan Pablo II del 01 de mayo de 1991. (Córdova. 2012. p. 62).

En Perú hacia 1991, se sancionó el Decreto Legislativo 716; Ley de Protección al consumidor; y en 2010 se dio la ley N° 29571 mediante la cual se expidió el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

### **C. Derecho del Consumidor como Derecho de la Persona.**

Según Carlos Durand, el derecho del consumidor debe ser entendido como un derecho subjetivo y personal, que una vez transgredido debe procederse a su reparación puesto que esa transgresión equivale a una violación de uno de los derechos de la persona y debe tener jurídicamente un tratamiento similar a la violación de la libertad, la intimidad o cualquier otro atributo de la personalidad. (Durand. 2007. p. 51).

Por otra parte, si entendemos que los derechos subjetivos, son las facultades o potestades jurídicas inherentes al hombre por razón de naturaleza, contrato u otra causa admisible en Derecho. Un poder reconocido por el Ordenamiento Jurídico a la persona para que, dentro de su ámbito de libertad actúe de la manera que estima más conveniente a fin de satisfacer sus necesidades e intereses junto a una correspondiente

protección o tutela en su defensa.  
([http://es.wikipedia.org/wiki/Derecho\\_subjetivo](http://es.wikipedia.org/wiki/Derecho_subjetivo)).

Al respecto, consideramos que la capacidad de análisis del consumidor, como sujeto de necesidades, está sometida por las masiva campaña publicitaria del proveedor, en los actos previos a la celebración contractual, etapa en la cual, el consumidor, no tiene la información necesaria para contraer la relación contractual, en la cual tiene todo el derecho de exigir un trato justo para que su decisión sea la correcta sin interferencias negativas que limiten su accionar como agente dinámico de la transacción comercial.

#### **D. Clasificación de los Derechos del consumidor.**

Gabriel Stiglitz, plantea la clasificación en tres categorías: fundamentales, sustanciales y de implementación.

- Derechos Fundamentales del consumidor.

Para Stiglitz, son derechos cuyo goce y garantía dependen exclusivamente del papel que le corresponde desarrollar al Estado como garante y custodio, que toma como bien jurídico tutelado al consumidor, en su condición de persona humana, con ello se persigue la regulación del mercado y la obtención de resultados humanistas y solidarios, por sobre los estrictamente patrimoniales. (Stiglitz. 1997. p. 11).

Al respecto, Cárdenas Quiros, considera que las relaciones de consumo, se traducen y plasman en el instrumento llamado Contrato, el cual, se convierte en un medio de cooperación social, produciéndose la humanización del contrato, ello implica concebirlo como un medio integrador, armonizador, cooperador de las relaciones sociales, no como vehículo de explotación, de imposición de abuso, de una pasta sobre otra. (Cárdenas. 2000. p. 67).

Entre los derechos fundamentales, tenemos:

- El derecho de acceso al mercado.

Stiglitz, expresa que todo ser humano como parte de sus derechos fundamentales, tiene garantizado, el derecho a acceder a aquellos bienes que le permitan satisfacer sus necesidades básicas. (Stiglitz. 2000. p. 13).

Así tenemos, que la Declaración Universal de Derechos Humanos, en su art. 22 proclama que todas las personas tienen derecho a la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad; en el art. 25. Refiere que tiene derecho, a un nivel adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios.

Según Stiglitz, puede concebirse el derecho de acceso al consumo como la prerrogativa, que asegura a todas las personas la posibilidad de alcanzar aquellos bienes y servicios considerados esenciales para su subsistencia y desarrollo en condiciones dignas, en aspectos como la alimentación, vivienda, salud, educación y esparcimiento. (Stiglitz. 2000. p. 14).

Por lo que consideramos, que el Estado debe asegurar las condiciones mínimas de supervivencia de la población, vigilando la prestación de servicios en condiciones de calidad y precios justos, además debe buscar el equilibrio de las reglas del mercado, evitando prácticas especulativas de los proveedores.

- El derecho a la libertad de elección.

Para Córdova Cutipa, las restricciones a la libertad de elegir de los consumidores pueden darse en el marco de relaciones interindividuales entre consumidores y proveedores, contractuales

o no, o ser la consecuencia del funcionamiento corrompido del mercado, siendo éste último aspecto, el de mayor relevancia por su potencialidad dañosa a gran escala (Córdova. 2012. p. 74).

1.- En las relaciones interindividuales, el derecho a la libertad de elección puede afectarse de diferentes formas:

1.1. En las relaciones contractuales, el proveedor incrementa ilegítimamente sus ventajas en la vinculación con su co-contratante imponiéndole en el instrumento contractual determinadas condiciones o limitaciones que le impiden tomar decisiones válidas desde el punto de vista de la justicia del contrato.

1.2. En las relaciones extracontractuales, la utilización de técnicas de comercialización no convencionales, fuera de los establecimientos comerciales, en el domicilio del consumidor, por medios telefónicos o electrónicos, generan situaciones que impiden al consumidor adoptar decisiones razonadas y evaluar la conveniencia y las reales ventajas del bien o servicio que se le ofrece.

2.-En el marco de un mercado corrompido.

En este contexto, los proveedores despliegan técnicas que, con un efecto multiplicador, impiden o restringen la capacidad de elección de los consumidores, aquí se ubican los acuerdos de precios, manipulación de productos, prácticas monopólicas, todos desvirtúan la transparencia del mercado recortando las opciones de los consumidores. (Córdova. 2012. p. 75).

Consideramos, que el consumidor con este derecho tiene la facultad de elegir y decidir la opción que más convenga a sus intereses y preferencias en las relaciones de consumo con los proveedores.

- El derecho a recibir un trato equitativo y digno.

El consumidor frente al proveedor, no deben ser sujetos de situaciones discriminatorias, que atenten su ejercicio libre de la voluntad en la relación de consumo.

- El derecho a la educación.

Gabriel Stiglitz, refiere que el presupuesto fáctico de la existencia del derecho del consumidor, es la existencia de una relación desequilibrada entre consumidores y proveedores, en especial de aquel, en la insuficiente capacidad para comprender todos los factores que entran en juego a la hora de adquirir un bien o servicio de consumo. (Stiglitz. 2000. p. 26).

El derecho a la educación de los consumidores implica la necesidad de la existencia de programas de capacitación, para que el consumidor conozca sus derechos que lo asisten y los medios para hacerlos valer, además para que haga la valoración referente a la calidad del producto o servicio, que conlleve a la sincronía entre precio y beneficio. (Córdova. 2012. p. 76).

Consideramos, que los consumidores deben estar capacitados, con información objetiva sobre precios, redacción contractual, publicidad, medios de reclamos y otros, para que al momento de adquirir el bien o servicio de consumo, tomen la decisión correcta, que se ajuste a sus intereses.

- Derechos sustanciales de los consumidores.

Durand Carrión, nos refiere que, estos derechos significan prerrogativas de los consumidores cuya necesidad de tutela se



evidencia, en su rol de sujeto pasivo de las relaciones de consumo, se aprecian con nitidez en vinculaciones contractuales o extracontractuales, que unen a uno o varios consumidores con uno o varios proveedores. (Durand. 2007. p. 156). Entre ellos se consideran:

- El derecho a la salud y a la seguridad.

Durand Carrión, refiere que es el derecho a la protección eficaz contra productos, y servicios que, en condiciones previsibles represente riesgo para la salud y seguridad física del consumidor. (Durand. 2007. p. 157).

Podemos precisar, que la defensa de los derechos prescritos, motiva obligaciones al Estado para una tutela preventiva para evitar perjuicios a los consumidores, en sus relaciones de consumo con los proveedores.

- El derecho a la información.

Dante Rusconi, nos dice que, el derecho a la información de los consumidores, constituye uno de los pilares sobre los que se erige toda la materia; ya que, la información, es el elemento determinante de las relaciones de consumo, porque quien tiene acceso a un mayor conocimiento e información termina por imponerse. (Rusconi. 1997. p. 99).

Por ello, los consumidores y usuarios de bienes y servicios, deben tomar conciencia que el derecho a la información, constituye un derecho humano básico y su cumplimiento comprende el derecho de los consumidores a recibir información veraz, adecuada, oportuna, ya que esta se proyecta tanto en la etapa precontractual de las relaciones de consumo (oferta, publicidad comercial y prácticas comerciales, así como, en el ámbito extracontractual, y en los contratos de consumo. (Córdova. 2012. p. 80)

Por ello, lo normal es que el contenido de estos contratos sea claramente favorable para el predisponente, realizando una distribución de derechos y obligaciones claramente desfavorable para el consumidor al desplazar hacia él los riesgos y obligaciones (Martín Pérez, 2007, p.29)

Peor aun, el consumidor o adherente no conoce las cláusulas, por no leerlas o por no disponer de ellas. Pero una vez que el adherente pone su firma, acepta el contrato y queda vinculado por lo pactado, viéndose atrapado por situaciones poco racionales o claramente injustas (Martín Pérez, 2007). Ahí es donde debe intervenir la ley, para reconocer que estamos ante contratos muy diferentes a los tradicionales, para los cuales no sirve la lógica contractual clásica, siendo necesarios controles y medidas de protección del adherente. (CÓRDOVA 2012, p. 65).

Stiglitz destaca que, las cláusulas se incorporan con la finalidad inequívoca de consolidar la posición contractual del predisponente con una sobreviviente situación de desequilibrio debido a la falta de reciprocidad en las prestaciones debidas y, correlativamente con la inclusión de ventajas que solamente se estipulan en beneficio del predisponente (Stiglitz & Stiglitz, 1985).

De esa forma, Rezzonico advierte que “es a través de las diversas cláusulas específicas como el estipulante lleva a la práctica, fundamentalmente, su situación de ventajoso predominio negocial: excluyendo la responsabilidad, imponiendo un régimen arbitrario para la carga de la prueba, fijando plazos excesivamente cortos para el ejercicio de las eventuales acciones”. (Rezzonico, 1987, p. 86)

Admitiendo los límites previstos por la Ley (que entiende excepcionales y concretos, por ejemplo los contratos restringidos, forzosos, necesarios y la moral, el orden público, el abuso de derecho, etc.), observa unos límites contractuales a la autonomía

de la voluntad, es decir, unos límites extraordinarios que se producen sobre una parte-adherente-por la más fuerte-predisponente-en los contratos de adhesión; permitiéndonos definir entonces las condiciones generales de la contratación y los contratos de adhesión como “cláusulas contractuales porque integran el contrato, cláusulas predispuestas porque son redactadas antes de la perfección del contrato y cláusulas imperativas porque se presentan al contratante sin darle lugar a negociación o discusión” (O Callaghan, 2000). Ante estos límites a la autonomía de la voluntad, el Legislador ha reaccionado superando los principios de interpretación (principio contra proferentem) y la prohibición del abuso de derecho, que la sostenían para articular una legislación sobre la materia con el fin de garantizar la autonomía de la voluntad de ambas partes (restableciendo cierto grado de equilibrio entre las partes. (CÓRDOVA 2012, p.66)

- El derecho a la protección de los intereses económicos.

Durand Carrión, nos refiere que, es el derecho a un trato equitativo y justo en toda transacción económica o comercial al amparo del cual el consumidor debe ser protegido, en los casos de la fijación de precios y tarifas, fijación de márgenes de ganancias, idoneidad de cláusulas contractuales, regulación de los contratos por adhesión, protección contra condiciones abusivas de crédito, entre otros. (Durand. 2007. p. 168).

- Derechos Operativos o instrumentales de los consumidores.

Rusconi, expresa que, el grupo de derechos englobados en esta categoría, son los que permiten hacer efectivos a los demás derechos, mediante mecanismos adecuados de implementación. (Rusconi. 1991. p. 105)

A decir de Stiglitz, no constituyen un fin en sí mismo, ya que no satisfacen directamente un interés del consumidor, sino que son el medio para ejercerlo o hacerlo valer. (Stiglitz. 1997. p. 18).

- El derecho de organización y participación.

El derecho de organización y el de participación se encuentran estrechamente vinculados, puestos que uno no tiene sentido sin el otro. De nada sirve que los consumidores se encuentren organizados en grupos representativos e institucionalizados si los intereses del grupo no son contemplados en los distintos ámbitos que les atañen. (Córdova. 2012. p. 91).

- El derecho a obtener asesoramiento y asistencia.

Para Dante Rusconi, es el correlato de la situación de subordinación estructural que ocupa el consumidor en la sociedad de consumo, ya que la concreción de este derecho se logra mediante la puesta a disposición del público consumidor de servicios estatales gratuitos de asesoramiento, mediante el funcionamiento de organismos que brinden atención personalizada y especializada. (Rusconi. 1991. p. 107).

- El derecho de acceso a la justicia y solución de conflictos.
- Dante Rusconi, expresa que, es necesario tener en cuenta que el consumidor afectado en sus derechos necesita sentir la justicia, percibir que su caso, ha sido tenido en cuenta por el proveedor responsable y que precisa esencialmente inmediatez en la respuesta del sistema (Rusconi. 1997. p. 109).

## **E. Los Derechos del Consumidor en el Ordenamiento Jurídico.**

Así tenemos:

### a) Constitución Política del Estado

La norma constitucional, trata sobre los derechos del consumidor, en el siguiente articulado:

1. Artículo 58. Prescribe que; la iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado, bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura. El artículo trae consigo un interés por la protección adecuada de los consumidores, dentro de la promoción de la libertad de comercio y de contratación como nuevo concepto de economía, con la libre iniciativa privada. (Córdova. 2012. p. 81)

2. Artículo 65. El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población. Este artículo constituye un ámbito de protección al consumidor, en conexión al derecho a la información de este, las cláusulas abusivas en los contratos y la responsabilidad de los proveedores. (Córdova. 2012. p. 81)

Al respecto, el Tribunal Constitucional se pronunció sobre el artículo 65 de la Constitución, como un principio rector para la actuación del Estado, en la protección del consumidor (Expediente N° 0008-2003-AI/TC) considerando que, la Constitución en el artículo 65 como principio para la actuación del Estado, respecto de cualquier actividad económica; en cuanto, a derecho subjetivo, la Constitución reconoce la facultad de la acción defensiva de los consumidores y usuarios en los casos de transgresión o desconocimiento de sus legítimos intereses, incluyendo la capacidad de acción contra el propio proveedor.( Expediente N° 0008-2003 AI. <http://aplicaciones indecopi.gob.pe/Archivos Portal/>).

b) Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N°29571.

En relación a los derechos del consumidor, haremos mención de los más importantes:

1. Artículo V inc. 4 del Título Preliminar regula el principio de corrección de la asimetría. Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio que se presente entre los proveedores y consumidores, sea en la contratación o en cualquier otra situación relevante, que coloquen a los segundos en una situación de desventaja respecto de los primeros al momento de actuar en el mercado.

2. Artículo 2, prescribe que los consumidores, tienen los siguientes derechos:

-Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles representen riesgo, peligro para la vida, salud e integridad física.

-Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

-Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.

3. Artículo 2, regula los siguientes aspectos relacionados a la información:

a) El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo.

b) La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible.

c) Para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual, no se hubiera adoptado la decisión de

consumo o se hubiera efectuado en términos substancialmente distintos.

d) Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado.

4. Art. 4. Está prohibida toda información o presentación u omisión de información que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, uso, volumen, peso, medidas, precios, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos.

Consideramos que, si el consumidor cuenta con la información cierta y oportuna sobre el bien o servicio que va a adquirir y las condiciones bajo las cuales se obligan, entonces el consumidor tendrá la posibilidad de efectuar elecciones de consumo sustentadas en sus necesidades reales, a decir de Rusconi, podrá adquirir productos y servicios verdaderamente útiles y adecuadas a sus expectativas y posibilidades económicas y evitando que ellos le generen un menoscabo a sus derechos. (Rusconi. 1997. p. 99)

## **F. Análisis de Resoluciones de la Sala Especializadas en Protección del Consumidor INDECOPI.**

Caso Blue Marlin Beach Club: Libre afiliación.

El señor Eléspuru denunció que la Cláusula Décimo Primera del contrato suscrito resultaba abusiva en tanto no le permita desafiliarse libremente sin haber cancelado el 30% del monto del contrato.

En su descargo, Blue Marlin señaló que no era cierto que el contrato no permitiera la desafiliación del mismo sin haber cancelado el 30% del contrato, pues ello si era posible. La cláusula calificada por el señor Eléspuru como abusiva se encontraba acorde con lo establecido en el artículo 1341<sup>o</sup>

del Código, toda vez que era válido incluir cláusulas penales compensatorias en los contratos.

Mediante Resolución 0134-2013/INDECOPI-PIU del 24 de febrero de 2014, la Comisión declaró fundada la denuncia por infracción de los artículos 1º. 1 literal c) y 49º del Código, en el extremo referido a haber incluido cláusulas abusivas en el contrato suscrito.

Al respecto, la Cláusula Décimo Primera, segundo párrafo, establece lo siguiente:

"DÈCIMA PRIMERA. INCUMPLIMIENTO. En caso de incumplimiento total o parcial en el pago de las obligaciones pecuniarias por parte de EL(LOS) COMPRADOR(ES), y/o cuando este(os) solicitare(n) de manera unilateral la rescisión, resolución o terminación anticipada del presente contrato, estando al día en el pago de sus obligaciones. LA SOCIEDAD podrá elegir entre el cumplimiento del contrato por la vía judicial, o proceder a su cancelación, caso en el cual LA SOCIEDAD podrá descontar con cargo a la indemnización anticipada de perjuicios, el 100% de los derechos de afiliación al programa, más el 30% del valor de las DECAS adquiridas, más el valor de las DECAS utilizadas, o el total pagado si éste es inferior al 30% del valor de las decas adquiridas. LA SOCIEDAD reembolsará las sumas que existieren a favor de EL(LOS) COMPRADOR(ES) las cuales no causarán compensaciones económicas adicionales de ninguna naturaleza.

Sobre este punto, del texto contenido en la Cláusula Décimo Primera, puede apreciarse que se encuentra establecida expresamente la posibilidad de que el consumidor pueda solicitar la rescisión, resolución o terminación unilateral del contrato, siendo que para tal efecto, Blue Marlin podrá retener las sumas abonadas por este a la fecha de su solicitud, configurándose de esta manera una prerrogativa para el consumidor a cambio de una indemnización, por lo que no se evidencia al carácter abusivo de dicha cláusula.



En efecto, cabe tener en consideración que el Código Civil Peruano permite la resolución del contrato ante el incumplimiento de las prestaciones de una de las partes siendo que la resolución se producirá de pleno derecho cuando la parte interesada comunica a la otra que quiere valerse de la cláusula resolutoria.

Asimismo, el artículo 1341º del Código Civil establece que las partes pueden acordar el pago de una penalidad, en caso de incumplimiento de una de las partes contratantes, siendo que la finalidad de la misma es resarcir las consecuencias de tal actuación.

Como puede verse, en nuestro sistema jurídico, la consignación de una cláusula penal compensatoria constituye un mecanismo válido para incentivar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato y, por ende, busca únicamente impedir la falta de ejecución de la prestación que es objeto de la obligación.

En efecto, resulta una práctica común en el mercado que se establezcan cláusulas similares puesto que detrás de ello subyace la idea de que ante un incumplimiento de obligaciones por una de las partes durante la ejecución del contrato, se busque una forma de compensación a la otra parte.

En consecuencia, la consignación de una cláusula que contenga una penalidad permitida por una disposición legal, que resulta aplicable a todo el sistema de las relaciones obligatorias(incluidas las de consumo), no conlleva a efectuar el juicio de vejatoriedad de la misma, pues este análisis no puede dejar de lado la licitud de la medida por encontrarse alineada con la normativa que rige una determinada materia(conforme lo ha señalado la Sala en un pronunciamiento anterior), como en el presente caso.

A mayor abundamiento, si efectuamos un análisis de vejatoriedad de la referida cláusula se observa que la misma no tiene como presupuesto la mala fe por parte del proveedor, sino que establece una penalidad ante un supuesto de incumplimiento por parte del comprador, evitando de esta manera que la parte vendedora vea afectados sus intereses.

En tal sentido, no se advierte la mala fe en la actuación del proveedor al establecer la referida cláusula pues las condiciones y obligaciones que contiene la misma se encuentran estipuladas de manera clara, sin evidenciarse algún mecanismo que coloque en desventaja al consumidor en la relación jurídico contractual, esto es, no se aprecia que haya puesto en una circunstancia que desequilibre la relación contractual más allá de lo permitido por el ordenamiento, por lo que no se evidencia que la cláusula cuestionada sea abusiva

La Sala mediante Resolución N°4130-2014/SPC-INDECOPI, revocó la Resolución N°0996-2013/CC2 que en el extremo que declaró fundada la denuncia presentada contra Blue Marlin Beach Club S.A. por infracción de los artículos 1.1° literal c) y 49° literales a) y f) del Código y, reformándola, se declara infundada la misma, al haberse verificado que la Cláusula Décimo Primera del contrato suscrito entre las partes no reviste un carácter abusivo. En consecuencia, se deja sin efecto la sanción de 10 UIT impuesta a Blue Marlin Beach S.A. y la orden de pago de las costas y costos del procedimiento. (Herrera. 2015. p. 241)

#### Caso Jaime Mujica Calderón: Servicio Educativo

De Oficio la Oficina Regional del Indecopi de Puno, realizó una diligencia de inspección en el Centro Educativo No Estatal Mark Keppel, promovido por el señor Mujica, hallándose que habría incluido cláusulas abusivas en su contrato de prestación de servicio educativo.

Mediante Resolución 074-2014/CPC-INDECOPI-PUN del 22 de abril de 2014, la Comisión halló responsable al señor Mujica por infracción de los artículos 1.1° literales c) y f), 19°, 73°, 74.1° literal b), 75° y 151° del Código, al considerar que había quedado acreditado que incurrió en las conductas imputadas a título de cargo. Ante ello le ordenó, en calidad de medidas correctivas, que se abstenga de consignar cláusulas abusivas en su contrato.

El señor Mujica apeló la decisión indicando que la Comisión no tuvo en cuenta sus alegatos de descargos respecto de las presuntas cláusulas abusivas que figurarían en su contrato, siendo que las mismas resultaban aplicables en el supuesto en que los padres de familia retiraban a los menores por razones personales, lo que no implica insatisfacción con el servicio.

En el caso concreto, la Secretaría Técnica de la Comisión resolvió iniciar un procedimiento de oficio en contra del señor Mujica luego de considerar que su "Contrato de prestación de servicios educativos" contenía una cláusula abusiva en la que se indicaba lo siguiente:

Son obligaciones del CONTRATANTE:

No efectuar peticiones o reclamaciones de devolución de los pagos de matrícula, inscripciones, pensiones de enseñanza, o donaciones efectuadas al colegio o a la Asociación del Colegio, en caso sea retirado el alumno del plantel por cualquier motivo y en cualquier época del año, por cuanto que con dichas sumas de dinero se financian los presupuestos de operación e inversión del colegio.

VI. CAUSALES DE RESOLUCIÓN DEL CONTRATO: El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones establecidas en el numeral 5.2 dará lugar a la Resolución del Contrato y por tanto la pérdida de condición del alumno (a) del Colegio".

Sobre el particular, el denunciado señaló que la Comisión no había tenido en cuenta sus alegatos de descargos, siendo que dichas cláusulas resultaban aplicables en el supuesto en que los padres de familia retiraban a los menores por razones personales, lo que no implicaba insatisfacción con el servicio.

Contrariamente a lo señalado por el denunciado, el Colegiado ha verificado que la Comisión si consideró su alegato de descargos referido a la infracción analizada en el presente extremo señalando que la cláusula en cuestión no permitía una interpretación orientada los supuestos en los que el

retiro de los alumnos se origine en la voluntad de los padres de familia, sino incluso en los que dicha situación haya sido decisión de la institución educativa.

Este Colegiado coincide con los criterios analizados por la Comisión a efectos de analizar la abusividad de la referida cláusula, pues resulta evidente que irrogarse la facultad de retener todos los pagos que los padres de familia hayan realizado ante el retiro de sus menores hijos por cualquier motivo y ante cualquier época del año, coloca a los consumidores en una situación desventajosa en la medida que incluso ampara los supuestos en los que el retiro se haya originado en decisiones injustificadas o incluso, arbitrarias del Colegio.

La Sala mediante Resolución N°4164-2014/CPC-INDECOPI-PUN del 22 de abril de 2014, emitida por la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de Puno en el extremo que halló responsable al señor Jaime Omar Mujica Calderón al haberse acreditado que incluyó cláusulas abusivas en su "Contrato de prestación del servicio educativo". (Herrera. 2015. p.244)

## **2.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

**Consumo:** Es la acción de utilizar y/o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias. En economía, se considera el consumo como la fase final del proceso productivo, cuando el bien obtenido es capaz de servir de utilidad al consumidor.

**Cláusulas Generales de Contratación:** Cláusulas predispuestas cuya incorporación al contrato es impuesta por una de las partes contratantes.

**Consumidor:** Es una persona natural o jurídica que consume bienes o servicios, que lo productores o proveedores ponen a su disposición y que decide demandar para satisfacer algún tipo de necesidad en el mercado.

**Contrato de Consumo:** Aquel que tiene por objeto una relación jurídica patrimonial, en la cual hay un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos y servicios a cambio de una prestación económica.

**Contraprestación:** Servicio o pago que una persona o entidad hace a otra en correspondencia al que ha recibido o debe recibir.

**Derechos del Consumidor:** Garantías Constitucionales inherentes a los consumidores, las cuales deben ser respetadas por los proveedores en la relación contractual.

**Oferta:** En una manifestación unilateral de voluntad, dirigida a otro. La oferta es obligatoria, es decir, una vez emitida, el proponente no puede modificarla en el momento de la aceptación del sujeto interesado.

**Producto:** Es un Bien mueble o inmueble, material o inmaterial o es el servicio resultado de un proceso productivo que nace para cubrir las necesidades específicas de los consumidores.

**Promoción:** Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio, por otra parte, es una mejora de las condiciones de algo.

**Proveedor:** Es la persona natural o jurídica, que se dedica a la producción o prestación de bienes o servicios que son demandados por los consumidores; el término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.

**Publicidad:** Es una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al público con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto o servicio que una organización ofrece.

**Relación Jurídica:** Es el vínculo jurídico entre dos o más sujetos, en virtud del cual, uno de ellos tiene la facultad de exigir algo que el otro debe cumplir.

**Servicio:** Son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos.

## **CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS, E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

### **3.1. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LAS ENCUESTAS**

El presente trabajo de investigación se realizó en el ámbito del distrito judicial de Tacna, para ello se vieron las condiciones para la aplicación del instrumento de recolección de información en el diseño muestral de las unidades de análisis propuestas, luego se procedió al análisis estadístico descriptivo de las variables y sus indicadores, materia de este estudio, utilizando el programa SPSS 20.0 y subrutinas programadas en EXCEL.

Por lo tanto, en el cumplimiento de lo propuesto en la investigación, dentro del análisis descriptivo, se presenta en forma resumida los estadísticos descriptivos obtenidos en la muestra para cada una de las variables.

En el presente capítulo, se estudia las cláusulas generales de contratación en el contrato como la variable independiente y derechos del consumidor como la variable dependiente de la investigación, para lo cual, se presenta información correspondiente a las variables, por lo cual se detalla la aplicación de instrumentos y estadísticos utilizados para comprobar las hipótesis propuestas, realizando para ello el análisis de los resultados del cuestionario aplicado a la muestra.

Tabla N° 01

Considera Ud. Que la información sobre el contrato de consumo debe ser brindado al consumidor de manera objetiva y previa para la revisión de su contenido

Tabla 1

TABLA N° 01

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	F	%	f	%	F	%
SI	35	87.5	27	90	820	86.31
NO	5	12.5	3	10	130	13.69
NO SABE	0	0	0	0	0	0
TOTAL	40	100	30	100	950	100

FUENTE: Encuesta a las unidades de  
Análisis

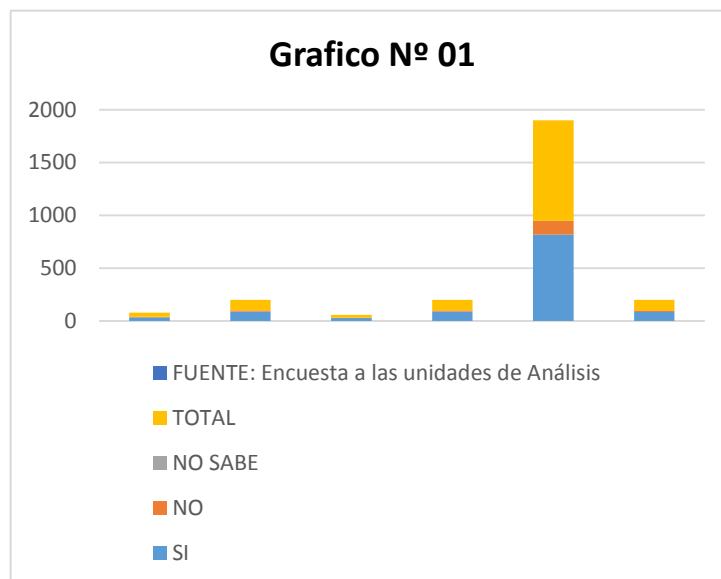
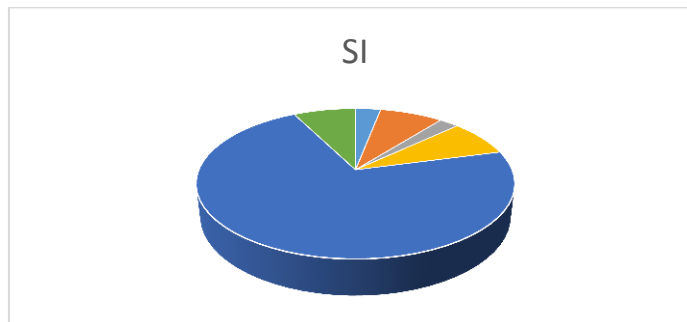




Figura 1



### **Análisis e Interpretación**

En la tabla N: 01, se considera que la información sobre el contrato de consumo debe ser brindada al consumidor de manera objetiva y previa, un 87.50% de abogados civiles refieren que si, al igual que un 90.00% de abogados comerciales y un 86.31% de consumidores.

Podemos afirmar que la mayoría de encuestados consideran que la información referente al contrato de consumo, debe darse al consumidor de manera objetiva y previa para la revisión de su contenido.

Tabla N° 02

Considera Ud. Que si no se cumple con la accesibilidad de la información al consumidor, este no está obligado a su cumplimiento por no haber tenido previo conocimiento.

Tabla 2

TABLA N° 02

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	36	90	2	86.67	86	90.52
<b>NO</b>	4	10	4	13.33	90	9.48
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	0	100	95	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

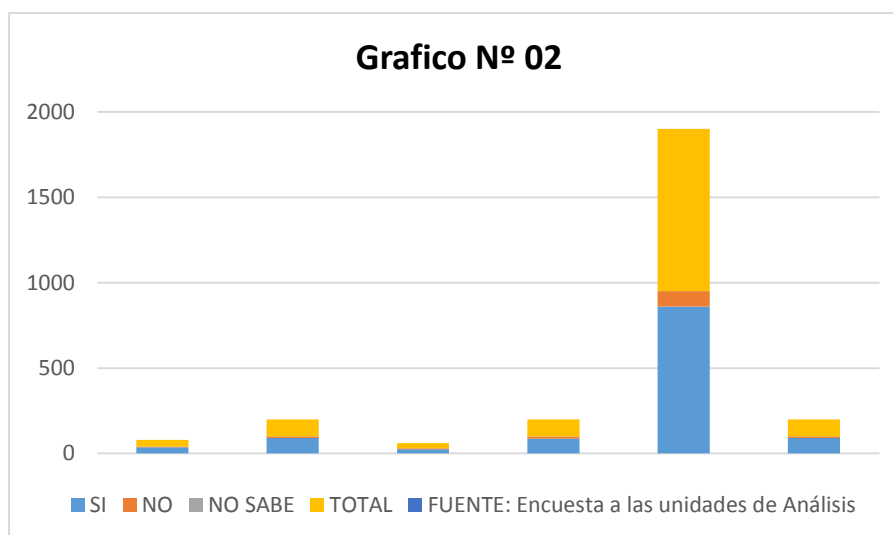
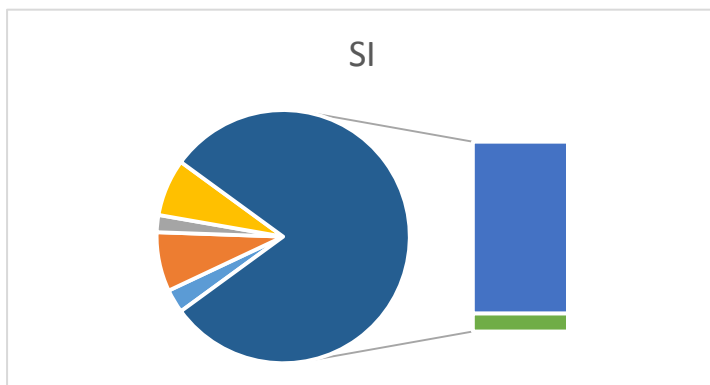


Figura 2



### Análisis e Interpretación

Según la tabla N° 02, referente a que si no se cumple con la accesibilidad de la información al consumidor, esta no está obligado a su cumplimiento por no haber tenido previo conocimiento, un 90.00% de abog. civiles expresan que si, al igual que un 86.67% de abog. Com. y un 90.52% de consumidores.

Podemos afirmar que la mayoría de encuestados consideran que el consumidor no está obligado al cumplimiento del contrato por no tener acceso previo a la información contractual.

Tabla N° 03

Considera Ud. Que las promociones y publicidad de los proveedores son incompletas ya que no destacan los aspectos relevantes de la oferta de bienes y los servicios que ofrecen.

Tabla 3

TABLA N° 03

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	34	85	24	80	805	89.47
<b>NO</b>	6	15	6	20	145	10.53
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	30	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

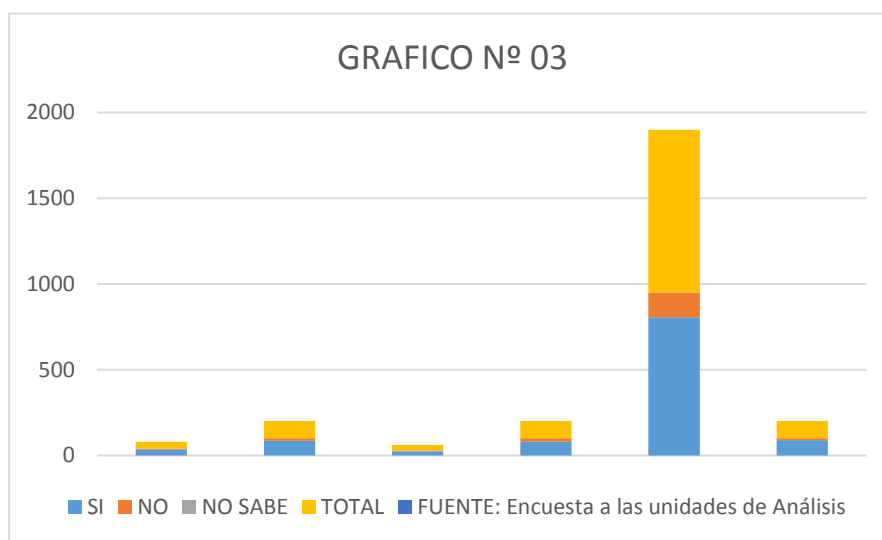
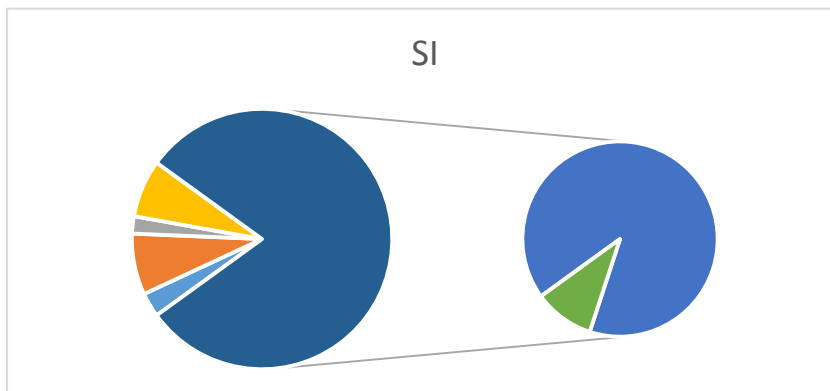


Figura 3



### Análisis e Interpretación

En la tabla N° 03, relacionada a que si las promociones y publicidad de los proveedores son incompletas por no destacar lo relevante de la oferta financieras, un 85.00% de abogados civiles expresen que si, al igual que un 80.00% de abogados comerciales y un 89.47% de consumidores.

Podemos afirmar que la mayoría de encuestados consideran que las promociones y publicidad de los proveedores son incompletas por no destacar los aspectos relevantes de las ofertas y servicios que ofrecen a los consumidores.

Tabla N° 04

Considera que si las cláusulas se consideran como abusivas, estas deben ser declaradas inexigibles por la autoridad administrativa de consumo en vía de control posterior al conocimiento de un caso concreto.

Tabla 4

**TABLA N° 04**

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	33	82.5	27	90	795	78.94
<b>NO</b>	7	17.5	3	10	155	11.06
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	30	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

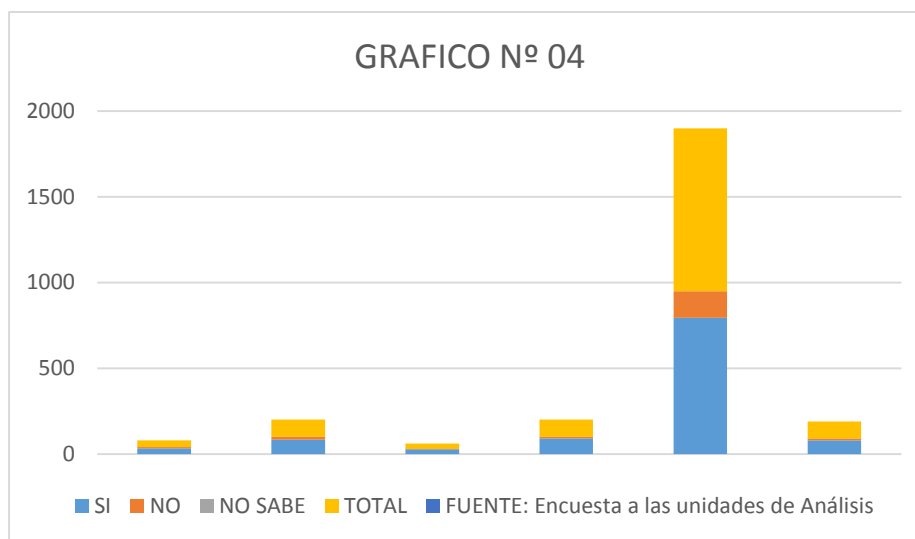
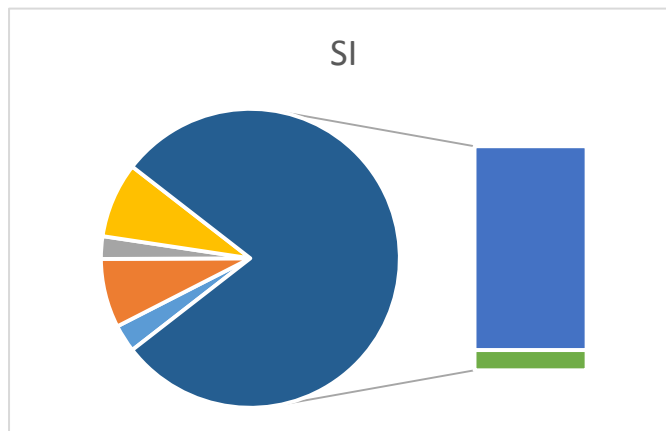


Figura 4



### Análisis e Interpretación

En la tabla N° 04, referente a que si las clausulas se consideran como abusivas, estas deben ser declaradas inexigibles, un 82.50% de abogados civiles expresan que si, al igual que un 90% de abogados comerciales y un 78.94 % de consumidores.

Podemos afirmar que la mayoría de unidades de análisis consideran que si las clausulas son abusivas, estas deben ser declaradas inexigibles por la autoridad administrativa de consumo.

Tabla N° 05

Se debe considerar como una garantía explícita para el consumidor cuando los términos y condiciones ofrecidas se derivan de lo ofrecido en el contrato de consumo.

Tabla 5

**TABLA N° 05**

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	37	92.5	26	86.66	873	91.89
<b>NO</b>	3	7.5	4	13.34	77	8.11
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	30	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

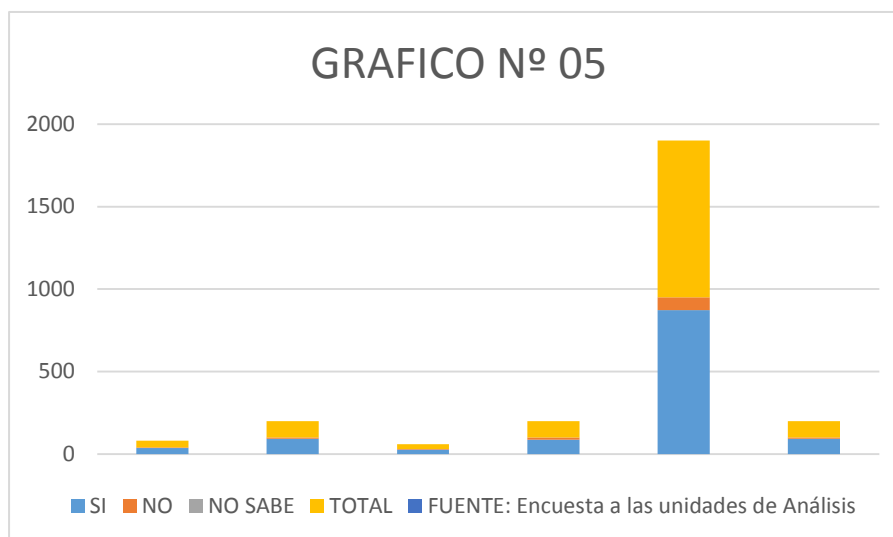
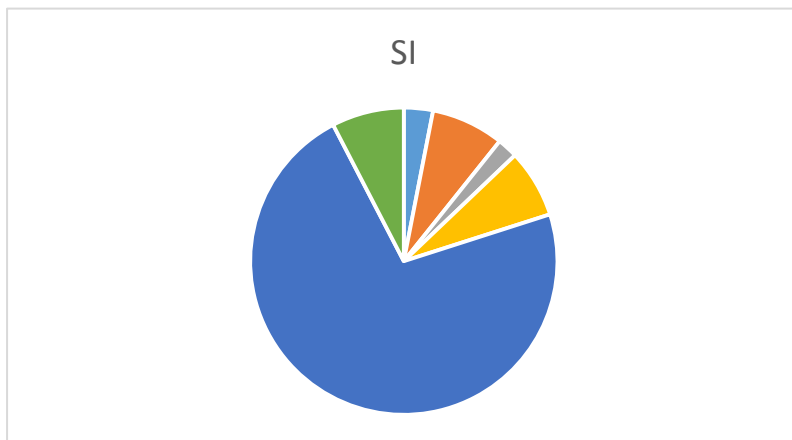




Figura 5



### **Análisis e Interpretación.**

En la tabla N° 05, a que si se debe considerar como una garantía explícita para el consumo cuando los términos y condiciones ofrecidas se derivan de lo ofrecido en el contrato, un 92.50% de abogados civiles manifestaron que si, al igual un 86.66% de abogados comerciales y un 91.89% de consumidores.

Podemos afirmar que la mayoría de encuestados consideran que es una garantía explícita para el consumidor cuando los términos y condiciones se derivan del contrato de consumo.

Tabla N° 06

Considera Ud. Que si el consumidor no tiene margen de negociación en la relación continental, no puede exponer sus intereses pre-contractuales.

Tabla 6

TABLA N° 06

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	36	90	24	80	801	84.31
<b>NO</b>	4	10	6	20	149	15.69
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	30	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

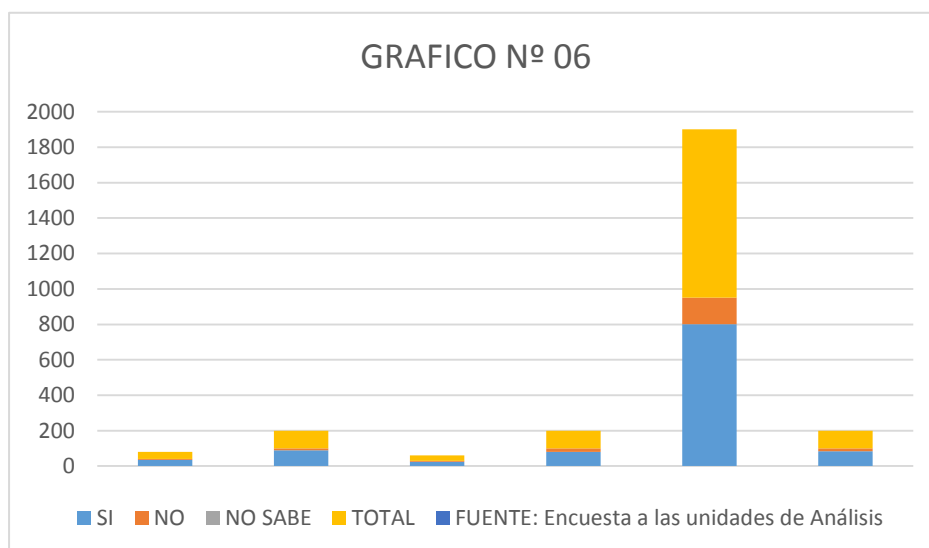
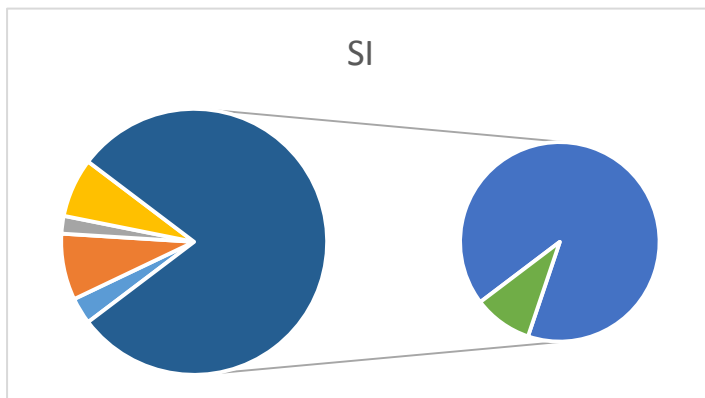


Figura 6



### **Análisis e Interpretación.**

En la tabla N° 06, referente a que si el consumidor no tiene margen de negociación en la relación contractual, no puede exponer sus intereses pre-contractuales un 90% de abogados civiles expresan que si, al igual que un 80% de abogados comerciales y un 84.31% de consumidores.

Podemos concluir que la mayoría de encuestados consideran que si el consumidor no tiene margen de negociación en la relación contractual, ello conlleva a que no pueda manifestar sus intereses pre-contractuales.

Tabla N° 07

Considera Ud. Que la promoción, oferta, publicidad obliga al proveedor a cumplir sin ninguna excusa previa.

Tabla 7

**TABLA N° 07**

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	37	92.5	6	86.66	4	86.73
<b>NO</b>	3	7.5	4	13.34	6	13.27
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	0	100	0	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

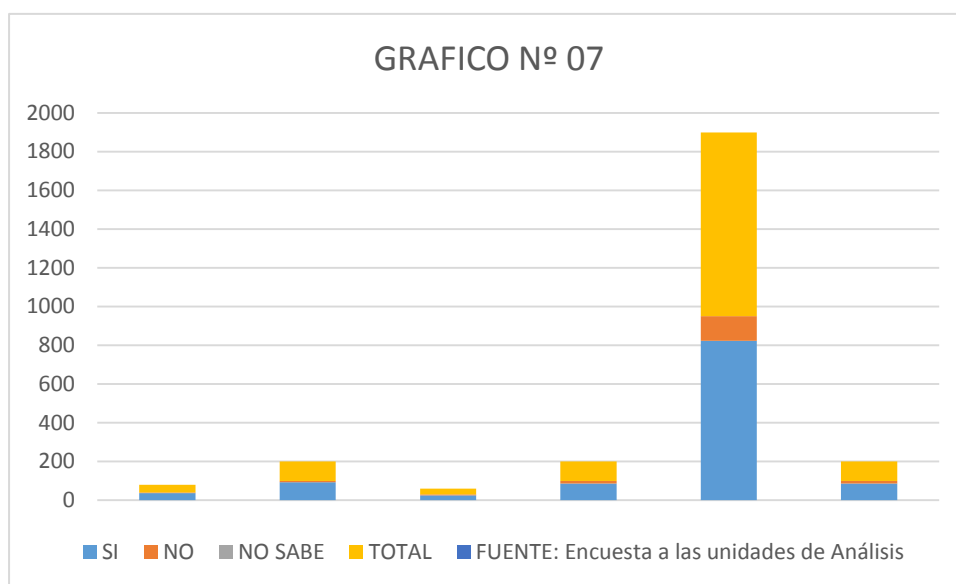
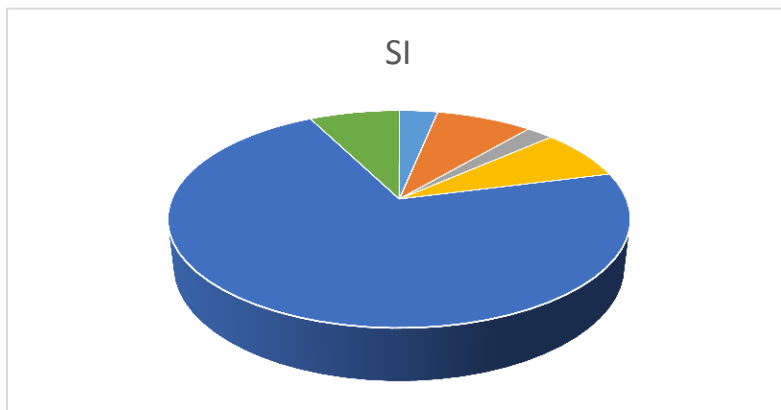


Figura 7



### **Análisis e Interpretación.**

En la tabla N° 07, referente a que ni la promoción, oferta, publicidad, obliga a l proveedor a cumplir sin ninguna excusa previa, un 92.50% de Abogados civiles respondieron que si, al igual que un 86.66% de Abogados comerciales y un 86.73% de consumidores.

Podemos concluir que la mayoría de encuestados consideran que el proveedor eta obligado a cumplir la oferta que promueve sin excusa previa.

Tabla N° 08

Considera u que en el contrato de consumo debe ser expreso y constar en forma inequívoca la voluntad de contratar en el consumidor.

Tabla 8

TABLA N° 08

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	35	87.5	27	90	825	86.84
<b>NO</b>	5	12.5	3	10	125	13.16
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	30	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

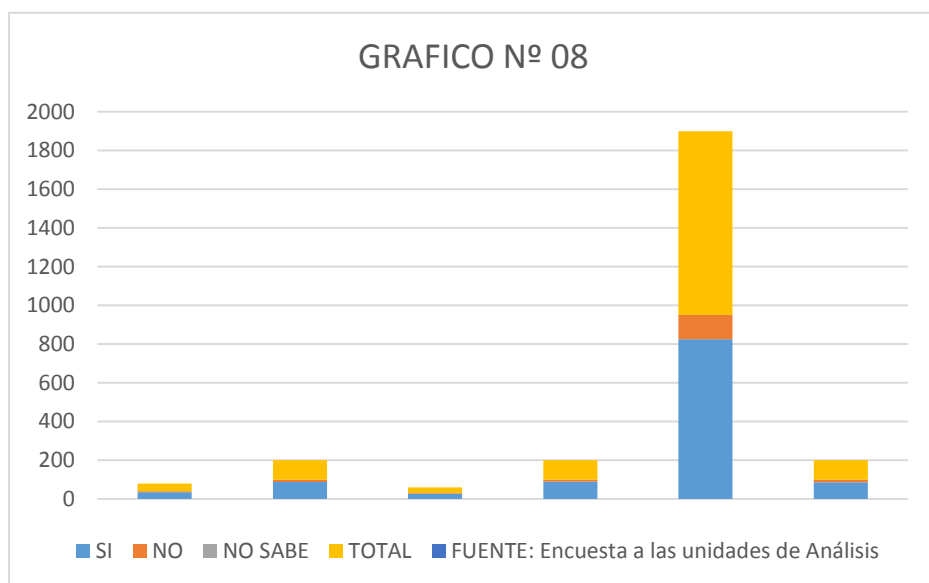
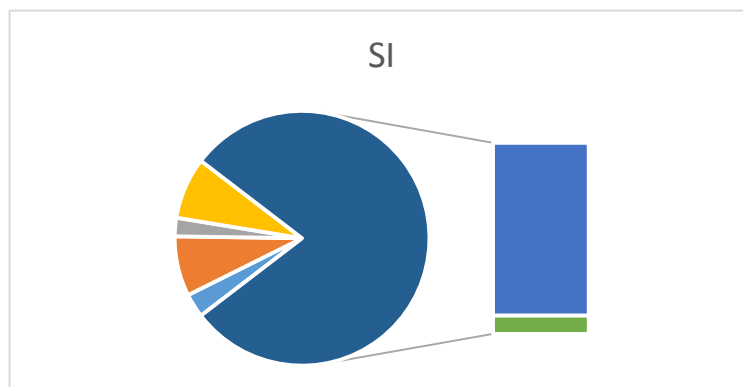


Figura 8



### **Análisis e Interpretación.**

En la tabla N° 08, referente a que si en el contrato de consumo debe ser expreso y constar de modo inequívoco la voluntad de contratar por parte del consumidor, un 87.50% de Abogados civiles respondieron que si, al igual que un 90% de Abogados comerciales y un 86.84% de consumidores.

Podemos concluir que la mayoría de encuestados considera que el contrato de consumo debe ser expreso, en el cual debe consistir de modo inequívoco la voluntad de contratar del consumidor.

Tabla N° 09

Considera Ud. Que los derechos legales de los consumidores no pueden tener ninguna limitación siempre que resulte razonable y proporcional.

Tabla 9

TABLA N° 09

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	35	87.5	5	83.33	0	88.42
<b>NO</b>	5	12.5	5	16.67	0	11.58
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	0	100	0	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

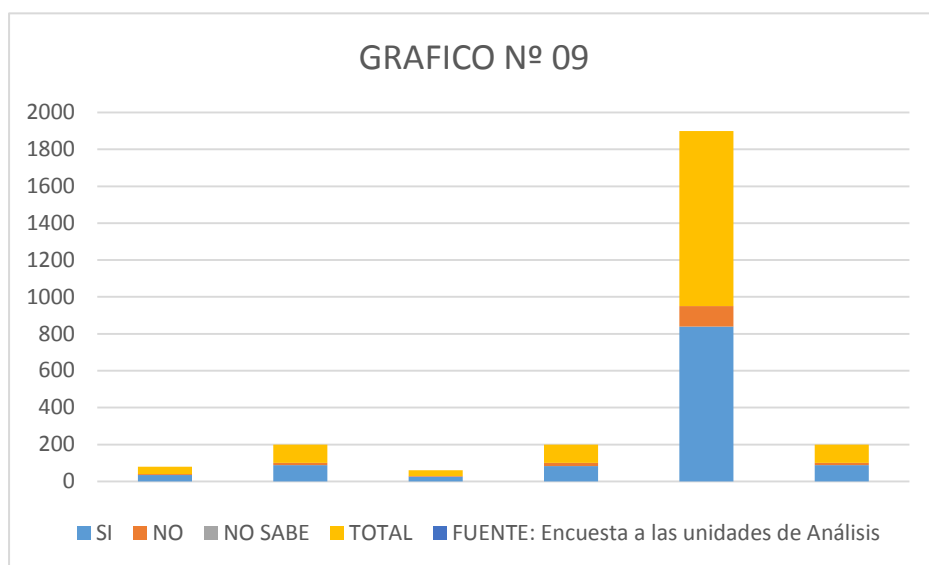
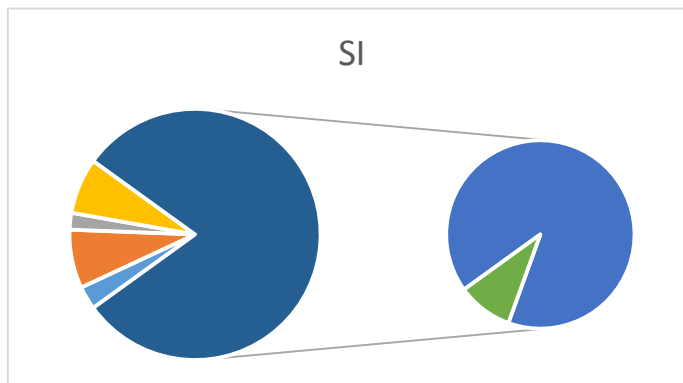




Figura 9



### **Análisis e Interpretación.**

En la tabla N° 09, referente a que los derechos legales de los consumidores no pueden tener limitaciones, un 87.50% de abogados civiles respondieron que si, al igual que un 83.33% de abogados comerciales y un 88.42% de consumidores.

Podemos afirmar que la mayoría de encuestado consideran que los consumidores no pueden tiene ninguna limitación, siempre y cuando esta resulte razonable y proporcional.

Tabla N: 10

Considera Ud., que las cláusulas abusivas generan un desequilibrio contractual relevante ya que vienen impuestas de modo unilateral y arbitraria en el contrato de consumo.

Tabla 10

**TABLA Nº 10**

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	34	85	6	86.66	820	82
<b>NO</b>	6	15	4	13.34	130	18
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	0	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

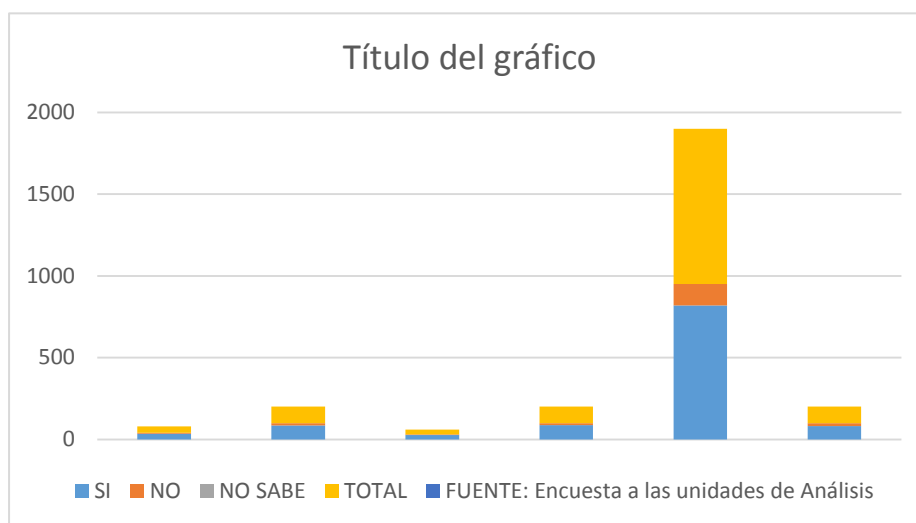


Figura 10

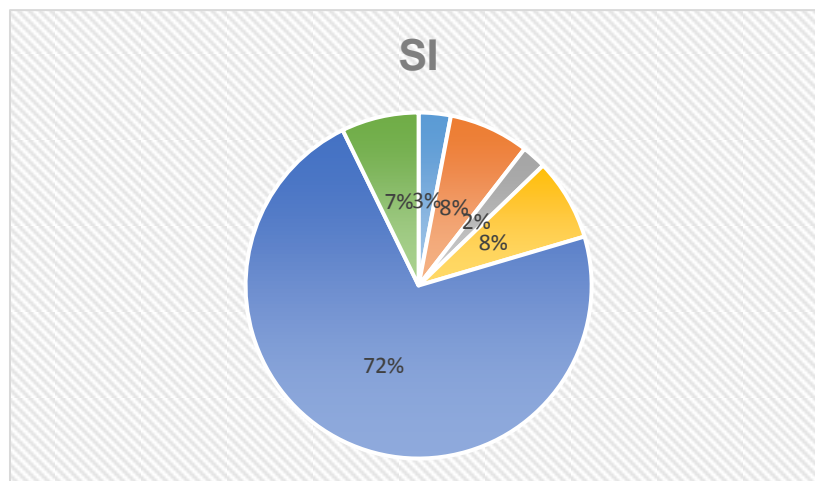


Tabla N: 11

Considera Ud. Que los contratos de consumo deberán tratar al consumidor en forma leal y equitativa para que no haya un desequilibrio contractual.

Tabla 11

TABLA Nº 11

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	37	92.5	26	86.66	910	95.78
<b>NO</b>	3	7.5	4	13.34	40	4.22
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	30	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

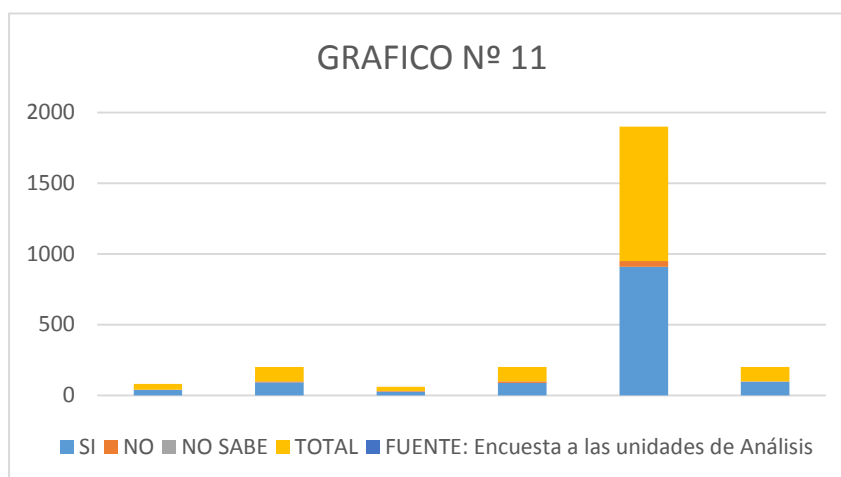
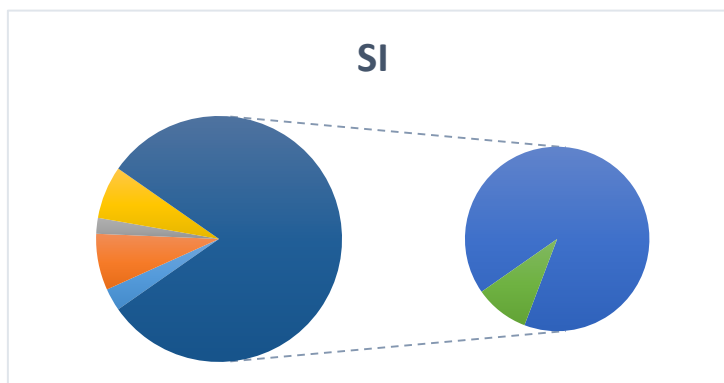


Figura 1 1



### **Análisis e Interpretación.**

En la tabla N°11, referente a que si los contratos de consumo deben tratar al consumidor de modo leal y equitativo para que no haya un desequilibrio contractual, un 92.50% de abogados civiles respondieron que si, al igual que un 86.66% de abogados comerciales y un 95.78% de consumidores.

Podamos concluir que la mayoría de encuestados consideran que los contratos de consumo debe tratar en forma leal y equitativa al consumidor, con la finalidad que no haya un desequilibrio contractual.

Tabla N: 12

Considera Ud. Que es necesario un equilibrio contractual entre los derechos y obligaciones de las partes para que no surja una situación de perjuicio para el consumidor.

Tabla 12

**TABLA N° 12**

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	F	%
<b>SI</b>	34	85	27	90	870	91.57
<b>NO</b>	6	15	3	10	80	8.43
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	30	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

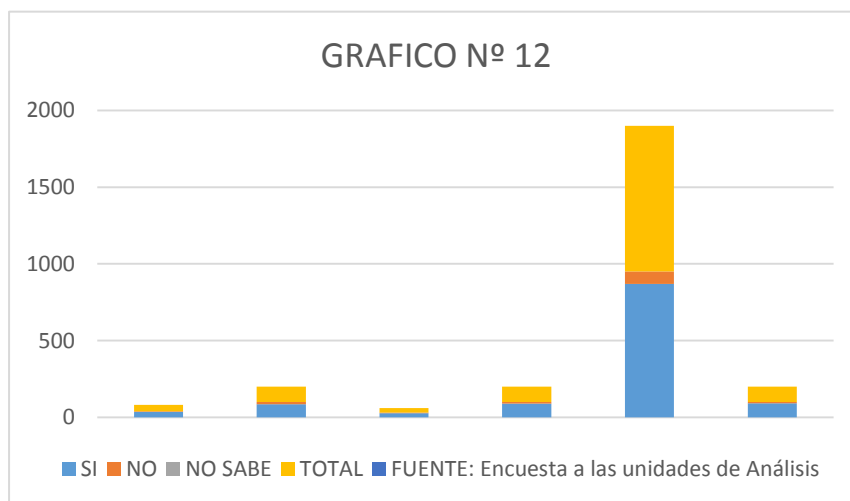
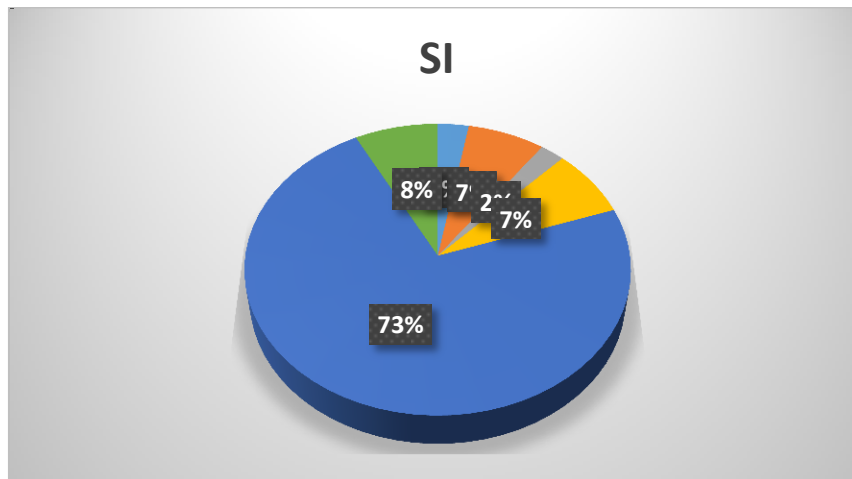


Figura 1 2



### **Análisis e Interpretación.**

En la tabla N: 12, referente a que si es necesario un equilibrio contractual entre los derechos y obligaciones de las partes para que no perjudique al consumidor, un 85% de abogados civiles expresan que si, al igual que un 90% de abogados comerciales y un 91.57% de consumidores.

Podemos afirmar que la mayoría de encuestados consideran que es necesario un equilibrio contractual entre los derechos y las obligaciones de las partes, para que no se perjudique el consumidor

Tabla N: 13

Considera Ud. Que el contrato de consumo puede estipular limitaciones en el ejercicio de los derechos y obligaciones del consumidor, los cuales deben ser razonables y proporcionados, sin causar perjuicio a este.

Tabla 13

**TABLA Nº 13**

INDICADORES	ABOGADOS CIVILES		ABOGADOS COMERCIALES		CONSUMIDORES	
	f	%	f	%	f	%
<b>SI</b>	38	91.5	26	86.66	915	96.25
<b>NO</b>	2	8.5	4	13.34	35	3.75
<b>NO SABE</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100	30	100	950	100

**FUENTE: Encuesta a las unidades de Análisis**

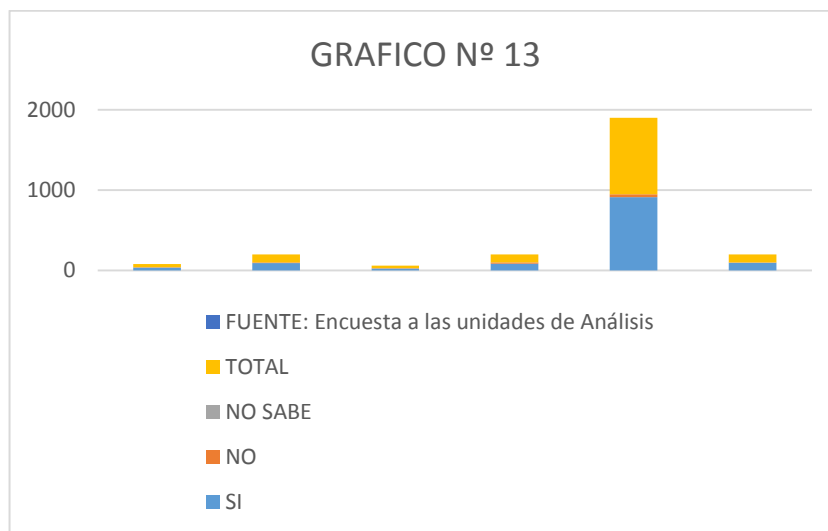
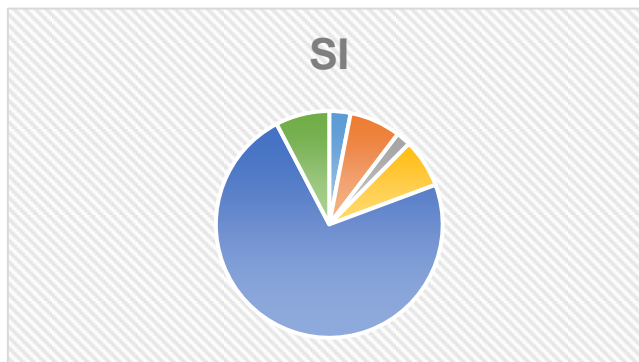




Figura 1 3



### **Análisis e Interpretación**

En la tabla N°13, referente en que si se considera que el contrato de consumo puede estipular limitaciones en el ejercicio de los derechos del consumidor, estas deberán ser razonables y proporcionadas, un 91.50% de abogados civiles respondieron que si, al igual que un 86.66% de abogados comerciales y un 96.25% de consumidores.

Podemos afirmar que la mayoría de encuestados consideran que el contrato de consumo puede estipular limitaciones siempre y cuando sean razonables y proporcionales, sin causar perjuicio al consumidor.

## **3.2. PRUEBA ESTADÍSTICA DE HIPÓTESIS**

### **3.2.1. Comprobación de hipótesis específica a)**

$H_0$  = Si el contrato de consumo cumple con los requisitos de contenido de las clausulas generales de contratación no serán consideradas abusivas entonces deberán ser declaradas inexigibles por la maternidad administrativa.

$H_1$  =Si el contrato de consumo no cumple con los requisitos de contenido de las clausulas generales de contratación serán consideradas abusivas entonces deberán ser declaradas inexigibles por la autoridad administrativa.

De acuerdo a la tabla N° 03, el 85% de abogados civiles, el 80% de abogados comerciales y el 89.47% de consumidores.

Consideran que los proveedores no destacan los aspectos relevantes de la oferta que ofrecen

Tabla N° 05, EL 92.50% de abogados civiles, el 86.66% de abogados comerciales y el 91.89% de consumidores consideran que es una garantía explícita para el consumidor cuando los términos y condiciones se derivan del contrato de consumo. En la tabla 12, un 85.00% de ,abogados civiles, un 90% de abogados comerciales y un 91.57% de consumidores consideran que es necesario un equilibrio contractual entre los derecho y las obligaciones de las partes, para que no se perjudique el consumidor.

Por la información precedente, damos por comprobada la hipótesis específica al de investigación.

### **3.2.2 Comprobación de hipótesis específica b)**

Ho = Si el proveedor no actúa de buena fe informando al consumidor acerca de las clausulas generales de contratación entonces habrá un trato equitativo con equilibrio contractual de los intervinientes en los contratos de consumo.

H1 = Si el proveedor actúa de buena fe informando al consumidor acerca de las clausulas generales de contratación entonces habrá un trato equitativo con equilibrio contractual de los intervinientes en los contratos de consumo.

De acuerdo con la tabla 01, un 87.50% de abogados civiles., un 90% de abogados comerciales y un 86.31% de consumidores consideran que la información referente al contrato de consumo, debe darse al consumidor de manera objetiva y previa para la revisión del contenido. En la tabla 02 un 90% de abogados civiles, un 86.67% de abogados comerciales y un 90.52% de consumidores consideran que el consumidor no está obligado al

cumplimiento del contrato, por no tener acceso previo de la información contractual.

En la tabla N° 08, un 87.50% de abogados civiles, un 90% de abogados comerciales y un 86.84% de consumidores consideran que el contrato de consumo debe ser expreso, en el cual debe constar de modo inequívoco la voluntad de contratar del consumidor.

Con la información precedente, damos por comprobada la hipótesis específica b) de investigación.

### 3.2.3 Comprobación de hipótesis específica c)

Ho. Si el proveedor accede al espacio de negociación de las cláusulas generales de contratación del contrato de consumo entonces el consumidor se verá perjudicado por un desequilibrio contractual relevante a favor de la parte que la luz impuesta.

H1 = Si el proveedor no accede al espacio de negociación de las cláusulas generales de contratación del contrato de consumo entonces el consumidor se verá perjudicado por un desequilibrio contractual relevante a favor de la parte que la ha impuesto.

De acuerdo con la tabla N°04, un 82.50% de abogados civiles, un 90% de abogados comerciales y un 78.94% de consumidores, consideran que si las cláusulas de contratación son abusivas, estas deben ser declaradas inexigible por la autoridad administrativa de consumo.

En la tabla 06, un 90% de abogados civiles, un 80% de abogados comerciales, y un 84.31% de consumidores consideran, que si el consumidor no tiene margen de negociación en la relación contractual, ello conlleva que no puede manifestar sus intereses contractuales, ello conlleva que no puede manifestar sus intereses contractuales. En la tabla N° 09, un 87.50% de abogados civiles, un 83.33% de abogados comerciales y un 88.42% de consumidores consideran que los consumidores no pueden tener ninguna limitación, siempre y cuando esta resulte razonable y proporcional.

Con la información precedente, damos por comprobada, la hipótesis específica c) de investigación.

Con la información precedente, damos por verificada nuestra hipótesis general de investigación:

Si el proveedor redacta las cláusulas generales de contratación de los contratos de consumo sin información oportuna entonces generará un desequilibrio contractual lo que afectará a los derechos del consumidor.

Podemos referir que hay una coincidencia de las unidades de estudio, ya que el hombre como sujeto de necesidades se constituye en protagonista del mercado, por su rol de consumidor, por lo cual tiene todo el derecho de exigir información adecuada, trato justo, para permitirle optar por una decisión de compra eficiente en el mercado de consumo.

Asimismo, en el marco del cumplimiento de normas legales y contractuales, constituye para los proveedores, una verdadera obligación proporcionar de modo objetivo la información al consumidor en la etapa pre-contractual, ya que su incumplimiento generará perjuicios futuros a los consumidores, los cuales deben ser reparados por los proveedores por las omisiones incurridas.

Además, debemos considerar que los resultados evidencian, que las cláusulas generales de contratación, no están dirigidas a regular relaciones jurídicas, ello, se manifiesta en la imposibilidad de discutir las cláusulas, y esto por el poder de negociación que ostenta el proveedor, para alterar los derechos y obligaciones del contratante débil de la relación jurídico mediante el abuso del derecho, a través de la inclusión de cláusulas abusivas.

En definitiva, los consumidores deben acceder a los bienes de consumo acorde a las condiciones publicitadas, con la información exacta, la cual, se presenta en las estipulaciones, en la etapa previa a la celebración del contrato, con la no inclusión de derechos fundamentales y la imposición de condiciones excesivamente estrictas para la concesión de servicios por parte

de los proveedores, por lo tanto corresponde a las instituciones jurídicas del derecho del consumidor brindar soluciones efectivas a los sujetos afectados.

### **3.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Los resultados demuestran que el instrumento es válido para evaluar los contratos de consumo, ya que cuenta con la validez de contenido de constructo y de criterio, en todas sus dimensiones.

Según el juicio de expertos las dimensiones comprendidas en el instrumento comprenden aspectos importantes de este proceso financieros y los indicadores consistentes con cada una de las dimensiones medidas (validez de contenido).

Los porcentajes de las dimensiones muestran una correlación positiva alta entre sí, se deduce que miden el mismo constructo, no obstante no dejan de tener relativa independencia entre sí, lo que permite afirmar miden aspectos relativamente diferentes del mismo constructo.

De la misma manera, el tamaño de la muestra permite realizar un estudio que especifique adecuadamente el significado de los datos aquí presentados, al mismo tiempo se presenta los aspectos críticos de las relaciones positivas entre las variable de estudio.

### 3.4. CONCLUSIONES

PRIMERA.- Se ha determinado que si proveedor guía su conducta, acorde con el principio de información previa y oportuna al acto contractual generara el equilibrio de derechos y obligaciones para que exista un trato equitativo para el consumidor con lo cual se respetará sus derechos.

SEGUNDA.-Se ha evidenciado que el consumidor no cuenta con una capacitación previa contractual en la cual se oriente las decisiones libres e informales a fin de que con las decisiones generen un equilibrio contractual y que los proveedores tengan una actuación responsable con sujeción a la verdadera naturaleza de las conductas en los actos jurídicos dentro de las relaciones de consumo, respetando los derechos del consumidor.

TERCERA.-Se ha comprobado que si el proveedor redacta las cláusulas generales de los contratos de consumo sin información oportuna generará desequilibrio contractual lo que afecta los derechos del consumidor.

### 3.5 SUGERENCIAS

La presente investigación propone la siguiente propuesta legislativa:

#### **ANTEPROYECTO DE LEY**

Propuesta legislativa para modificar el artículo 2° inciso 1 y 2 de la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor.

#### 1. Artículo 2° INFORMACIÓN RELEVANTE

1.1.- El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

1.2.- La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.

1.3.- Sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera efectuado en términos substancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor.

1.4.- Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado.

#### 2. ANALISIS DEL ARTÍCULO.

Se debe regular con favor énfasis la actividad del consumo, en la relación de proveedores y consumidores, en cuanto a los contenidos de los contratos de consumo, buscando proteger los derechos al consumidor.

Todo ello, debe conllevar a crear y asegurar convenientes condiciones económicas de vida, calidad, equidad, seguridad e igualdad ante la Ley.

Debe ser política del Estado, la protección de los derechos del consumidor, como principio rector de la política social del Estado.

Sebe proteger los intereses económicos de los consumidores, contra los métodos comerciales coercitivos, así también contra la información interesadamente equívoca, sobre servicios o productos, que se plasman en las cláusulas de contratos de consumo.

Por lo cual, los proveedores deben proporcionar de modo previo, veraz y oportuno toda la información pertinente a los contenidos de los contratos de consumo, lo que fomentará que el consumidor toma una decisión libre e informada, lo que se orientará al servicio idóneo y el goce de los derechos y de los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas o prácticas que afectan sus legítimos intereses, en consecuencia, la protección jurídica se debe interpretar en el sentido más favorable al consumidor.

### 3. ANALISIS DE COSTO BENEFICIO

El costo beneficio del presente proyecto consiste en:

- a. La presente legislativa no implica desembolso de gasto alguno en el erario nacional.
- b. El presente proyecto de Ley, busca regular lo referente a la información de los consumidores, en referencia al artículo 2° inciso 1 y 2 de la Ley N° 29571 Código de Protección y defensa del consumidor, modificando los incisos considerados en cuanto a la información relevante.



## **PROYECTO DE LEY**

Propuesta legislativa para modificar el artículo 2° incisos 1 y 2 de la Ley 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Por cuanto:

Artículo 1° modificar el texto del artículo 2° inciso 1 y 2 en los siguientes términos:

### Artículo 2° INFORMACIÓN RELEVANTE

1. El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso y consumo adecuado de los productos o servicios.
2. La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.

Artículo 2° modifíquese el artículo 2° inciso 1 y 2 de la Ley N° 29571, conforme al texto sustitutorio siguiente:

### Artículo 2° INFORMACIÓN RELEVANTE

1. El proveedor tiene la obligación bajo responsabilidad de proporcionar al consumidor de modo previo y oportuno toda la información relevante del contenido contractual para la toma decisiones o realizar una elección adecuada de consumo, así como efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
2. La información del contenido contractual debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna, y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en castellano.

Artículo 3° modifíquese el texto normativo propuesto.

### 3.6. FUENTES DE INFORMACIÓN

- ALVAREZ MARTINEZ (2008). Grupos de contrato de consumos. Universidad de la Coruña. España.
- BETTI, E. (2001). Teoría del Negocio Jurídico. Editorial Comares. Granada. España.
  - BULLARD, A. (2012). Derecho y Economía. El análisis económico de las instituciones legales. 2ª Edición. Palestra Editores Lima.
  - CÁRDENAS QUIROZ, Carlos (2002). Autonomía Privada. Contrato y Constituciones en contrato y mercado. Gaceta Jurídica Lima.
  - CÓRDOVA CUTIPA, Iris (2012). Las Cláusulas Generales de Contratación en el Perú y su relación con el estado de desprotección de los derechos del consumidor. UNMSM. Lima.
  - DURAND CARRIÓN, Julio Baltazar (2002) Tratado del Derecho del Consumidor Universidad San Martín de Porres. Lima.
  - ESPINOZA ESPINOZA, Juan (2012). Derechos del Consumidor. Editorial Rodhas Lima.
  - FONTCUBERBA LLANES, Javier (2009). Contrato de distribución de bienes de consumo, Ediciones Jurídicas y sociales. Madrid, España.
  - GARCIA VICENTE, José Ramón (2009). Comentario del texto de la ley general de la defensa de los consumidores y usuarios. Madrid, España.

- GONZALO PACANOVOSKA, Luis (2009) Las cláusulas abusivas. Editorial Aranzzadi. Madrid España.

MALPARTIDA CASTILLO, Víctor (2008). El Derecho del Consumidor y en el Derecho Comparado. UNMSM. Lima.

- MOSSET ITURRASPE, Iván (2006). La relación de consumo y derechos del consumidor. Editorial Astrea. Argentina.

MOSSET ITURRASPE, Lyon (2006). Protección mínima de contrato de consumo de las cláusulas abusivas. Lima Perú.

- PALAMARES BALAGUER, Glenda (2014). La intermediación en los contratos de consumo. Universidad de Barcelona. España.

- PAREDES NÚÑEZ, Julio. (2008). Manual para la investigación científica. Séptima Edición. Arequipa.

- REZZONICO, Juan Carlos (1997). Contratos con cláusulas predispuestas. Editorial Astrea. Buenos Aires.

- RIEGA-VIRU, Yasmina (2010). Investigación y desarrollo de técnicas en Derecho. Primera Edición. Lima.

- RIVAS BELLOTI, Rosa Luz (1999) El Derecho del Consumidor. USMP. Lima.

- RUSCONI, Dante D. (2009), Manual del Derecho del Consumidor. Editorial Abeledo Perrot. Buenos Aires.

- STEIN, José L. (2004). Protección del Consumidor de Inglaterra. Universidad Autónoma de México.

- STIGLITZ, Gabriel (2001). Reglas para la defensa de los consumidores y usuarios. Editorial Juris Rosario. Buenos Aires.
- STIGLITZ, Rubén (2000). Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección del consumidor. Editorial De Palma. Buenos Aires.
- VEGA MERE, Yuri (2001). El contrato de consumo. Editorial Griley. Lima Perú.
- VILLORTA CERNA, Marco (2010). Protección mínima del contrato del consumo y las cláusulas abusivas. Lima Perú

**WEEBGRAFIA**

-<https://www.pj.gob.pe/wps.pe/wcm/connect/14aa100047544a6cbf37ff6da8fa37d>

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/2210/deDEPAJL.PDF?sequence=1>

-[www.sbs.gob.pe/repositorio\\_aps/0/.../clausulas\\_prohibidas\\_SBS.doc](http://www.sbs.gob.pe/repositorio_aps/0/.../clausulas_prohibidas_SBS.doc)

-<http://www.monografias.com/trabajos105/proteccion-al-consumidor-peru-y-sus-principales-problemas/proteccion-al-consumidor-peru-y-sus-principales-problemas.shtml#IZZ4XAK1T8b>

-<http://www.monografias.com/trabajos105/protección-al-consumidor-peru-y-sus-principales-problemas/protección-al-consumidor-peru-y-sus-principales-problemas.shtml>

## ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES INDICADORES	METODOLOGIA
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿De qué manera las cláusulas generales de contratación de los contratos de consumo generan una situación de desequilibrio contractual limitando con ello los derechos del consumidor, en el Distrito de Tacna, en el año 2018?</p> <p><b>Problemas Secundarios</b></p> <p>a) De qué modo</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar cómo las cláusulas de contratación de los contratos de consumo generan situaciones de desequilibrio contractual que limitan los derechos del consumidor.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Establecer el desconocimiento de las</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>Si el proveedor redacta las cláusulas generales de contratación de los contratos de consumo sin información oportuna y con buena fe entonces generara un desequilibrio contractual lo que afectara a los derechos del</p>	<p><b>VARIABLES</b></p> <p>Independiente "X"</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información Contractual</li> <li>• Buena Fe</li> <li>• Requisitos de contenido</li> </ul> <p>Medición Nominal</p> <p><b>VARIABLE</b></p> <p>Dependiente "Y"</p> <p>Contrato de Consumo</p> <p><b>Indicadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vulnerabilidad del Consumidor</li> <li>• Desequilibrio</li> </ul>	<p><b>Tipo de Investigación</b></p> <p>Básica</p> <p><b>Nivel de Investigación</b></p> <p>Explicativo</p> <p><b>Diseño de la Investigación</b></p> <p>Descriptiva</p> <p><b>Enfoque de la Investigación</b></p> <p>Dialectico</p> <p>Método</p> <p>Análisis Histórico</p> <p>Población y muestra</p> <p>Muestreo probabilístico y representativo</p> <p>Técnica e instrumentos de</p>

<p>el desconocimiento de las cláusulas referentes al contenido de los contratos de consumo afecta al consumidor ya que no puede hacer prevalecer sus derechos ante el proveedor?</p> <p>b) De qué manera la buena fe en las cláusulas generales de contratación de los contratos de consumo constituye trato equitativo entre las partes</p>	<p>cláusulas referentes al contenido de los contratos de consumo que afectan al consumidor.</p> <p>Explicar cómo la buena fe de las cláusulas generales de contratación constituye trato equitativo entre las partes contractuales.</p> <p>Determinar que la imposición dentro del margen de negociación</p>	<p>consumidor.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <p>Si el contrato de consumo no cumple con los requisitos de contenido las cláusulas generales de contratación serán consideradas abusivas entonces deberán ser declaradas inexigibles por la autoridad administrativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si el proveedor actúa de</li> </ul>	<p>contractual</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilibrio de derechos y obligaciones</li> </ul> <p>Medición Nominal</p>	<p>recolección de información</p> <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Análisis</li> </ul> <p>Documental</p> <p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> <li>• Fichas de</li> </ul> <p>Registro</p> <p>Validez de los Instrumentos</p> <p>Juicio e Expertos</p> <p>Procesamiento Estadística</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>contractuales? c) De qué manera el margen de negociación impuesto por el proveedor a través de los contratos de consumo perjudica al consumidor dentro de la relación contractual?</p>	<p>de los contratos de consumo perjudica al consumidor.</p>	<p>mala fe con el consumidor el equilibrio de derechos y obligaciones insertas en las cláusulas generales de contratación entonces habrá un trato equitativo con equilibrio contractual de los intervinientes en los contratos de</p>		
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



		<p>consumo.</p> <p>Si el proveedor no accede al espacio de negociación de las cláusulas generales de contratación del contrato de consumo entonces el consumidor se verá perjudicado por un desequilibrio contractual relevante a favor de la parte que la ha impuesto.</p>		
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

## Anexo 02: Instrumentos: cuestionario de preguntas (tesis cuantitativa)

### ENCUESTA

Señor (ita)

Por favor sírvase responde sobre: el consumidor en las cláusulas generales de los Contratos de Consumo

Objetivo:

Determinar como la relación contractual afecta derechos del consumidor.

#### **VARIABLE "X"**

#### **Indicador: Información contractual**

1. Considera Ud. Que la información sobre el contrato de consumo debe ser brindado al consumidor de manera oportuna y previa para la revisión de su contenido

Si

No

Nunca

2. Considera Ud., que si no se cumple con la accesibilidad de la información al consumidor , este no está obligado a su cumplimiento por no haber tenido previo conocimiento

Si

No

Nunca

3. Considera Ud., que la promociones y publicidad de los proveedores son incompletas ya que no destacan los aspectos relevantes de la oferta de bienes y/o servicios que ofrecen

Si

No

Nunca

**Indicador: buena fe**

4. Considera que si las cláusulas se consideran como abusivas, estas deben ser declaradas inexigibles por la autoridad administrativa de consumo en vía de control posterior al conocimiento de un caso concreto?

Si

No

Nunca

5. Considera Ud., que se debe considerar como una garantía explícita para el consumidor cuando los términos y condiciones ofrecidos se derivan de lo ofrecido en el contrato de consumo?

Si

No

Nunca

**Indicador: Requisitos de contenido**

6. Considera Ud., que si el consumidor no tiene margen de negociación en la relación contractual, no puede exponer sus intereses pre-contractuales?

Si

No

Nunca

7. ¿Considera Ud., que la promoción, oferta, publicidad obliga al proveedor a cumplir sin ninguna excusa previa?

Si

No

Nunca

**VARIABLE "Y"****Indicador: Vulnerabilidad del consumidor**

8. Considera Ud., que en el contrato de consumo debe ser expreso y constar en forma inequívoca la voluntad de contratar en el consumidor?

Si

No

Nunca

9. Considera Ud., que los derechos legales de los consumidores no pueden tener ninguna limitación siempre que resulte razonable y proporcional?

Si

No

Nunca

**Indicador: Desequilibrio contractual**

10. Considera Ud., que las cláusulas abusivas generan un desequilibrio contractual relevante ya que vienen impuestas de modo unilateral y arbitraria en el contrato de consumo?

Si

No

Nunca

11. Considera Ud., que los contratos de consumo deben tratar al consumidor en forma leal y equitativa para que no haya un desequilibrio contractual?

Si

No

Nunca

**Indicador: Equilibrio de derechos y obligaciones**

12. Considera Ud., que es necesario un equilibrio contractual entre los derechos y obligaciones de las partes para que no surja una situación de perjuicio para el consumidor?

Si

No



Nunca

13. Considera Ud., que el contrato de consumo puede estipular limitaciones en el ejercicio de los derechos del consumidor, las cuales deben ser razonables y proporcionadas, sin causar perjuicio a esta.

Si

No

Nunca

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): JOSÉ GALDERRA, Antonio RIVERA
- 1.2. Grado Académico: ABOGADO
- 1.3. Profesión: ABOGADO
- 1.4. Institución donde labora: ESTUDIO JURÍDICO - INDEPENDIENTE
- 1.5. Cargo que desempeña: ABOGADO
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
CUESTIONARIO
- 1.7. Autor del instrumento: JESÚS ATAHUALSI CHAPARRO
- 1.8. Programa de postgrado: DERECHO CIVIL Y COMERCIAL

### II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						27

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN fe - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

### III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

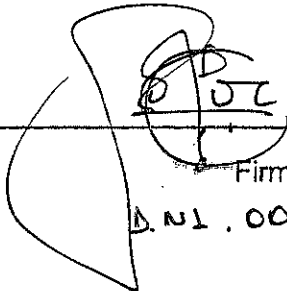
3.1. Valoración total cuantitativa: 27



3.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_  
 NO FAVORABLE \_\_\_\_\_

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2

Tacna, 28 DICIEMBRE 2018.

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma  
 D.N.I. 00400666

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:



- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Gambella Gonzalez Nestor
- 1.2. Grado Académico: Abogado
- 1.3. Profesión: Abogado
- 1.4. Institución donde labora: Municipalidad Provincial de Tacna
- 1.5. Cargo que desempeña: Fiscalizador
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Jesús Atahpa si Chaparro
- 1.8 Programa de postgrado: Derecho Civil y Comercial

### II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>					27	



	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
Codificación CEIN íve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

**III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**



- 3.1. Valoración total cuantitativa: 27
- 3.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR   
 NO FAVORABLE
- 3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Tacna, 28 diciembre 2013.



Firma

00485987

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Postgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos	
Codificación CEIN IVE - 001	Versión 00	Vigencia 2015
		Páginas 02



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): ... *Condori María Vladimiro* .....
- 1.2. Grado Académico: ... *Abogado* .....
- 1.3. Profesión: ... *Abogado* .....
- 1.4. Institución donde labora: ... *Municipalidad Provincial de Tacna* .....
- 1.5. Cargo que desempeña: ... *Secretario Municipal* .....
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
..... *Questionario* .....
- 1.7. Autor del instrumento: ... *José Makusi Choque* .....
- 1.8. Programa de postgrado: ... *Derecho Civil y Comercial* .....

### II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						27

	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Posgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
<b>Codificación</b> CEIN I've - 001	<b>Versión</b> 00	<b>Vigencia</b> 2015	<b>Páginas</b> 02

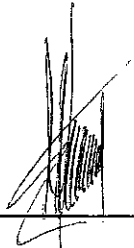
### III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 27



3.2. Opinión: FAVORABLE xiv DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_  
 NO FAVORABLE \_\_\_\_\_

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Tacna, 28 diciembre 2013.

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma

00422264

	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Postgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): PACOMPIA TOZA, JUAN FRANCISCO
- 1.2. Grado Académico: Bachiller
- 1.3. Profesión: Abogado
- 1.4. Institución donde labora: Estudio Jurídico Independiente
- 1.5. Cargo que desempeña: Abogado
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Jesús Atahualpa Chaparro
- 1.8. Programa de postgrado: Derecho Civil y Comercial

### II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						27

	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Posgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
<b>Codificación</b> CEIN IVE - 001	<b>Versión</b> 00	<b>Vigencia</b> 2015	<b>Páginas</b> 02

**III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**



3.1. Valoración total cuantitativa: 27

3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_  
 NO FAVORABLE \_\_\_\_\_

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Tacna, 28 diciembre 2018.

  
 \_\_\_\_\_  
**JUAN F. PACOMPIA TOZA**  
**ABOGADO**  
**REG. 0233**  
*Ilustre Colegio de Abogados de Tacna*  
 00442949

	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Posgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Adriana Paula Arguedas*
- 1.2. Grado Académico: *Abogado*
- 1.3. Profesión: *Abogado*
- 1.4. Institución donde labora: *Municipalidad Provincial de Tacna*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Fiscalizador*
- 1.6. Denominación del Instrumento: *Cuestionario*
- 1.7. Autor del instrumento: *Jesús Alakusi Chaparro*
- 1.8. Programa de postgrado: *Derecho Civil y Comercial*

### II. VALIDACIÓN


INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Mal	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						27



	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Posgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
<b>Codificación</b> CEIN IVE - 001	<b>Versión</b> 00	<b>Vigencia</b> 2015	<b>Páginas</b> 02

**III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 27
- 3.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_  
 NO FAVORABLE \_\_\_\_\_
- 3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Tacna, 28 diciembre 2018.

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma  
 00415974

	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Postgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Rafael Vozallo Ledy Guizado
- 1.2. Grado Académico: Bachiller, Titulo Profesional: Abogado
- 1.3. Profesión: Abogado
- 1.4. Institución donde labora: Comunidad Agraria Agrícola CIMA
- 1.5. Cargo que desempeña: Secretario General
- 1.6. Denominación del Instrumento: Questionario
- 1.7. Autor del instrumento: José Abalos Chaparro
- 1.8. Programa de postgrado: Derecho Civil y General

### II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
<b>1. CLARIDAD</b>	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
<b>2. OBJETIVIDAD</b>	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
<b>3. CONSISTENCIA</b>	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
<b>4. COHERENCIA</b>	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
<b>5. PERTINENCIA</b>	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
<b>6. SUFICIENCIA</b>	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						27



	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Posgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
<b>Codificación</b> CEIN fve - 001	<b>Versión</b> 00	<b>Vigencia</b> 2015	<b>Páginas</b> 02

### III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN



3.1. Valoración total cuantitativa: 27

3.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_  
 NO FAVORABLE \_\_\_\_\_

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Tacna, 28 diciembre 2018.

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma 18211957.

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): POLO BRAVO, DANIEL JOSÉ
- 1.2. Grado Académico: ABOGADO
- 1.3. Profesión: ABOGADO
- 1.4. Institución donde labora: ESTUDIO JURIDICO INDEPENDIENTE
- 1.5. Cargo que desempeña: ABOGADO
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
CUESTIONARIO
- 1.7. Autor del instrumento: JESUS ATAHUALSA CHAPARRO
- 1.8. Programa de postgrado: D.E.P.H.R. CIVIL Y COMERCIAL

### II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						27

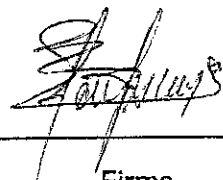
	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Posgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
<b>Codificación</b> CEIN fve - 001	<b>Versión</b> 00	<b>Vigencia</b> 2015	<b>Páginas</b> 02

### III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN



- 3.1. Valoración total cuantitativa: 27
- 3.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR   
 NO FAVORABLE
- 3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2

Tacna, 23 DICIEMBRE 2018.



\_\_\_\_\_  
 Firma  
 DNI N° 25588873

	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Postgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): LEON HUAYANCA FREDY
- 1.2. Grado Académico: MAGISTER
- 1.3. Profesión: ABOGADO
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA CIMA
- 1.5. Cargo que desempeña: ASESOR JURIDICO
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
CUESTIONARIO
- 1.7. Autor del instrumento: JESUS ATAHUASI CHAPARRO
- 1.8. Programa de postgrado: DERECHO CIVIL Y COMERCIAL

### II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>		<b>27</b>				

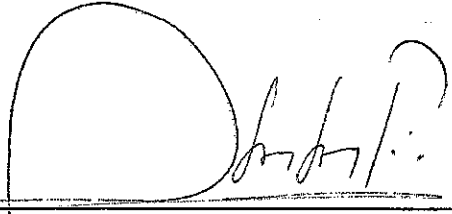
	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Posgrado Centro de Investigación <b>Formato de Validación por expertos</b>		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02



**III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 27
- 3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_  
 NO FAVORABLE \_\_\_\_\_
- 3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2

Tacna, 28 DICIEMBRE 2018

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma  
 00494283.

	<b>UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA</b> Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN IVE - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): PEZO JIMENEZ OMAR
- 1.2. Grado Académico: Maestría en Derecho con mención en ciencias Penales
- 1.3. Profesión: ABOGADO
- 1.4. Institución donde labora: U.N.D.B.G. - U.L.C.
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Dr. JES. Adriano Chaparro
- 1.8. Programa de postgrado: Derecho Civil y Comercial

### II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						27

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

### III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN



- 3.1. Valoración total cuantitativa: 27
- 3.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR   
NO FAVORABLE
- 3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Tacna, 28 - DICIEMBRE 2018.



Firma

46971153

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos	
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015
		Páginas 02

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Sarmiento O'Hambí, Herminia
- 1.2. Grado Académico: Doctora
- 1.3. Profesión: Abogada
- 1.4. Institución donde labora: Estudio Jurídico Independiente
- 1.5. Cargo que desempeña: Abogado
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: JESUS ATAHUASI CHAPARRO
- 1.8. Programa de postgrado: DERECHO CIVIL Y COMERCIAL

### II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					✓
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>		<b>27</b>				



	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

### III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

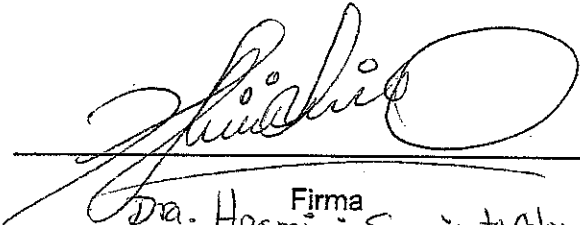
3.1. Valoración total cuantitativa: 27

3.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR   
 NO FAVORABLE

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2

Tacna, 28 - DICIEMBRE 2018.

  
 Firma  
 Da. Herminia Sarmento Atambí  
 DNI 00451086