



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS EMPRESARIALES
Y PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS

**LA REGULACIÓN NORMATIVA DEL LIBRO DE
RECLAMACIONES DS. 011-2011-PCM Y SU EFICACIA
COMO MECANISMO DE PROTECCIÓN DEL DERECHO
DEL CONSUMIDOR AREQUIPA, AÑOS 2019 - 2021**

PRESENTADO POR

BACH. WALTER GREGORIO IDME SALAZAR

BACH. SOLEDAD MEDRANO CUYO

ASESOR

DR. CARLOS ENRIQUE MAMANI JOVE

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

MOQUEGUA – PERÚ

2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	1
PAGINA DE JURADO	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTOS	4
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	11
RESUMEN.....	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I.....	18
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	18
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	18
1.2 Definición de problema	24
1.2.1 Interrogante General.....	24
1.2.2 Interrogantes específicas	24
1.3 Objetivos de la investigación.....	25
1.3.1 Objetivo General	25
1.3.2 Objetivos Específicos	25
1.4 Justificación e importancia de la investigación	25
1.4.1. Justificación académica	25
1.4.2. Justificación social	25
1.4.3. Justificación metodológica.	26
1.4.4. Justificación ética	26
1.5 Variables. Operacionalización.....	26
1.5.1 Variable Independiente.....	26
1.5.2 Variable Dependiente	27
1.6 Hipótesis de la investigación.....	27
1.6.1. Hipótesis general	27
1.6.2. Hipótesis específicas	27

CAPÍTULO II	28
MARCO TEÓRICO	28
2.1 Antecedentes de la investigación.....	28
2.1.1 Internacionales.....	28
2.1.2 Nacionales	28
2.1.3 Antecedentes locales	34
2.2 Bases teóricas	36
2.2.1. Definiciones.....	36
2.2.2 Antecedentes y finalidad de la norma	39
2.2.3 Importancia legal del Libro de Reclamaciones	40
2.2.4 Principales normas y modificaciones del Reglamento	42
2.2.5 Etapas para el uso del libro de reclamación según la normativa peruana	53
2.2.6 Componentes en la gestión de reclamos.....	59
2.2.7 Derecho del consumidor y su protección a través de la normativa	62
2.2.4.1 Derechos fundamentales del consumidor.....	63
2.2.4.2 Mecanismos alternativos para la resolución de conflictos	64
2.2.8 INDECOPI en el Marco Legal Peruano	67
2.3 Marco Conceptual	70
CAPÍTULO III	72
MÉTODO.....	72
3.1 Tipo de investigación.	72
3.2. Diseño de investigación.....	72
3.3. Población y muestra.	73
3.3.1. Población	73
3.3.2. Muestra.	73
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	73
3.4.1. Técnicas de recolección de datos	73
3.4.1.1. Observación documental.	73
3.4.1.2. Encuesta.....	73
3.4.2. Instrumentos de recolección de datos	74
3.4.2.1. Fichas bibliográficas.....	74

3.4.2.2. Cuestionario de preguntas	74
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	74
CAPÍTULO IV	75
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	75
4.1 Resultados de la encuesta aplicada a Profesionales en derecho.....	75
CAPÍTULO V	120
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	120
5.1. Conclusiones	120
5.2. Recomendaciones	122
BIBLIOGRAFÍA	123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	52
Clasificación infracciones	52
Tabla 2.....	56
Pasos a seguir	56
Tabla 3.....	58
Plazos	58
Tabla 4.....	60
Proveedores - definiciones	60
Tabla 5.....	75
Respecto a la regulación normativa del Libro de Reclamaciones DS. 011-2011-PCM, ¿Qué opinión le merece como mecanismo de defensa del consumidor?	75
Tabla 6.....	77
¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo de atención a los reclamos?.....	77
Tabla 7.....	79
¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo para solucionar los reclamos de los consumidores?	79
Tabla 8.....	81
¿Con que nivel de eficacia considera que la normativa del Libro de Reclamaciones se defienden los derechos del consumidor?	81
Tabla 9.....	83
¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es un medio que permite la conciliación, negociación o mediación y evita se trasgreda los derechos del consumidor?	83
Tabla 10.....	85
¿Se están cumpliendo los procedimientos legales en el uso del libro de reclamaciones?	85
Tabla 11.....	87
¿Considera que las sanciones por no cumplir con el uso del libro de reclamaciones son convenientes?.....	87
Tabla 12.....	88

¿Usted considera que el libro de reclamaciones está resultando idóneo para defender los derechos del consumidor?	88
Tabla 13.....	90
Aspectos positivos de la normativa del libro de reclamaciones.....	90
Tabla 14.....	92
Deficiencias de la normativa del libro de reclamaciones.....	92
Tabla 15.....	94
¿Qué sugerencias propone para mejorar esta normativa?.....	94
Tabla 16.....	95
¿Tiene conocimiento de que es un Libro de Reclamaciones?.....	95
Tabla 17.....	97
¿Para qué sirve el Libro de Reclamaciones?.....	97
Tabla 18.....	98
¿Alguna vez ha solicitado el Libro de Reclamaciones?.....	98
Tabla 19.....	100
Lugares y ubicación de los Libros de Reclamaciones se encuentran en lugares vistosos?	100
Tabla 20.....	102
¿Usted cree que con la implementación del Libro de Reclamaciones se protege los derechos del consumidor?.....	102
Tabla 21.....	103
¿A través del uso del Libro de Reclamaciones considera que en forma inmediata usted podría resolver su reclamo o queja?	103
Tabla 22.....	105
Considera que el Libro de Reclamaciones tiene calidad de resolución legal como mecanismo de defensa de sus derechos.	105
Tabla 23.....	106
¿Qué nivel de eficacia tiene la implementación legal del Libro de Reclamaciones en la atención y solución de los reclamos?	106
Tabla 24.....	108
¿En qué medida considera que la implementación legal del Libro de Reclamaciones defiende los derechos del consumidor ante un reclamo?	108
Tabla 25.....	110

¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?.....	110
Tabla 26.....	111
¿Al escribir un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones fue atendido de forma alturada?	111
Tabla 27.....	113
¿Considera que en el Libro de Reclamaciones estuvieron correctamente diseñadas las hojas para registrar su reclamo?.....	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	43
Ilustración de la publicación en el establecimiento del Libro de Reclamaciones.....	43
Figura 2	49
Características libro de reclamaciones	49
Figura 3	53
Tipos de empresas	53
Figura 4	54
Etapas del proceso de gestión de reclamos	54
Figura 5	55
Formato de la hoja de reclamación en el libro de reclamos	55
Figura 6	55
Pasos en el registro en el proceso de reclamos mediante la plataforma digital	55
Figura 7	57
Proceso de atención del libro de reclamaciones en la plataforma digital	57
Figura 8	64
Conocimiento de causa	64
Figura 9	68
Figura Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor	68
Figura 10	69
Frentes de actuación del INDECOPI	69
Figura 11	77
Respecto a la regulación normativa del Libro de Reclamaciones DS. 011-2011-PCM, ¿Qué opinión le merece como mecanismo de defensa del consumidor?	77
Figura 12	79
¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo de atención a los reclamos?.....	79
Figura 13	81
¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo para solucionar los reclamos de los consumidores?	81
Figura 14	82

¿Con qué nivel de eficacia considera que la normativa del Libro de Reclamaciones se defienden los derechos del consumidor?	82
Figura 15	85
¿Considera que con la normativa del Libro de Reclamaciones es un medio que permite la conciliación, negociación o mediación y evita se trasgreda los derechos del consumidor?	85
Figura 16	86
¿Se están cumpliendo los procedimientos legales en el uso del libro de reclamaciones?	86
Figura 17	88
¿Considera que las sanciones por no cumplir con el uso del libro de reclamaciones son convenientes?.....	88
Figura 18	89
¿Usted considera que el libro de reclamaciones está resultando idóneo para defender los derechos del consumidor?	89
Figura 19	91
Aspectos positivos de la normativa del libro de reclamaciones.....	91
Figura 20	93
Deficiencias de la normativa del libro de reclamaciones.....	93
Figura 21	95
¿Qué sugerencias propone para mejorar esta normativa?.....	95
Figura 22	96
¿Tiene conocimiento de que es un Libro de Reclamaciones?.....	96
Figura 23	98
¿Para qué sirve el Libro de Reclamaciones?.....	98
Figura 24	99
¿Alguna vez ha solicitado el Libro de Reclamaciones?.....	99
Figura 25	101
¿Lugares y ubicación de los Libros de Reclamaciones se encuentran en lugares vistosos?	101
Figura 26	103
¿Usted cree que con la implementación del Libro de Reclamaciones se protege los derechos del consumidor?.....	103

Figura 27	104
¿A través del uso del Libro de Reclamaciones considera que en forma inmediata usted podría resolver su reclamo o queja?	104
Figura 28	106
Considera que el Libro de Reclamaciones tiene capacidad de resolución legal como mecanismo de defensa de sus derechos.	106
Figura 30	108
Considera que la eficacia de la implementación legal del Libro de Reclamaciones en la atención y solución de los reclamos es:	108
Figura 31	109
¿En qué medida considera que la implementación legal del Libro de Reclamaciones defiende los derechos del consumidor ante un reclamo?	109
Figura 32	111
¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?	111
Figura 33	112
¿Al escribir un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones fue atendido de forma oportuna?	112
Figura 34	113
¿Considera que en el Libro de Reclamaciones estuvieron correctamente diseñadas las hojas para registrar su reclamo?	113
Figura 35	115
¿Qué procedimiento tuvo que seguir para hacer uso del Libro de Reclamaciones?. ..	115
Figura 36	117
¿Cuál fue el nivel de eficacia del uso del Libro de Reclamaciones en la atención y solución de su reclamo o queja?	117
Figura 37	118
¿Con el uso del Libro de Reclamaciones logro resolver y siento que protegí sus derechos como consumidor?	118
Figura 38	119
¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor?	119

RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata sobre la regulación normativa del Libro de Reclamaciones DS. 011-2011-PCM y su eficacia como mecanismo de protección del derecho del consumidor. Arequipa, años 2019 - 2021. En el art. 65° de la Constitución se reconoce la defensa del consumidor; así, el Estado impulsa a la solución de conflictos entre proveedores y consumidores; con el fin de hacer valer los derechos de éstos últimos; en los arts. 150° y 151° de la Ley de Protección y Defensa del consumidor N° 29571 se inserta la figura del Libro de Reclamaciones, que obliga a los establecimientos comerciales, ponerlo a disposición de los consumidores para que hagan denotar su reclamo; sin embargo, no tiene calidad de denuncia, ya que no da lugar a procedimientos legales-administrativo que sancionen al infractor. Su estudio comprende principalmente las implicancias y eficacia de esta normativa como mecanismo de defensa de los derechos del consumidor.

Se aplicó la técnica de encuesta a través del instrumento cuestionario aplicado a 10 profesionales en derecho; 50 consumidores en general y 25 consumidores que han hecho uso del libro de reclamaciones; sus resultados concluyeron en que:

Los efectos de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM tiene un efecto positivo, de carácter disuasivo en la protección del derecho del consumidor; no obstante, al estar orientada a promover la solución; sin que exista la obligación legal de resolver el reclamo, el cual es dejado a voluntad de las partes; no se constituye en un mecanismo integral de protección de los derechos del consumidor. El grupo de profesionales en derecho y consumidores encuestados consideran que no es idóneo y poco o nada eficaz como mecanismo de protección de los derechos del consumidor. Y en el caso de los consumidores que hicieron uso del libro de reclamaciones consideran que la atención de su reclamo fue medianamente eficaz; pero es poco o nada eficaz respecto a su solución; de esta manera no logra proteger sus derechos como consumidor.

Palabras clave: Libro de Reclamaciones, derecho del consumidor, mecanismo de protección.

ABSTRACT

This research paper deals with the normative regulation of the Book of Complaints DS. 011-2011-PCM and its effectiveness as a mechanism for the protection of consumer rights. Arequipa, years 2019 - 2021. In art. 65° of the Constitution recognizes the defense of the consumer; Thus, the State promotes the solution of conflicts between suppliers and consumers; in order to enforce the rights of the latter; in the arts. 150° and 151° of the Consumer Protection and Defense Law No. 29571 inserts the figure of the Complaints Book, which obliges commercial establishments to make it available to consumers so that they can denote their claim; however, it does not have the quality of a complaint, since it does not give rise to legal-administrative procedures that penalize the offender. His study mainly includes the implications and effectiveness of this regulation as a mechanism to defend consumer rights.

The survey technique was applied through the questionnaire instrument applied to 10 legal professionals; 50 consumers in general and 25 consumers who have made use of the complaint book; their results concluded that:

The effects of the normative regulation of the claim book DS. 011-2011-PCM has a positive, dissuasive effect on the protection of consumer rights; However, since it is oriented to promote the solution; without the existence of a legal obligation to resolve the claim, which is left to the will of the parties; It does not constitute a comprehensive mechanism for the protection of consumer rights. The group of legal professionals and consumers surveyed consider that it is not suitable and little or not at all effective as a mechanism for the protection of consumer rights. And in the case of consumers who made one of the claims book, they consider that the attention to their claim was moderately effective; but it is little or nothing effective regarding its solution; in this way it fails to protect your rights as a consumer.

Key words: Complaint book, consumer law, protection mechanism.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: La regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM y su eficacia como mecanismo de protección del derecho del consumidor. Arequipa, años 2019 - 2021. En el art. 65° de la Constitución se reconoce la defensa del consumidor; así, el Estado impulsa a la solución de conflictos entre proveedores y consumidores, muchas veces a través de arbitrajes o conciliadores, mediadores, entre otros. Los legisladores en su búsqueda por defender los derechos del consumidor y dentro de ella establecer una normativa que permita la atención y solución de los reclamos de manera más idónea y eficaz se procede a insertar la figura del Libro de reclamaciones en los arts. 150° y 151° de la Ley de Protección y Defensa del consumidor N° 29571 que obliga a los establecimientos comerciales a contar con el Libro mencionado, su atención y respuesta al reclamo.

Se formuló como interrogante general: ¿Cuáles son los efectos de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS? 011-2011-PCM y que eficacia tiene como mecanismo de protección del derecho del consumidor. Arequipa, años 2019 - 2021?; en base a ello se ha disgregado las siguientes interrogantes específicas: a. ¿Cuál es la regulación normativa del libro de reclamaciones DS? 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor?; b. ¿Cuáles son las implicancias legales tiene la regulación normativa del libro de reclamaciones DS? 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor?, y c. ¿Cuál es la eficacia de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor?

Consecuentemente se ha formulado como objetivo general: Determinar los efectos de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM y que eficacia tiene como mecanismo de protección del derecho del consumidor. Arequipa, años 2019 - 2021; se disgrega en los siguientes objetivos específicos: a. Analizar la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor; b. Señalar las implicancias legales de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM

como mecanismo de protección del derecho del consumidor; y c. Evaluar la eficacia de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor.

El trabajo sistematizado se encuentra estructurado en cuatro capítulos:

El primer capítulo denominado “El problema de investigación”, contiene la descripción del problema de investigación, las interrogantes y objetivos de la investigación, así también, contiene la justificación; las variables e hipótesis formulada de manera tentativa.

El segundo capítulo II, denominado “Marco teórico”, en este se presenta los antecedentes investigativos sobre el tema investigado; también se presenta el desarrollo teórico en relación a las variables de investigación.

El tercer capítulo Titulado “Método”, en él se desarrolla el marco metodológico de la investigación.

El cuarto capítulo presenta los resultados de la investigación, producto de la aplicación de los instrumentos de investigación, el cuestionario, elaborado según las variables e indicadores de la investigación; sistematizados en tablas y figuras estadísticas, debidamente interpretadas y analizadas, según el marco teórico, objetivos e hipótesis de la investigación.

Y en el quinto capítulo se presentan las conclusiones que responden a los objetivos e interrogantes formulados en la investigación; así como las sugerencias y bibliografía respectiva.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

Gran parte de países a nivel mundial, cuentan con una normatividad que protege los derechos del consumidor, la normatividad le otorga derechos al consumidor, considerados obligatorios a los que no puede renunciar.

Muchas veces, existe desconocimiento por parte de los usuarios que solicitan el servicio o el producto; existiendo una serie de maniobras de inescrupulosas organizaciones que no dan cumplimiento a las disposiciones de la protección de los consumidores; es así que de manera sutil, a veces los hace firmar algunas cláusulas abusivas que van en contra de la ley, los que favorecen los intereses de las empresas que ofertan sus productos y/o prestan servicios; en otros casos difunden promociones que no se cumplen, o los productos o servicios no presentan la calidad ofrecida.

La manera como la ley pone a disposición de los consumidores puedan defender sus derechos es a través del reclamo, que actualmente precisa tres vías:

La primera vía: En forma directa a la empresa u organización que brinda el servicio o vende el producto.

La segunda vía, es a través de la Asociación de Consumidores, donde el usuario tiene la libertad de escoger quien lo representa en la defensoría de sus derechos; así, en el caso del Perú, la existencia de la asociación ASPEC,

La tercera vía mediante la administración pública con la finalidad de ponerse en acuerdo entre las partes, en términos pacíficos. Sin embargo, por medio de la vía judicial se trata de un proceso engorroso y más la carga procesal, los términos de los plazos de juicio se alargan más de lo previsto, pero al mismo tiempo tiene asegurada su defensa con un abogado especialista.

En la legislación española sobre la Defensa del Consumidor faculta el reclamo por las compras, sean de manera presencial y virtual con el mismo vendedor, sin embargo, surge una observación en el art. 124° frente a problemas de inconformidad con el producto se resuelve con el mismo productor.

En el caso de los Estados Unidos, donde los Estados poseen sus propias leyes, existe la presencia de la Comisión Federal de Comercio, pero también se dan situaciones, cuando dos empresas ingresan a un conflicto, entonces se da la figura de un arbitraje. Asimismo, en el año 1914 fue aprobada esta ley, con la finalidad de prevenir la malversación modificando la venta de los bienes y servicios, pese a ello, estas comisiones no tienen la facultad de resolver una queja.

De esta manera la Comisión desarrolla un papel de mediador o intermediador, con la intencionalidad de llegar a un acuerdo bilateral, en la que ambos tengan satisfacción; pero en el caso que no haya un acuerdo, entonces la Federal Trade Commission Act traslada la queja hacia el Tribunal de Justicia con el objeto que le pongan fin a la controversia, a partir de una solución.

Pero, también esta Comisión Federal de comercio en la que se ventilan los casos de fraudes que existen en el momento de hacer compras sea por la línea virtual o presencial, y las modalidades que el usuario hace uso de tarjetas de crédito, ya que se viene detectando la modalidad, los robos online, la cual se realiza a través de cobranzas indebidas, identidades falsas, etc.

En América Latina, en las Cartas Constitucionales se ha venido contemplando regular cada vez más las normas para proteger mejor los derechos de los consumidores. A continuación se dará a conocer un panorama general, de algunos países, que hacen

mención referente a la aplicación de la protección del derecho, tanto del consumidor como del usuario.

La Constitución de la República Federativa de Brasil (1988) contemplado en el art. 5° inc. 31 Capítulo I: Todos son iguales ante la ley sin distinción de ninguna naturaleza, donde los brasileros y extranjeros gozan de todos los derechos y entre las cuales está el derecho a la defensa del consumidor.

En el caso de Venezuela (1999) en el art. 117° sobre los Derechos económicos establece que toda persona tiene derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como una información objetiva sin ningún tipo de tinte sesgada, como ofrecer este producto y/ servicio de calidad; así, cuando en la práctica es diferente, la ley protege con sus normativas al consumidor, se reparan los daños ocasionados y se sanciona.

En el caso de México, en su propia Carta Magna (1917) que luego fue modificada por Decreto en 9183, en el art. 28° capítulo I, "De las Garantías Individuales", título primero se fijan controles respecto a los precios máximos de los artículos consideran básicos de consumo popular, como también la manera de llevar una buena organización en la distribución, con la finalidad de evitar las intermediaciones, debido a que se prestaría a una serie de especulaciones, como el caso de la escasez del bien o del servicio, específicamente de los artículos de primera necesidad; esto con la intención de proteger los derechos del consumidor.

En la República de El Salvador (1983) Artículo 101°, Título V "Orden Económico": El Estado asume con responsabilidad el buen desarrollo económico y social mediante el aumento de la productividad y la racionalidad de los recursos y al mismo tiempo defender el interés del consumidor..

En el caso del Ecuador en el art. 92° la ley determina los mecanismos de control de calidad; así como los procedimientos en la defensa del consumidor, en la indemnización por las deficiencias que ofrece el producto, por la interrupción de los servicios ajenos a los desastres naturales. De otro lado, las personas encargas de comercializar los bienes o productos, necesariamente son responsables civilmente y al

mismo tiempo a nivel penal por prestar el servicio deficiente, como también respecto al incumplimiento de los atributos del producto con respecto a la publicidad efectuada (etiqueta indicando beneficios, insumos, registro de calidad y control)

Por otro lado, el Estado se encargara conjuntamente con las entidades seccionales en responder civilmente por los daños y perjuicios causados a los habitantes, sea por acciones negligentes, desatención y carencia de los servicios públicos pagados.

En el 2008, este país en su constitución contempla en la sección novena “Personas usuarias y consumidoras” que hace referencia dos art. 52° y 55°, donde se defiende el derecho de las personas a escoger la calidad, la libertad como la información objetiva. Esta ley tiene los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa del consumidor y las sanciones respectivas. Mientras que en el art. 55° otorga la facultad de formar asociaciones que incentivan la información y la educación respecto a los derechos.

La legislación de Argentina es clara en dar a conocer los procedimientos eficaces para prevenir y resolver las situaciones conflictivas de ambas partes. Regula los niveles de competencia de los servicios públicos, previniendo la participación activa de las asociaciones.

En el caso de Colombia, en su Carta Magna (1991) en el art. 78° establece que la ley es la reguladora del control de la calidad de bienes y servicios, como también la información que debe proporcionarse al público con toda la sinceridad del caso.

En Chile existe un mecanismo de tres requisitos, el primero una correcta simetría informativa, cuando se produce el cumplimiento de acto jurídico, como es la entrega de un servicio o del producto, tiene el derecho de realizar el reclamo. Pero de una forma clara y concisa, sin rodeados de ninguna naturaleza, donde la calidad del producto o del servicio este garantizado.

De las diferentes Constituciones políticas promulgadas en estos países se desprende que:

Coinciden en proteger los derechos de los consumidores y usuarios, bajo normas que debe cumplir las empresas u organizaciones, sin ningún tipo de distinción, sean privados o estatales

Así también, faculta a los consumidores a reclamar o quejarse, por diversas causas, cuando el producto o el servicio es deficiente, pues esta reclamación es elevada por un Organismo independiente, que tiene una serie de denominaciones, pero sus funciones son parecidas.

En el caso del Perú, se creó la INDECOPI como organización que asume el rol de observador frente a las diferentes trasgresiones. En la última Carta Magna de 1993 está contemplada en el art. 65° se reconoce la defensa del consumidor y del usuario al mismo tiempo, es una de las políticas que impulsa el Estado en llevar a cabo la solución de los conflictos entre proveedores y consumidores, muchas veces con la solicitud de los arbitrajes o conciliadores, como la autorregulación en esta situación.

El código de Protección y Defensa del consumidor aprobado por la ley N° 29571 mediante los arts. 150° y 151° se inserta la figura del Libro de Reclamaciones, donde indica la existencia en el establecimiento comercial, el derecho que tiene los consumidores de solicitarlo y cuando lo estiman en pedir un reclamo. (Laca & Paz, 2015)

Este libro se trata de un documento que puede ser físico o virtual en que un usuario puede realizar su reclamo o queja contra el proveedor de servicios o productos de carácter público; se trata de un mecanismo legal que facilita a los consumidores hacer denotar su disconformidad con la finalidad que el proveedor haga la corrección de esta debilidad del servicio.

Los reclamos y las quejas son manifestaciones que los consumidores lo realizan, cuando perciben una anomalía en el producto o servicio defectuoso; cuando se trata de una queja se refiere fundamentalmente a la atención recibida, sin que tenga el pronunciamiento por parte del proveedor; mientras que en el caso de un reclamo se exige del pronunciamiento del proveedor, en ambos casos el libro de reclamaciones no

tienen calidad de denuncia, ya que no da lugar a un procedimientos legales-administrativo que sancionen al infractor de la normatividad que protege los derechos de los consumidores.

A partir del 2010 después de su aprobación, todas las entidades públicas y privadas deberían cumplir este dispositivo, pese que hay empresas que considera este documento del Libro de reclamaciones, algo burocrático, que no tiene fines judiciales, por las siguientes razones: si el consumidor desea acceder a este documento para hacer notar su disconformidad, puede correr el riesgo que podría tener la dificultad de parte de servidor, en privarle el Libro de Reclamaciones , además que no sabe la diferencia entre lo que es reclamo y queja, no tiene ni respuesta , ni solución esperada.

De otro lado, el Libro de Reclamaciones, viene estar sujeta a una serie de críticas, dando a conocer sus deficiencias, donde los monitores ciudadanos de control de la Controlaría General, han advertido, que existen ciertas deficiencias, como la falta de avisos visibles, responsables sin resolución de designación, uso de formatos no aprobados por una norma técnica, reclamos que han quedado inconclusos y finalmente la falta de acreditación a la atención de un reclamo registrado en el Libro de Reclamaciones.

En la ciudad de Arequipa esta problemática es casi similar, a pesar que no existen estudios orgánicos que permiten analizar la forma como debe haber un mecanismo efectivo que defienda los derechos del consumidor, a partir del sistema de reportes y denuncias registrados ante INDECOPI.

Esta problemática responde a la necesidad de profundizar en el conocimiento de los resultados esperados en la defensa de los derechos de los consumidores, como el fortalecimiento de la posesión de éstos. Pero todo encuadrado dentro de los parámetros de la ley que le da la posibilidad de interponer una queja o un reclamo, por el cual deberá obtener una respuesta de parte del proveedor.

A esto agregamos, que la aplicabilidad de esta herramienta, es llegar a una conciliación entre ambas partes, proveedores, servidores y los consumidores y/o

usuarios, para evitar el desarrollo de un conflicto que muchas veces, en la práctica es llevado a cabo, ante los tribunales de Justicia.

Uno de los aspectos que ha generado desconfianza y malestar de parte del consumidor, cuando el organismo del INDECOPI sanciona bajo una multa, como consecuencia de la vulnerabilidad del usuario y/o consumidor, este no se beneficia, sino la entidad estatal; pero también existe la parte positiva que, a través de este Libro de Reclamaciones, las entidades o empresas va conociendo las inquietudes de sus usuarios u consumidores.

Pero, finalmente existe un sector de servidores o proveedores que se resisten en cumplir, las obligaciones y la manera como debe aplicarse esta herramienta administrativa del Libro de Reclamaciones, especialmente en los comerciantes que lo consideran burocrático, engorroso y una pérdida de tiempo.

1.2 Definición de problema

1.2.1 Interrogante General

¿Cuáles son los efectos de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS? 011-2011-PCM y que eficacia tiene como mecanismo de protección del derecho del consumidor. Arequipa, años 2019-2021?

1.2.2 Interrogantes específicas

a. ¿Cuál es la regulación normativa del libro de reclamaciones DS? 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor?

b. ¿Cuáles son las implicancias legales que tiene la regulación normativa del libro de reclamaciones DS? 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor?

c. ¿Cuál es la eficacia de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS? 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar los efectos de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM y que eficacia tiene como mecanismo de protección del derecho del consumidor. Arequipa, años 2019-2021

1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Analizar la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor.
- b. Señalar las implicancias legales de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM como mecanismo de protección del derecho del consumidor.
- c. Evaluar la efectividad de la regulación del DS 011-2011 del PCM en relación a la protección de los derechos del consumidor, a través del Libro de Reclamaciones.

1.4 Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación académica

Esta investigación tiene relevancia académica en la medida que permitirá un análisis de la problemática de manera sistemática, aplicando el proceso metodológico de investigación asimilado en la formación profesional. Permitirá por tanto la transferencia de conocimientos útiles para la comunidad científica y para el Derecho sea como fin de conocimiento o como fuente de información y base para futuros estudios en nuestro país.

1.4.2. Justificación social

El desarrollo de la investigación asume relevancia social en la medida que afecta a la población en general, como consumidores de diferentes bienes y servicios, y a los proveedores; así los resultados sistemáticos

permitirán plantear alternativas orientadas a favorecer el derecho de los consumidores.

Al mismo tiempo se debe considerar, que esta investigación beneficiaria a ambas partes, primeramente quienes prestan un servicio, un producto, debe estar acorde con el precio y la satisfacción del usuario y/o consumidor y evitar en lo posible, que se preste a un dolo.

1.4.3. Justificación metodológica.

De otro lado, mediante el uso del Libro de Reclamaciones tendrán las oportunidades no solo los consumidores, sino además los propios quienes ofrecen sus servicios, puesto que hacen sus descargos y refuerzan sus servicios con mayor optimismo y así tratar de evitar algún prejuicio.

1.4.4. Justificación ética

El desarrollo de la investigación estará basada en las cuestiones éticas fundamentales como son el respeto a la propiedad intelectual, realizando las referencias respectivas; así también se respetará la confidencialidad de la información.

Pues, es importante, llevar a cabo una investigación con honestidad y objetividad de los datos recogidos y presentados; asimismo, que los datos de los informantes, deben estar sujetas al anonimato, ya que solo debe emplearse con fines académicos.

1.5 Variables. Operacionalización

1.5.1 Variable Independiente

Regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM

Indicadores

Normas generales

Normas específicas

1.5.2 Variable Dependiente

Mecanismo de protección del derecho del consumidor

Indicadores

- Conocimiento de este derecho,
- Uso del libro de reclamaciones
- Mecanismos de accesibilidad
- Sanciones

1.6 Hipótesis de la investigación.

1.6.1. Hipótesis general

Dado que si se da la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM tiene eficacia en la oportunidad de realizar su reclamo y tener una respuesta; sin embargo, su regulación legal no obliga al proveedor a solucionar el reclamo; por lo que no es eficaz como mecanismo de defensa de sus derechos.

1.6.2. Hipótesis específicas

- a. La regulación de la normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM se presenta como mecanismo que protege el derecho a reclamar y ser atendido; presentando vacíos normativos específicos.
- b. Las implicancias legales son positivas protegiendo los derechos del consumidor respecto a realizar su reclamo o queja y a ser atendidos; sin embargo, su regulación legal no tiene calidad de denuncia y tampoco obliga a dar la solución respectiva.
- c. La regulación de la normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM es eficaz como mecanismo de realización del reclamo en forma inmediata; pero no es eficaz en la protección de los derechos del consumidor.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.

2.1.1 Internacionales.

Se realizó la revisión sistemática de la literatura científica referente a la problemática respectiva que no se encontraron antecedentes a nivel internacional sobre el tema.

2.1.2 Nacionales

De La Cruz, k. (2019), en Huancayo realizó una investigación sobre la importancia del Libro de Reclamaciones en el sector privado, con el objetivo de hacer una propuesta teórica de modificación del reglamento del libro de reclamaciones.

Afirma que el libro de reclamaciones es considerado un instrumento que tiene la intencionalidad de buscar la resolución de los conflictos en la defensa de los consumidores, pero para ello es necesario un perfeccionamiento donde para ambas partes, proveedores y usuarios o consumidores resulten beneficiosos, sin que ninguno quede perjudicado.

Concluyo en que es necesaria la modificación del reglamento del Libro de Reclamaciones a fin de que los mecanismos autocompositivos de resolución de conflictos (negociación, mediación y conciliación) se

Constituyan en una alternativa viable para resolverlos eficazmente a partir del acuerdo entre proveedores y consumidores, considerando al libro de reclamaciones como el instrumento de autorregulación de las empresas.

Aquí hace una advertencia el investigador, que el reglamento del Libro de Reclamaciones debe perfeccionarse, conforme se va transformando la sociedad lo cual genera nuevas necesidades y evitar la presencia de conflictos entre las partes que integran el proceso de la comercialización de un bien o un servicio. Su intencionalidad es que mediante el Libro de Reclamaciones, se lleve a un buen entendimiento entre ambas partes, que el proceso de la conciliación sea efectiva y satisfactoria.

También concluye en que los responsables de parte de los organismos o empresas, tienen el deber de explicar e ilustrar a los usuarios, acerca de los beneficios inmediatos y mediatos. Además, se debe advertir, que la queja o el reclamo debe estar bien fundamentado, debido a que muchas veces, los consumidores por hacer daño a la entidad recurren a mecanismos que vulneran el derecho de la empresa.

López, E. (2017), en su investigación sobre los derechos del consumidor y el uso del Libro de Reclamaciones, en Puno, tuvo como objetivo general, determinar la eficacia de la regulación normativa del Libro de Reclamaciones en el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM para los derechos del consumidor y su aplicación práctica en el distrito de Puno.

Esta investigación se propone establecer una relación entre los derecho que goza el consumidor y la acción del Libro de Reclamaciones, determinando hasta qué punto es óptimo en cristalizar la defensa de los derechos del consumidor y del usuario, a la vez tenga la facilidad de pedir el Libro de Reclamaciones para elevar su respectivo reclamo o queja, pero haciendo la advertencia, que dicho acto sea fundamentado.

Desarrolla una investigación de enfoque mixto, en el primer caso se basó en la observación y medición, mientras que en el segundo recurrió a la interpretación de la observación. Asimismo, este autor analizó la regulación normativa de esta herramienta administrativa, centrándose en los factores que interfieren en su utilización, como también identifico los casos en dicho distrito.

Concluyendo del análisis que no hay una obligación de los proveedores de reportar los casos que son registrados en el Libro de Reclamaciones, la población de Puno, en su mayoría desconocen el contenido de este documento; así según López (2017) pese a que se ha dado una serie de normatividades de regulación como la Ley 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor y su reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, modificado por los Decretos Supremos N° 006-2014-PCM y N° 058-2017-PCM, en su aplicación muestra una serie de debilidades, como la ausencia de una obligación normativa para que los proveedores pongan en conocimiento a la autoridad competente y la defectuosa regulación normativa que no obliga para que el proveedor de una respuesta en un tiempo determinado. Por lo que concluye en que hay indicios de una vulnerabilidad en los derechos del consumidor o del usuario.

Aquí se desprende algunas cuestiones que ese investigador hace denotar, en primer lugar la ineficaz practica de llevar a cabo la correcta aplicación de este libro de parte de los proveedores, de la misma manera que su regulación es defectuosa, debido a que solo le brinda una recomendación , pero no tiene la obligación de darle respuesta de parte del proveedor. Es por ello ante esta anomalía, se genera una serie de controversias por la falta de una sensibilización a los proveedores y consumidores en cuanto a sus responsabilidades.

Por otro lado, debemos advertir, que en la región de Puno, especialmente en la ciudad de Juliaca, que se dedica gran parte en el comercio,

se ha percibido que gran parte de la población no tiene noción sobre la existencia de este Libro de Reclamaciones, generando una mayor vulneración de sus derechos de los consumidores; así, muchas veces, los reclamos o quejas no tienen eco, de parte de la institución de INDECOPI.

Mori, J. & Paredes, L. (2021), en su investigación sobre: Ineficacia del uso del Libro de Reclamaciones para la solución de quejas de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, en Pucallpa; tuvo como objetivo identificar los factores que determinan la ineficacia del uso del libro de reclamaciones para la solución de quejas de los usuarios de los servicios que presta la Municipalidad mencionada. Arribo a las conclusiones siguientes

Los usuarios de esta Municipalidad no logran identificar lo que es una reclamación, consecuentemente desconocen el uso del Libro de Reclamaciones; situación que se agudiza al no ubicarlos en un lugar visible, dificultando el acceso del usuario a este, por lo que no logran el registro de su queja o reclamo.

Se observa una deficiente información por parte de los servidores de la Municipalidad hacia sus usuarios sobre el uso del Libro de Reclamaciones; tampoco existen políticas de manejo de las reclamaciones de los usuarios; así como tampoco un debido seguimiento de estas; así también, no se cumplen los plazos previstos legalmente; y tampoco existe personal en la Municipalidad que brinde dicha orientación. (Mori & Paredes, 2021)

Entonces una entidad pública, como es la Municipalidad, comete una serie de anomalías que van en contra de los usuarios, en este caso, como la poca visibilidad del Libro de Reclamos, en colocarlo en un lugar no visible, no existe un personal adecuado que brinde una información al respecto; dando lugar a la posibilidad de ocultar , una serie de problemas que se presentan en esa institución en contra de los derechos del usuario, pero al mismo tiempo el autor precisa que existe una negligencia administrativa, de un personal que

desconoce que el Libro de Reclamaciones es una herramienta administrativa que no solo se limita a dar a conocer la disconformidad del caso, sino que al mismo tiempo se trata de que la entidad tenga oportunidad de corregir las debilidades en el desarrollo de sus acciones.

A esto agregamos, que de acuerdo a esta investigación, nos hace denotar, una de las deficiencias en cuanto a la responsabilidad de una entidades públicas, que se trata de la Municipalidad, que el personal que labora, no tiene idea sobre la funcionalidad del Libro de Reclamaciones, que para nuestro punto de vista, lo calificaríamos como una negligencia administrativa, puesto que todo personal que labora en una organización privada o pública necesariamente debe saber, el manejo de esta herramienta, por lo tanto, permitirá corregir las deficiencias; además de llevar a cabo una solución mediata, a través de conciliación.

Bellido, M. (2018), investigó sobre los “Mecanismos de Inclusión social en el uso y aplicación del Libro de Reclamaciones”, en Ica, tiene por objetivo: Incentivar la inclusión social y la cultura del reclamo en la ciudad de Ica. Es una investigación descriptiva-dogmática, tuvo una muestra de 100 personas entre consumidores y funcionarios y aplicó la técnica de encuesta y entrevista. Concluyo en:

El artículo 65° de la Constitución protege al consumidor y al usuario, asimismo en el campo administrativo, de salud y empresarial, de allí la necesidad de contar con mecanismos o vías idóneas de información dirigida a los ciudadanos sobre sus derechos inherentes como consumidores.

De allí la necesidad de informar y educar al ciudadano a efecto de que conozca la nueva figura en el comercio, la prestación de un servicio y la novísima figura de la “Asimetría Informativa” mediante la cual el vendedor del producto o el prestador de un servicio, el intermediario, el proveedor tiene mejor y mayor conocimiento que el comprador o que el usuario sobre el bien

que desea adquirir, ya que son ellos las figuras principales en la realización, elaboración, fabricación del producto o del servicio; por ende el Derecho tiene que proteger a las personas que requieren hacer uso de un producto o de un servicio.

Se determina la importancia de que se establezca un órgano contralor inmediato superior a fin de que las organizaciones que venden o prestan servicios lo hagan de forma idóneo y tenga la calidad ofrecida; de allí que deben estar sometidas a un proceso de fiscalización continua a cargo de los órganos contralores con el fin de que se respeten los derechos tanto del consumidor como del usuario, del administrado, del paciente y del cliente. (Bellido, 2018)

De otro lado, la importancia y la responsabilidad de sensibilizar a los usuarios o consumidores, acerca del Libro de Reclamaciones, que muchas veces, en la práctica no le dan la debida atención y por parte de las entidades responsables, algunos funcionarios negativos, tienen desconocimiento o prefieren ocultar la información, de proporcionarle al afectado. Entonces nos estaríamos refiriendo a que hay una vulneración del derecho a la información sincera y transparente, por el contrario, este derecho en el terreno de la práctica, queda en el olvido. .

Layche, A. & Vásquez, E. (2018), llevo a cabo una investigación sobre “la atención de reclamos realizados a través del Libro de Reclamaciones en Iquitos”, desarrollo su investigación descriptiva correlacional, observacional, no experimental, transversal, debido a que solo se efectuó el estudio una sola vez, en este periodo registro 143 reclamos, llegando a las conclusiones:

El 56.64% de los reclamos provinieron de los establecimientos comerciales abiertos al público directamente, no fueron debidamente atendidos, no mucho menos notificados según la normativa legal, al cual

incurrieron en hacer denotar el incumplimiento del art. 6° del reglamento del Libro de Reclamaciones, modificado por D.S. N° 006- 2014. PCM, solo el 43.36% fueron atendido dentro los 30 días,

Pareciera, una burla a la ley de la Protección y Defensa del Consumidor, que todo establecimiento estaría en la obligación, de poner en conocimiento este Libro de Reclamaciones y esto se debe que no existen mecanismos de fiscalización por parte de las autoridades competentes, que solo desarrollan visitas no opinadas y de manera aleatoria, lo que no permite verificar si todas las empresas cumplen con la ley antes mencionada; así también se observó que no existe un registro de aquellos establecimientos que infringe la ley del Protección al Consumidor.

Este investigador demostró que los proveedores de productos y/o servicios no cumplieron con el debido procedimiento respecto a la atención de reclamos, esto en cuanto a atención-respuesta, plazo y notificación ante los reclamos consignados en el Libro de Reclamaciones. Al final, los responsables de la atención a los reclamos en este documento lo han convertido ineficaz y burocrático.

2.1.3 Antecedentes locales

Jiménez, G. y Barrantes, G. (2022), en su investigación sobre: El libro de reclamaciones virtual y su funcionalidad en la defensa de los consumidores peruanos en los aplicativos móviles, arribo a las conclusiones siguientes:

Actualmente es acelerado el crecimiento y es evidente los cambios importantes que se han generado en las formas de consumir en Perú, con una inclinación cada vez mayor respecto a la compra virtual, favorecida por la pandemia Covid – 19. A esto agregamos, que desde la aparición de dicha pandemia, en el lado positivo, se dio un acelerado crecimiento y uso de las tecnologías digitales, donde las empresas públicas y privadas no solo se

limitarían que su personal desarrollaría el teletrabajo desde su casa, sino se puso en práctica, que cada entidad tuviese una plataforma, como lo era una página web, que ofreciera sus productos o servicios.

Los reclamos de las compras o transacciones virtuales se observan en las resoluciones: Resolución Final N° 1251-2018/CC2 y la Resolución 0203-2019/SPC-INDECOPI, que evidenciaron la necesidad del Libro de Reclamaciones virtuales, sea en aplicativos móviles o en páginas web. Pero, al mismo tiempo mediante esta vía digital, ya no abría la necesidad de la presencia física de un personal, salvo las circunstancias del caso, debido a que todo se canalizaría por medio de los aplicativos móviles, facilitando el ahorro del tiempo y la economía.

Si bien la mayoría de páginas web han adaptado sus canales de compra y venta virtual según el Decreto Supremo N°011-2011-PCM y sus modificatorias; no obstante, existen un significativo sector de proveedores que no lo han adaptado a aplicativos móviles; o sea no han puesto en ellos un Libro de reclamaciones como lo estipula la normativa vigente en Perú. (Jiménez y Barrantes, 2022)

Sin embargo, el investigador descubrió que las empresas, se limitan a dar conocer al público, sus páginas web, usan sus aplicativos móviles para promocionar sus servicios o productos, mas no en incentivar el conocimiento del Libro de Reclamaciones, en el cual consideramos que se debe a diferentes factores, tales como: desconocimiento del contenido de esta herramienta administrativa, de tratar de ocultar información que puede alterar la decisión del usuario, que no saben distinguir entre lo que es reclamo y queja.

Así también, INDECOPI no se abasteca en atender una serie de reclamos de parte de los consumidores o usuarios, es que el personal es muy limitado, a parte que le falta un presupuesto de parte del Estado y mayores facultades en coordinación con el Juez penal, que pudiera sancionar, en aquellas empresas que vulneran este derecho de Reclamo. INDECOPI

reconoce la necesidad de una modificación, publicado un documento de trabajo, donde contempla modificatorias al Decreto Supremo N°011-2011 en materia de contratación virtual. (Jiménez y Barrantes, 2022)

Es muy probable, que debe existir un registro de reclamaciones de las diferentes entidades privadas y públicas, que se reportan en INDECOPI, posiblemente se lleva a cabo 600 reclamaciones.

Finalmente, se advierte, que si bien, los reclamos pueden registrarse físicamente con la presencia del Libro de Reclamaciones, como también virtualmente, debido a que la norma, lo faculta, desde la pandemia del Covid 19 se generó en forma acelerada, el teletrabajo, donde las empresas empezaron a tener sus plataformas virtuales, en el cual el usuario y/o consumidor podría realizar la queja – reclamo, sin embargo, se dio uno de los problemas, que muchas de las plataformas se encontraban averiadas o desactualizadas, lo que imposibilitaba llevar a cabo, el proceso.

A esto agregamos, que existe una debilidad en la norma legal relacionada con el Libro de Reclamaciones, que si bien es cierto que se trata de una herramienta administrativa de defensa ante la prueba que da conocer su reclamo o queja, de parte del consumidor, en la práctica se sigue manteniendo la vulnerabilidad de sus derechos, no solo del proveedor que logra sorprender en ofrecer un servicio o un producto defectuoso, sino que al mismo tiempo, que las sanción económica es cobrada por el ente del Estado (INDECOPI), cuando en realidad, el afectado debería recibir, toda la indemnización, por el daño que sufriera.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Definiciones

Existen varias acepciones sobre el libro de Reclamaciones, en general se trata de un documento técnico de carácter administrativo que se encuentra ligado al ámbito legal que alcanza hasta lo penal, según la gravedad del caso; se trata de un acto jurídico, de compromiso entre quienes ofrecen un

determinado producto y/o servicio, pues en el caso que el consumidor observa su disconformidad, tiene la facultad de dejar constancia de su reclamo sobre su disconformidad.

Por su parte, el investigador De La Cruz. (2019) ofrece una visión histórica, respecto a la manera cómo ha evolucionado este documento que podría formar parte de un “acto jurídico”; así, el autor señala que:

Inicialmente no existió ninguna norma legal al respecto; por lo que los consumidores se vieron vulnerables en sus derechos; de allí que surge la necesidad de efectuar y poner en práctica un documento, donde se plasma una relación contractual bajo el principio básico de la confianza, la buena fe.

Por su parte Gallardo (2018) considera que:

El reclamo es la relación del servicio o del producto que la empresa ofrece a los consumidores, cuando este último percibe que hay una falla, asimismo se debe hacer la distinción entre lo que es queja y reclamo, pues su origen nace de la disconformidad del consumidor. (p. 2)

Mientras que el ente representativo de la defensa del consumidor, el INDECOPI (2019) define al Libro de Reclamaciones, como “el registro en el que los consumidores hacen constar su queja y/o reclamo, frente a su disconformidad ya que el servicio y/o producto fue ofrecido de manera sesgada. Los proveedores tienen el deber de mostrar el Libro de Reclamaciones”. En concreto, el Libro de Reclamaciones plasma dos posesiones, el primero de parte del consumidor que expresa su disconformidad; mientras que el proveedor debe optar medidas correctivas, con la finalidad de lograr que el consumidor vuelva a demostrar su confianza.

Se desprende algunas consideraciones que debemos resaltar, en primer lugar se reconoce que el Libro de Reclamaciones, es una herramienta de defensa a los derechos del consumidor o del usuario, pero al mismo tiempo, pone en prevención al proveedor, de corregir sus anomalías de

ofrecer un servicio o un producto que provoca insatisfacción; y en segundo lugar el proveedor está en la obligación de exhibir el Libro de Reclamaciones, dar a conocer de su existencia y en el caso de que los usuarios o consumidores tengan alguna duda sobre el llenado por parte del usuario o consumidor, el responsable tendrá que darle las orientaciones del caso.

Es conveniente aclarar que no se trata de más normativas en defensa del consumidor o que atribuyan más derechos que los ya reconocidos en nuestra legislación sobre la protección del consumidor; sino que más bien es un mecanismo que intenta agilizar el proceso.

Así, lo afirma Santivañez (2019):

Es un mecanismo que permite que los consumidores puedan expresarse, registrando su queja o reclamo y es una oportunidad para que los proveedores puedan escuchar a sus clientes y, en base a ello, crear un ambiente de posible la solución de la controversia en forma rápida y sin que intervenga un tercero.

De esta manera con el Libro de Reclamaciones los consumidores pueden contar con otra alternativa para hacer valer sus derechos.

Es así, que ambos investigadores Delgado y Santibáñez, coinciden en sus apreciaciones, cuando consideran que se trata de una herramienta administrativa, en que se basa la autoridad competente de INDECOPI, de tener presente la queja o el reclamo respectivo, pero lastimosamente, no es una norma sancionadora, siendo una de las razones, por las que es considerado un acto burocrático con duplicidad de funciones.

Finalmente, daremos a conocer nuestra propia definición, el Libro de Reclamaciones es una herramienta que tiene como finalidad corregir las debilidades de parte de proveedor que ofrece un determinado bien o servicio

al mercado; es un mecanismo de conciliación entre las partes, es una llamada de atención que debe corregir algunas anomalías en su servicio y/o producto.

Pues, las definiciones citadas con anterioridad, posee puntos de coincidencia, que el Libro de Reclamaciones, plasma una manifestación de disconformidad de parte del consumidor, es dar a conocer a la entidad encargada de que la organización o la empresa no está cumpliendo de acuerdo a las normas de la ley, que usualmente, no ponen a la vista, que puede ser observado, en otros casos, los responsables, no tienen conocimiento sobre la importancia y su aplicación en el desarrollo de las acciones de los negocios o del servicio, a los diferentes consumidores.

2.2.2 Antecedentes y finalidad de la norma

Este documento para su reconocimiento legal se dictaminó una norma legal, seguidamente un reglamento que fue aprobado bajo el Decreto Supremo N° 011- 2011- PCM que seguidamente fue modificado por otro Decreto Supremo N° 006- 2014 – PCM, donde enfatiza que los consumidores pueden plasmar sus reclamos sobre los servicios o productos ofrecido por una determinada empresa abierta hacia el público.

Pues, la finalidad de este Libro de Reclamaciones, lo enfatizan los doctores Mori, Torres y Yui (2015) permite se contribuya con el buen funcionamiento del mercado, ya que las reclamaciones presentan información de las características del producto o del servicio, que no cumplieron las expectativas creadas en éste consumidor, de acuerdo a los medios de comunicación que vienen dando conocimiento al público en general, al cual se espera solucionar en la brevedad posible.

Es evidente que los proveedores deben cumplir con ofertar los productos y/o servicios a partir de los medios de comunicación; pero en el momento que se suscita un conflicto por una de las partes, se debe tratar de alcanzar una solución óptima, a partir de una negociación, un entendimiento y/o conciliación entre ambas partes.

Esta norma legal, debió pasar por una serie de procesos de modificaciones con la finalidad de responder, las inquietudes de los afectados, como consecuencia de sus protestas y denuncias ante los diferentes medios de comunicación, ha dado como resultado, un eco de respuesta, del propio Estado, que se debe evitar en lo posible, la vulnerabilidad del derecho del consumidor.

El pronunciamiento de esta norma, partió de una necesidad, de un sector de los consumidores, en el cual, una de las maneras, que dicho reclamo queda consignado mediante una prueba, que es el Libro de Reclamaciones.

2.2.3 Importancia legal del Libro de Reclamaciones

Este documento de Libro de Reclamaciones que está ligado con la administración, se trata de una herramienta que sirve para ambas partes proveedor y consumidor, el primero de los nombrados tendrá conocimiento de causa, sobre las falencias que pudiera tener el producto o servicio que ofertan en forma directa al consumidor. El doctor Quiroz (2018) considera que “esta herramienta sirve como fuente de retroalimentación, en el cual permite al proveedor identificar las falencias que impactan negativamente en el desarrollo de sus actividades y pueden ser subsanadas, para evitar ser sancionadas” (p. 6).

A esto se agrega que como herramienta administrativa contribuye en la autorregulación de los mismos proveedores orientándolos hacia la mejora continua en cuanto al tema de calidad.

Sobre este argumento, refiere el doctor Tejada (2019):

Si la empresa hace la implementación de este Libro de reclamaciones, en una determinada unidad productiva, resulta ser beneficioso, en evaluar los niveles en que se está satisfaciendo a sus clientes, ya que se convierte en una fuente de información al respecto e inclusive puede ofrecer referentes respecto a sus colaboradores, también pueden

ofrecer información sobre las dificultades y necesidades con fines de cambios y mejoras, y finalmente anticipa quejas o denuncias con alto impacto legal, posibilitando una solución pacífica, con la finalidad de evitar cualquier acción judicial, que pudiera perjudicar a ambas partes.

El Libro “tiene un efecto disuasivo, porque tan pronto una persona lo solicita a los operadores de la empresa deberían reaccionar inmediatamente, prestando toda la atención necesaria a esta amenaza de perder a un cliente que no está siendo bien atendido” (Delgado, 2013).

Por otro lado, se hace la salvedad, que antes que se produzca la crisis del conflicto entre la empresa y los consumidores, de llegar a la anotación del Libro de Reclamaciones y este a su vez una copia es trasladada a INDECOPI, deberá llegarse a un entendimiento cordial, de llegar a un punto de equilibrio, siendo el resultado en la solución del caso, pero muchas veces, los responsables de los proveedores por negligencia cometen una serie de actos unilaterales, que cree que la empresa debe ganar su posesión, sin interesar el respeto a los derechos que emite la ley a favor del consumidor o el usuario.

“No genera costos para las empresas porque la atención de los reclamos es algo inherente a cualquier negocio. Implica potenciales beneficios para el proveedor ya que tienen la oportunidad de solucionar de manera directa los problemas” (Tassano y Chávez, 2016).

Por otro lado, no se debe descartar, el derecho de la compensación, donde la empresa debe subsanar los daños que pudiera ocasionar al consumidor, en el caso de la devolución del dinero o cambiarle el producto, debido a que muchas veces este último podría haber venido, fallado por un deficiente control de calidad. En el caso que la empresa se resiste a no acatar el derecho de la compensación, se suscita una nueva vía, en nombrar el derecho a la protección puesto que el consumidor puede recurrir a la autoridad competente, para hacer valer sus derechos y así que aplique las sanciones correspondientes.

Por otro lado, los productos o servicios deben estar sujetos al derecho a la seguridad y a la calidad, como también deben estar sujetos a las normas y las disposiciones en seguridad, la manera de brindarles la información necesaria a través de las guías instructivas y la forma como el consumidor debe utilizarlo.

Piris (2000) “hace la advertencia de que el consumidor no solo debe tener la información requerida; sino que debe expresarse con un lenguaje claro y entendible, debido a que muchas veces, utilizan una terminología jurídica y técnica” (p. 91)

De otro lado se precisa en el art. 150° del Código del consumidor, que fue aprobado en el año 2010, donde establecía, que todo establecimiento comercial debería tener este libro en forma física o virtual, en donde los consumidores podían anotar sus reclamos o quejas, al mismo tiempo, mediante este Libro, fuese la prueba escrita o virtual que tomará en consideración la entidad de INDECOPI y así poder aplicar la norma, si se procede las sanciones correspondientes de ley.

Otro de los aspectos, que se agregaría es que las empresas deberían reportar los reclamos o quejas a INDECOPI; pero en la práctica, no se cumplió la finalidad, pese a la existencia de los reglamentos: DS N° 011-2011-PCM y DS N° 006-2014-PCM en los que se corrigieron las deficiencias.

2.2.4 Principales normas y modificaciones del Reglamento

El Libro de Reclamaciones se encuentra regulado en tres artículos de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor:

- a. En el artículo 150° señala que los establecimientos comerciales abiertos al público deben contar con un Libro de Reclamaciones, en forma física o virtual. Así como las especificaciones del caso para su cumplimiento.

- b. El artículo 151° de la Ley N° 29571, señala el deber que los proveedores tienen de exhibirlo, en un lugar visible y de fácil acceso para el público; además del aviso respectivo que comunique de su existencia.

Figura 1

Ilustración de la publicación en el establecimiento del Libro de Reclamaciones



Nota: INDECOPI

- c. El artículo 152° se establecen las obligaciones del proveedor, entre ellos: Entregar el Libro de Reclamaciones cuando el consumidor lo requiera para formular su reclamo o queja, remitir la documentación correspondiente cuando el INDECOPI lo requiera y respecto a los procedimientos sancionadores el denunciado debe remitir la copia correspondiente de la queja o reclamo junto con sus descargos.

De acuerdo a la normatividad juntamente con los artículos antes mencionados, se encuentra bien especificado cada una de las acciones que debe cumplirse en el proceso; luego indica los deberes que debe cumplir la empresa

con sus usuarios o consumidores, caso contrario estaría vulnerando de manera indirecta, dado por ejemplo que la exhibición de este Libro de Reclamaciones, solo es exhibido cuando hay la presencia de la fiscalización de un representante de INDECOPI o caso contrario, por la presión del consumidor o por otros mecanismos, en otros casos, presentan una serie de excusas, dado por ejemplo que dicho Libro ha sido dañado involuntariamente o que se habría olvidado en un determinado lugar.

A. Obligaciones de contar con el Libro de Reclamaciones

El Código establece las siguientes obligaciones generales a todos los establecimientos comerciales:

- a) Contar con un Libro de Reclamaciones;
- b) Exhibir un aviso indicando la existencia del libro;
- c) Entregar el libro a los consumidores que lo solicitan; y,
- d) Remitir al INDECOPI la documentación correspondiente al Libro de Reclamaciones cuando ésta les sea requerida. (Tassano y Chávez, 2016)

De acuerdo con el Reglamento, según el punto I.1. todos los proveedores que tengan un establecimiento comercial activo y que tenga RUC debe contar con el Libro de Reclamaciones, excluyendo, tal como lo señalan Tassano y Chávez (2016), no están obligados los que no cuenten con RUC, tenga otros medios de venta o proveedores informales; lo que limita la fiscalización del INDECOPI.

En los DS N° 011-2011-PCM modificado en el DS N° 006-2014-PCM se establece en el Artículo 4.- Libro de Reclamaciones

El establecimiento comercial abierto al público deberá contar con un Libro de Reclamaciones, sea de naturaleza física o virtual, el mismo que deberá ser puesto inmediatamente a disposición del consumidor cuando lo solicite. Los proveedores que además del establecimiento comercial abierto al público, utilicen medios virtuales para establecer sus relaciones de consumo, deberán implementar un Libro de Reclamaciones Virtual en cada uno de sus

establecimientos. Los proveedores que cuenten con Libro de Reclamaciones Virtual, deberán brindar el apoyo necesario para que el consumidor ingrese su queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones. Esto incluye que el proveedor guíe al consumidor a fin de que toda manifestación que califique como reclamo o queja sea ingresada correctamente en el Libro de Reclamaciones. En los establecimientos comerciales los proveedores deberán habilitar un orden de atención preferente para los consumidores que deseen presentar un reclamo o queja.

De esta manera muchos establecimientos no están registrados; no obstante esto no debe ser una razón para eximir de esta obligación a los proveedores; por lo que se debiera considerar a todos. También esta norma considera que las entidades públicas, siempre que actúen como proveedores, están obligadas a contar con el Libro de Reclamaciones. Estas normas no especifican respecto a la disposición inmediata del cliente por lo que puede ser muy dificultoso para el consumidor, esto por cuanto puede estar en una zona de difícil acceso, o barreras burocráticas.

B. Características del Libro de Reclamaciones

- a. El Libro de Reclamaciones puede ser de naturaleza física o virtual con el fin de facilitar el acceso a realizar el reclamo de manera rápida y eficaz.
- b. En caso de ser físico debe contar con al menos tres (3) hojas autocopiativas para ser entregada al consumidor y dos copias para los proveedores.
- c. Si es de naturaleza virtual, este deberá permitir al consumidor imprimir una copia gratuita.
- d. El proveedor elige el tipo de libro: físico o virtual.
- e. El proveedor debe colocar en un lugar visible más el aviso de su existencia; y si es virtual, se asegurará que en el portal web se encuentre el aviso de existencia.

f. El consumidor, podrá consignar tanto “reclamos” como “quejas”.

g. La presentación de una queja o un reclamo por parte de un consumidor no da inicio a un procedimiento sancionador; siendo INDECOPI la institución a través de la cual podrá obtener un pronunciamiento, para lo cual debe presentar su denuncia respectiva. (Santivañez, 2019).

C. Decreto Supremo N° 058-2017-PCM: Modificaciones

Este Decreto Supremo 058-2017-PCM modifica el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de protección y defensa del consumidor; mejorando su aplicación, se decreta:

Incorpórese el artículo 6-A al Reglamento en los siguientes términos:

“Artículo 6-A.- Acciones adoptadas por el proveedor.

6-A.1. Si ante el registro de un reclamo, el proveedor ofrece una solución que satisface el pedido del consumidor, aquél debe dejar constancia expresa de lo ofrecido, y el consumidor, de estar de acuerdo, presta su conformidad declarando expresamente “ACUERDO ACEPTADO PARA SOLUCIONAR EL RECLAMO” u otra frase que permita dejar constancia indubitable que acepta la propuesta ofrecida por el proveedor para dar por solucionado su reclamo.

6-A.2. Para dejar constancia de la solución ofrecida por el proveedor y la aceptación del consumidor, se considera lo siguiente:

a) Para soluciones ofrecidas de manera presencial: El proveedor deja constancia de su ofrecimiento en la sección de la Hoja de Reclamación denominada “Observaciones y acciones adoptadas por el proveedor” y el consumidor debe prestar su conformidad con la indicación “ACUERDO ACEPTADO PARA SOLUCIONAR EL RECLAMO” u otra frase equivalente y en esta misma sección, consignar su firma.

b) Para soluciones ofrecidas de manera no presencial: El proveedor puede remitir su ofrecimiento vía correo electrónico o emplear cualquier otro medio

que permita dejar constancia documental de su propuesta. En estos supuestos, se requiere la respuesta del consumidor mediante la cual acepte expresamente el ofrecimiento del proveedor, con la indicación “ACUERDO ACEPTADO PARA SOLUCIONAR EL RECLAMO” u otra frase equivalente. La respuesta del consumidor puede ser enviada por correo electrónico o cualquier otro medio que permita dejar constancia documental de su aceptación.

El envío del ofrecimiento del proveedor suspende el cómputo del plazo previsto en el artículo 6 de este Reglamento por el plazo máximo de diez (10) días calendario. Si el consumidor no manifiesta su aceptación expresa dentro de dicho plazo, se tiene por rechazada la propuesta y subsiste la obligación del proveedor de emitir una respuesta formal al reclamo.

6-A.3. La Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones físico, constancia impresa del Libro de Reclamaciones Virtual, intercambio de correos o de cualquier otra comunicación que cumpla con las formalidades indicadas en el numeral 6-A.2, tiene los efectos de un acuerdo que pone fin a la controversia, y obliga al proveedor a cumplir las prestaciones asumidas en mérito a lo ofrecido al consumidor. En estos casos, el reclamo se entiende concluido y el proveedor queda liberado de emitir la respuesta prevista en el artículo 24.1 de la Ley N° 29571,

6-A.4. En cualquier caso, si el proveedor no cumple con lo ofrecido al consumidor en la Hoja de Reclamación, el consumidor puede denunciar el incumplimiento del acuerdo, lo que será sancionado de conformidad con lo dispuesto en el literal b) del artículo 106 y en el artículo 110 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, modificado por Decreto Legislativo N° 1308.”

Modifíquese el artículo 13° del Reglamento, en los siguientes términos:

“Artículo 13.- Limitación para solución de controversias. La formulación de una queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones no supone limitación alguna

para que los consumidores puedan utilizar otros mecanismos de solución de controversias ni constituye una vía previa necesaria para interponer una denuncia por infracción a las normas de protección al consumidor ante el INDECOPI.

D. Fiscalización del Libro de Reclamaciones y la INDECOPI

En la Ley N° 29571, se establece en el Artículo 135°.- que la autoridad nacional de protección del consumidor, es INDECOPI, quien debe ejercer las atribuciones y funciones que le conferidos por la ley, a fin de garantizar su cumplimiento.

En el Decreto Supremo que modifica el Reglamento del Libro de Reclamaciones (D.S. N° 006-2014-PCM), al respecto, contiene los artículos siguientes:

Art. 4° (párrafo 3) Si el Libro de Reclamaciones es físico, debe contar con Hojas de Reclamaciones desglosables y autocopiativas, numeradas. Si es virtual, debe permitir su impresión gratuita luego de realizado el registro y si lo solicita recibirá una copia a su correo electrónico.

Artículo 5°.- En cuanto a las características de la Hoja física debe tener al menos tres (3) hojas autocopiativas, la primera entregada al consumidor en calidad de constancia, la segunda para el proveedor y la tercera para INDECOPI cuando sea solicitada. La información que debe incluir:

Figura 2

Características libro de reclamaciones

ITEMS
Denominación que permita una clara identificación
Numeración correlativa y código de identificación
Fecha del reclamo o queja
Nombre del proveedor y dirección del establecimiento
Nombre, domicilio, número de documento de identidad, teléfono y correo electrónico del consumidor reclamante
En caso se trate de un menor de edad: Nombre, domicilio, teléfono y correo electrónico de uno de los padre o representantes del consumidor
Identificación del producto o servicio contratado
Detalle de la reclamación
Espacio físico para que el proveedor anota las acciones adoptados con respecto a la queja o reclamo
Firma del consumidor

Nota: En el caso del Libro de Reclamaciones virtual el proveedor deberá implementar mecanismos que reemplacen la firma física.

Artículo 6°.- Responsabilidad del proveedor

El reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario. Dicho plazo puede ser extendido por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situación que es puesta en conocimiento ante la culminación del plazo inicial, de conformidad con lo establecido en el artículo 24° de la Ley N° 29571. No puede condicionarse la atención de reclamos de consumidores o usuarios al pago previo del producto o servicio materia de dicho reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago.

Artículo 7°.- Proveedores con varios establecimientos comerciales abiertos al público cada uno de ellos contará con un Libro de Reclamaciones.

Artículo 8°.- Código de Identificación. Si el proveedor cuenta con varios Libros de Reclamaciones de naturaleza física, deberá contar con un código de identificación que le permita controlar y consolidar todos los Libros en un registro único a nivel nacional.

Artículo 9°.- Exhibición del Aviso del Libro de Reclamaciones; se deberá exhibir en el establecimiento o virtualmente, en un lugar visible y de fácil acceso.

Artículo 10°.- Implementación del Libro de Reclamaciones.- El plazo de implementación es de ciento veinte (120) días calendario contados desde la fecha de publicación de la presente norma.

Artículo 11°.- Remisión de información al INDECOPI

11.1. El INDECOPI podrá solicitar en cualquier momento las copias de las Hojas de Reclamaciones detalladas

11.2. En los casos en que, en ejercicio de su facultad fiscalizadora, al momento de efectuar una verificación, la documentación deberá ser entregada en ese momento sin dilación alguna.

11.3. Los proveedores con establecimientos en Lima deberán remitir las Hojas de Reclamaciones respectivas o el Libro de Reclamaciones al INDECOPI de Lima (Norte o Sur) según corresponda.

11.4. Los proveedores con establecimientos fuera de Lima deberán remitir las Hojas de Reclamaciones o el Libro a la Oficina Regional del INDECOPI respectivamente.

11.5. El proveedor tiene la posibilidad de dar cumplimiento a esta obligación remitiendo en forma virtual las Hojas de Reclamaciones o el Libro a la dirección electrónica INDECOPI: www.INDECOPI.gob.pe

11.6. Los proveedores con Libro de reclamación virtual deben remitir al INDECOPI las Hojas de Reclamaciones virtuales respectivas o el Libro virtual a la dirección electrónica de INDECOPI.

Artículo 12°.- Conservación de las Hojas de Reclamaciones por parte de los proveedores, será por un plazo de dos (2) años desde la fecha de registro. En caso de pérdida de alguna hoja se deberá comunicar a la autoridad competente (plazo de 48 horas de ocurrido el hecho).

Artículo 13°.- No es limitación para que los consumidores usen otros mecanismos legales de solución.

Artículo 14°.- El proveedor tendrá responsabilidad administrativa por cualquier comportamiento que transgreda las disposiciones legales establecidas Artículos 104° y 108° (Ley N° 29571).

Artículo 15°.- INDECOPI es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas así también tiene atribuciones para poner sanciones y medidas correctivas.

De acuerdo a los art. Citados en la norma, se desprende algunas consideraciones que merecen tener en cuenta:

Cada uno de los artículos es explícito en cuanto a las obligaciones, deberes y derechos de ambas partes, entre el proveedor y los consumidores. Como también, los reclamos que quedan consignados en el Libro de Reclamaciones, tiene una copia, que será entregado a consumidor o usuario, según la gravedad del caso, efectuará el tramite respectivo, de poder presentarlo.

Como podemos adelantar nuestra apreciación, las normas promulgadas en referencia al Libro de Reclamaciones, da una explicación de acuerdo a la situación que el consumidor debe conocer el procedimiento.

Así también la Resolución de Contraloría N° 367-2015-CG Contralor General en su artículo primero aprueba la “Verificación del cumplimiento de la obligación de las entidades de contar con un Libro de Reclamaciones”.

Respecto a las sanciones, el nuevo reglamento (D.S. 006-2014-PCM) precisa que los incumplimientos a las normas sobre el libro de reclamaciones constituyen infracciones leves, estableciendo criterios y los montos de las multas que se aplicarán, incluyendo amonestación, considerando además las circunstancias agravantes y atenuantes del caso (antecedentes, conducta del proveedor, subsanación voluntaria, etc.).

Las infracciones vinculadas al Libro de Reclamaciones se clasifican en orden decreciente según la gravedad de la infracción: Tipo A, Tipo B y Tipo C.

Tabla 1

Clasificación infracciones

Tipología	Aspectos regulados
Infracciones Tipo A	No contar con el libro. No atender el reclamo. Exigir pago previo para atender el reclamo. No proporcionar información requerida por INDECOPI. No consignar, en el aviso, el número telefónico para reportar el reclamo o queja.
Infracciones Tipo B	No brindar apoyo al consumidor para que ingrese su reclamo. No poner a disposición del consumidor “inmediatamente” el libro requerido. No contar con el aviso o no exhibir el libro. No dar respuesta al reclamo del consumidor. No entregar información requerida por el INDECOPI.
Infracciones Tipo C	No entregar o imprimir la hoja de reclamaciones. Llevar el libro sin cumplir los requisitos y condiciones establecidas.

Nota: D.S. 006-2014-PCM

Así, también se establecen como multas referenciales según el tipo de empresa

Figura 3

Tipos de empresas

Tipo de Empresa (según tamaño) ¹			
	Micro (facturación hasta 150 UIT)	Pequeña (facturación de 151 a 1700 UIT)	Mediana y Grande (facturación de más de 1700 UIT)
Tipo de infracción	Rango de multa	Rango de multa	Rango de multa
Tipo A	Mayor que 1 hasta 2.5	Mayor que 2.5 hasta 5	Mayor que 5 hasta 10
Tipo B	Mayor que 0.5 hasta 1	Mayor que 1 hasta 2.5	Mayor que 2.5 hasta 5
Tipo C	Desde amonestación hasta 0.5	Mayor que 0.5 hasta 1	Mayor que 1 hasta 2.5

Nota: D.S. 006-2014-PCM

2.2.5 Etapas para el uso del libro de reclamación según la normativa peruana

El Congreso de la Republica en el DS N° 007-2020-PCM, considera el artículo 13° en el que se considera las etapas que se deben seguir para la gestión de reclamos, ilustrada en la figura:

Figura 4

Etapas del proceso de gestión de reclamos



Nota: Poder Judicial (2021)

A. *Registro del reclamo.* El registro del reclamo es el primer paso de este proceso, en el cual la persona consigna los datos requeridos y relacionados al reclamo en cuestión (en forma física o en la plataforma digital). Los aspectos legales a considerar se encuentran en el siguiente artículo:

Artículo 15.- Esta estipulado en las siguientes indicaciones:

La persona tiene el derecho a realizar su reclamo, registrándolo en el libro respectivo, sea por la vida virtual o físicamente.

La Reclamación es de carácter gratuito

La entidad debe brindar todas las facilidades del caso, en el momento de llevar a cabo el proceso del Reclamo

El reclamo debe ser claro y preciso, con todas las disposiciones que la ley emite.

La persona que considera que esta afectada, pueden presentar su respaldo mediante documentos probatorios, como también el registro de reclamo no puede ser rechazado por no estar presente un documento que lo sustente.

Figura 5

Formato de la hoja de reclamación en el libro de reclamos

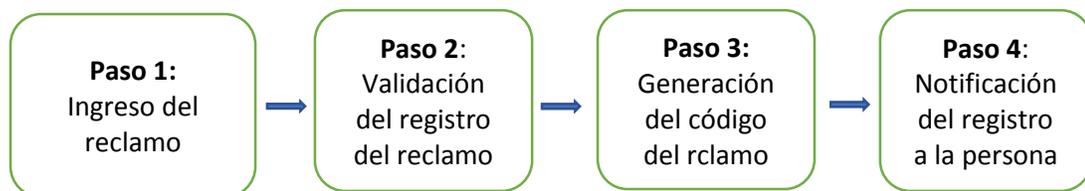
LIBRO DE RECLAMACIONES				HOJA DE RECLAMACIÓN [Nº 000000001-2011]	
FECHA:	[DÍA]	[MES]	[AÑO]		
[NOMBRE DE LA PERSONA NATURAL O RAZÓN SOCIAL DE LA PERSONA JURÍDICA] [DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO DONDE SE COLOCA EL LIBRO DE RECLAMACIONES]					
1. IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR RECLAMANTE					
NOMBRE:					
DOMICILIO:					
DNI / CE:			TELÉFONO / E-MAIL:		
PADRE O MADRE: [PARA EL CASO DE MENORES DE EDAD]					
2. IDENTIFICACIÓN DEL BIEN CONTRATADO					
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN:				
SERVICIO					
3. DETALLE DE LA RECLAMACIÓN			RECLAMO ¹		QUEJA ²
DETALLE:					
					FIRMA DEL CONSUMIDOR
4. ACCIONES ADOPTADAS POR EL PROVEEDOR					
DETALLE:					
					FIRMA DEL PROVEEDOR (OPCIONAL)
<small>¹RECLAMO: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.</small>			<small>²QUEJA: Disconformidad no relacionada a los productos o servicios; o, maltrato o descortés respecto a la atención al público.</small>		

Nota: INDECOPI

Según el Poder Judicial (2021), se muestra los pasos que debe efectuar para el registro de reclamos en la plataforma digital en la figura siguiente:

Figura 6

Pasos en el registro en el proceso de reclamos mediante la plataforma digital



Nota: Poder Judicial (2021)

Tabla 2

Pasos a seguir

En la siguiente tabla se describe cada uno de los pasos

PASOS	DESCRIPCIÓN
Paso 1	Ingreso del reclamo: la persona ingresa la información requerida en la hora de reclamación de la Plataforma Digital “Libro de Reclamaciones” según formato
Paso 2	Validación del registro del reclamo: La plataforma digital “Libro de Reclamaciones” valida los campos requeridos y valores permitidos en la hoja de reclamación para admitir el registro.
Paso 3	Generación del código del reclamo: La plataforma digital “Libro de Reclamaciones”, una vez validado el registro, genera un código.
Paso 4	Notificación del Registro a la persona: La plataforma digital “Libro de Reclamaciones” una vez generado el código, remite a la persona una notificación al correo electrónico o mediante servicio de mensajes cortos (SMS) según lo haya consignado en la hoja de reclamación

Nota: Elaboración propia/extraído del Poder Judicial (2021)

Atención y respuesta del reclamo. Corresponde a las diferentes actividades que se llevan a cabo para efectuar un análisis de la información sobre el reclamo recibido, y a partir de ello responderlo.

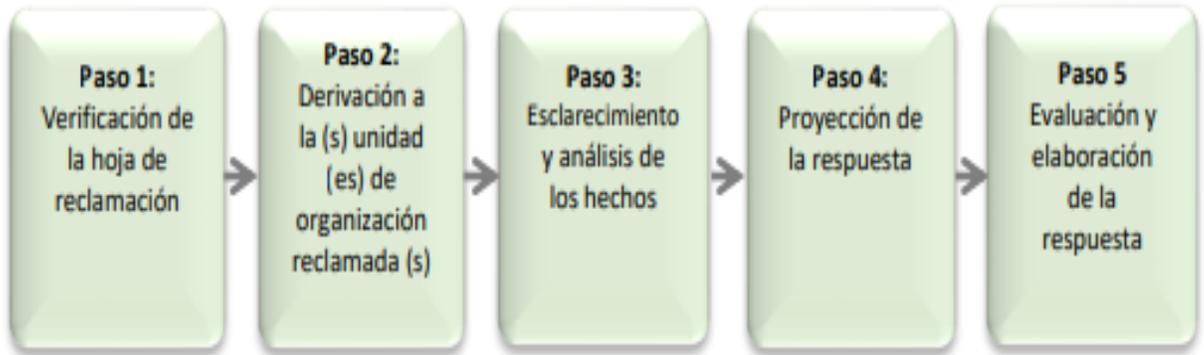
Durante esta etapa se establece respecto al plazo:

Art. 14.- Ese referido del plazo para atender y para responder, que es 30 días hábiles, que puede verse en el lado físico o virtual, según lo contempla el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM.

El proceso de atención a través de una plataforma digital contempla 5 etapas, en la figura siguiente se esquematizan los pasos que comprende:

Figura 7

Proceso de atención del libro de reclamaciones en la plataforma digital



Nota: Poder Judicial (2021).

En el caso de empresas públicas tienen un plazo de hasta tres (03) días hábiles para los dos primeros pasos.

Tabla 3*Plazos*

PROBLEMAS	DESCRIPCIÓN Y ALTERNATIVAS
Las notificaciones distintas a la respuesta	Se efectúan al número de teléfono celular o correo electrónico consignado por la persona en la Hoja de Reclamaciones, siendo esta de carácter opcional.
Duplicidad de reclamos resueltos	Es cuando dos reclamos son presentados por una misma persona y coinciden en la entidad o empresa, sede, fecha del evento, descripción del evento y motivo del reclamo, y se da siempre que el reclamo más antiguo haya sido notificado y el nuevo este en proceso de atención. Se archiva el 2do.
Acumulación de reclamos en trámite	El/la responsable puede disponer la acumulación de reclamos para que sigan un mismo trámite y se emita una única respuesta cuando se trate de reclamos presentados por una misma persona, coincidan con la entidad, fecha y descripción del evento; independientemente si los motivos del reclamo son distintos.
Desistimiento del reclamo	Hasta antes de la notificación de la respuesta, la persona puede desistirse, dejando constancia por lo que se archiva.

Nota: elaboración propia/extraído del Poder Judicial (2021)

Notificación de la respuesta: El/la responsable del proceso de gestión de reclamos notifica la respuesta del reclamo a la persona, según el medio elegido en la hoja de reclamación.

De acuerdo a la norma legal que da a conocer, a los consumidores o usuarios, de la manera como debe proceder el proceso del reclamo / queja, lo hace lo más explícito que pudiera ser entendible; sin embargo, existe algunos impases, en los plazos, en que el afectado, solo tiene dos días hábiles para dar respuesta a la rectificación de su denuncia, caso contrario, quedaría sin efecto, pero no dice la norma; aunque hay situaciones excepcionales, como el caso que el consumidor se encuentra de viaje, o que está convaleciente por tema de salud, debiendo cumplir con el mandato. Pero, también discrepamos que cuando el consumidor realiza dos reclamos en tiempos diferentes, la norma técnica considera que debe prevalecer el primero, ya que los reclamos pueden tener diferente naturaleza, no siempre debería ser el mismo, ya que servirá como antecedente, para aquella empresa u organización, se encuentra en un registro de proveedores de poca confianza.

2.2.6 Componentes en la gestión de reclamos

A. Proveedor.

A través de la Resolución N^a 2002 – 2013 /SPC- INDECOPI define el termino de proveedor, es aquella persona sea natural o jurídica que se dedica a la fabricación y comercialización de los bienes o servicios en el mercado para responder a las necesidades y expectativas de los consumidores a cambio de una retribución económica. En conclusión, el proveedor debe ejecutar las actividades de manera comercial de forma habitual y no ocasional, dado como la venta de un inmueble o un vehículo.

B. Tipos de proveedores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores los siguientes:

Tabla 4*Proveedores – definiciones*

PROVEEDORES	DEFINICIONES
Distribuciones o comerciantes	Personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimiento abiertos al público
Productores o fabricantes	Personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores
Importadores	Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional
Prestadores	Las personas naturales o jurídicas que presten servicios a los consumidores

Nota: Elaboración propia

Es indispensable que debe haber una habitualidad del agente económico, que es el proveedor, en otros términos, una continuidad de sus acciones comerciales, tal como lo estipula, la entidad pública de INDECOPI en los Lineamientos 2016 CC1 y CPC – ILN donde señala que el proveedor debe ser una persona que actúa de manera habitual en la provisión de los productos o la prestación de los servicios.

C. Principales obligaciones de los Proveedores. Las dos principales obligaciones giran en torno al Derecho a la Información¹ y la Idoneidad de los Productos².

Una de las partes que representa a la empresa, es el proveedor quien debe asumir sus obligaciones y derechos en el cual debe realizar los actos jurídicos con la otra parte, en primer, todo lo que da conocer al consumidor, debe ser de información objetiva, sin ningún tipo de dolo, para evitar cualquier reclamo o queja, además debe poseer una ética moral.

También el proveedor debe realizar un estudio-diagnóstico, sobre la situación que se encuentra el producto, antes de ser lanzado al mercado, siendo los aspectos importantes; fecha de fabricación y vencimiento, el estado de conservación, que su envase debe estar en buenas condiciones óptimas y cuando se trata de un servicio, debe respetarse los horarios, los tiempos de atención.

B. Consumidor. Son consumidores “todas las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional” (Ley 29571)

Bajo esta perspectiva, los derechos de los consumidores se encuentran respaldadas por los poderes públicos que los protegen y esta obligados los proveedores en proporcionarles una información adecuada, completa y clara, que la etiqueta sea visible, precios, fecha de inicio y caducidad.

En el caso del consumidor, que se encuentra amparado por las normas de protección del Consumidor, debe tener la obligación de revisar el producto y en el caso

¹ Ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión, brindar información veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano y evitar confusión u omisión de información (Ley N° 25971).

² Idoneidad del producto los proveedores están obligados a: garantizar la autenticidad de las marcas y leyendas en los productos, veracidad de la propaganda comercial, garantizar el contenido y vida útil del producto, no deben conllevar a un riesgo injustificado y advertir los riesgos (Ley N° 25971).

de tratarse de un servicio, debe conocer el procedimiento, con la finalidad de que no sea sorprendido.

2.2.7 Derecho del consumidor y su protección a través de la normativa

La primera ley de protección al consumidor se aprobó en 1991

En 1992, se entrega la administración de la nueva ley al INDECOPI, se crea para que resuelva los problemas relacionados a la competencia, propiedad intelectual y consumidor (Decreto Ley N°. 25868 del 06/11/1992). Se establece como primera instancia la Comisión de Protección al Consumidor y como segunda y última instancia el Tribunal.

En 1994 se deja abierta la posibilidad de otorgar competencias de defensa del consumidor a otras instituciones. En este marco global, surgen instituciones reguladores de los servicios públicos en defensa y protección al consumidor como: Osiptel, Osinerg, Sunass y Ositran (Ley 27332, 2000).

El Tribunal Constitucional señala como principales principios que rigen la protección al consumidor, los siguientes:

- a) El principio pro consumidor, que favorece al consumidor en caso de asimetrías,
- b) La proscripción del abuso del derecho,
- c) El principio de isonomía real, que establece trato igualitario a los iguales y trato desigual a los desiguales,
- d) La “restitutio in integrum”, donde el Estado resguarda el resarcimiento de los daños causados por el proveedor a los consumidores,
- e) La transparencia,
- f) La veracidad,
- g) El “in dubio pro consumidor”, en caso de duda, la interpretación de las normas legales a favor del consumidor, y

h) El principio pro asociativo, que facilita la creación y actuación de asociaciones de consumidores. (Roca y Céspedes, 2011)

Por otra parte, los mayores retrocesos legales han ocurrido en los años 2008–2009, con la eliminación de la posibilidad de sancionar a las empresas que abusan de su posición de dominio por prácticas explorativas contra los consumidores.

El marco legal en el Perú no favorece la asociatividad y sostenibilidad de las asociaciones de consumidores, en tanto no establece mecanismos que les permitan contar con recursos que ayuden a su funcionamiento, y está pendiente una reforma normativa que permita que la sociedad civil se involucre en el ejercicio de sus derechos como consumidor.

Uno de los aspectos, que nos ha llamado la atención, que en la actualidad los procesos de la prevención y la promoción, han avanzado lentamente y esto se debe, que los mecanismos de la logística son regulares, quienes están encargados de fiscalizar, si los productos cumplen los estándares de seguridad, un buen control de calidad, caso contrario se haría merecedor de una sanción. Siendo una de las razones que no avanzado, la falta de una economía para la compra de equipos tecnológicos bien sofisticados, para poder dar el veredicto respectivo, sea a favor o en contra.

2.2.4.1 Derechos fundamentales del consumidor

El consumidor que es una de las partes, debe tener conocimiento de causa

Figura 8

Conocimiento de causa

ITEMS
➤ Derecho a recibir un producto o servicio óptimo y de alta calidad
➤ Derecho a una protección eficaz, que se trasluce en la seguridad en evitar los riesgos para la vida del consumidor.
➤ Derecho a tener un conocimiento oportuno y suficiente, es decir antes que adquiere el bien debe tener una información adecuada y optima
➤ Derecho a la protección contra los métodos comerciales abusivos
➤ Derecho a un trato justo y equitativo en todo bien que lo desea obtener
➤ Derecho a la reposición del producto
➤ Derecho a una indemnización por daños o perjuicios.
➤ Derecho a elegir libremente.
➤ Derecho a ser escuchado de manera grupal o individual
➤ Derecho al pago anticipado o prepago de saldos en toda operación de crédito.

Nota: INDECOPI (2020).

Es fundamental que el consumidor a través de una sensibilización mediante un taller, se invita o un programa televisivo, se le da a conocer, acerca de los derechos del consumidor, desde nuestro punto de vista se debe dar énfasis que el servicio o el producto debe ser de buena calidad y logre tener la satisfacción del caso.

2.2.4.2 Mecanismos alternativos para la resolución de conflictos

A lo largo de la historia de la humanidad, desde una perspectiva empresarial se ha mantenido los conflictos en materia de proteger los derechos del consumidor, se ha buscado vías alternas, que eviten litigar en el Poder Judicial y el sistema administrativo, pues todo consumidor adquiere productos y contrata servicios para disfrutarlo en el momento que lo necesitan y lo desean; por ello lo adquiere bajo esta lógica frente a los conflictos que surgen de las

relaciones de consumo, motivo por el cual deben emplear los métodos alternativos de resolución de conflictos, conocido también como MARC

Flint (2007) citado por De la Cruz (2019) define que

se trata de métodos que permiten evitar los procesos judiciales y otras adversidades, donde las partes ingresan a una etapa de conflicto. Estos métodos alternativos que han sido identificados plenamente como la negociación, el arbitraje, la mediación, la conciliación, el mini juicio, la evaluación neutral, la evaluación de un experto o el alquiler de un juez, de todos los nombrados, el más conocido es la negociación y el arbitraje. (p. 527)

Los Derechos del consumidor tiene sus etapas en el procedimiento, primero se inicia en la parte administrativa, agotada, tiene la opción de recurrir al poder judicial a través de un proceso contencioso administrativo, por lo que se desea considerar que si el Estado al implementar los mecanismos auto compositivos de resolución de conflictos sirviéndose del Libro de Reclamaciones como un instrumento que brinda confianza, credibilidad, economía a los consumidores.

Sin embargo, al implementar los mecanismos de la resolución de conflictos en derecho de consumo, tiene algunas aristas, en el momento que se inicia un litigio.

Los juristas Goldberg, Sander , E.A citado por Roque et al. (2006) consideran que

(...) las posibilidades de implementar mecanismos de resolución de conflictos con exclusión de los órganos jurisdiccionales del Estado son tan amplias y al mismo tiempo creativas entre las partes y de quienes las asesoran. Con la sola limitación de las cuestiones de orden público; pues el trasfondo es llegar a una solución entre las partes. (p.40)

Merece mencionar entre los mecanismos legales, los siguientes:

A. **Negociación:** Es un medio básico a través del cual, una persona obtiene lo que quiere o desea de los demás. Es un proceso de comunicación de doble vía, diseñado para permitir alcanzar un acuerdo cuando las partes tienen algunos intereses que son compartidos y otros que son contrapuestos.

B. **Mediación:** Para Hernández (2014) “(...), el objetivo de la mediación reside en que las partes dan a conocer sus posiciones de derecho a centrarse en intereses o satisfacción de necesidades subyacentes” (p. 61). En el art. 148 de la Ley N° 29571, argumenta que los consumidores pueden estar en la mediación originada por la controversia surgida con el proveedor con anterioridad a la tramitación de un procedimiento administrativo por el concepto de una infracción a las disposiciones de dicho código.

En el art. 107-A del Código de Protección del Derecho del Consumidor, en el D.L. N° 1308-2016 se reconoce que la mediación es una manera anticipada del procedimiento de oficio promovido por denuncia de parte, lo que se encuentra el numeral dos del referido enunciado normativo.

Por lo que se debe concluir que la mediación es un mecanismo de solución y la finalización del conflicto, pues está legalmente validado ante la ley, que antes de iniciar el procedimiento, como una vez iniciada, en consecuencia, el proveedor y el consumidor puede servirse de este para poner fin al problema suscitado en una relación de consumo o previa a esta.

C. **Conciliación** Según el jurista Pinedo define el término conciliación como “la acción destinada a componer, concordar a las partes en conflicto con la finalidad de evitar un pleito o conclusión uno que está por iniciarse” (p. 114). Mientras que la Real Académica define este término que recibe la acción y el efecto de conciliar, además hace mención que el origen de la palabra deriva del latín “conciliatio”.

La Ley de la Conciliación N° 26872 que fue modificada por el Decreto Legislativo N° 1070 en el art. 5° señala que se trata de una institución que se

constituye en calidad de mecanismo alternativo para dar solución a un conflicto, mediante un Centro de Conciliación Extrajudicial a fin de evitar un juicio.

Al mismo tiempo, los derechos del consumidor, se encuentran respaldados por la entidad pública de INDECOPI, creada para este fin y es el organismo competente para promover la conciliación de manera gratuita a través del SAC, pese que debe tener un conducto regular se hacer el trámite correspondiente.

Es importante, dar a conocer acerca del procedimiento legal, que pudiera darse, partiendo de la negociación, la medición y la conciliación, de los aspectos que van en cadena, al cual guarda una relación directa y estrecha, una vez que pudiera suscitarse el hecho del conflicto entre ambas partes, es entonces que ingresa la negociación, de buscar un punto de equilibrio, en que ambas partes aceptan, luego vendría la medición, donde dan a conocer su punto de vista, donde es analizado por ambas partes, que posiblemente pudiera darse algunas coincidencia, como por ejemplo

La reposición del producto, que habría sido dañado, en otros casos, la perdida de la compra del producto y que esta no ha sido reparada económicamente, finalmente vendría el resultado de la conciliación, donde aceptan, el acuerdo bilateral, sin ningún tipo de presión, dolo, por el contrario, quedaría en lo posible, una satisfacción.

2.2.8 INDECOPI en el Marco Legal Peruano

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) “es un organismo público especializado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, creado en el año 1992, mediante el DL. N° 25868.

Este organismo que tiene como finalidad la protección de los derechos de los consumidores y fomentamos en la economía peruana una cultura de leal y honesta competencia, resguardando todas las formas de Propiedad Intelectual:

desde los signos distintivos y los derechos de autor hasta las patentes y biotecnología.

Presenta un sistema nacional integrado, el cual se esquematiza a continuación:

Figura 9

Figura Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor



Nota: ECP del INDECOPI

A nivel de la Constitución, el artículo 65° y 172° señala que el Estado defiende los derechos de los consumidores y usuarios, por lo que tiene una fundamentación constitucional. En este sentido viene realizando una serie de acciones destinadas a fortalecer el Sistema, actuando en los siguientes tres frentes:

Figura 10

Frentes de actuación del INDECOPI



Nota: ECP del INDECOPI

Esta institución está compuesta por: El Consejo Directivo (órgano máximo de la administración), la administración (desarrollada por la Gerencia General y demás Gerencias), y órganos funcionales, estos últimos son los que promueven las normas. (INDECOPI, 2018). Entre las competencias de la INDECOPI se encuentran:

- La administración del Sistema de Propiedad Intelectual, contribuir a la mejora de la calidad regulatoria,
- Proteger a los consumidores
- Defender la libre competencia
- Velar por la legalidad de los acuerdos adoptados por las juntas de acreedores en los procedimientos concursales,
- Fiscalizar la competencia desleal,
- Vigilar el cumplimiento de las normas que evitan y corrijan las distorsiones de las competencias generadas por la importación de productos a precios

dumping o subsidiados, administrar la infraestructura oficial de la firma electrónica.

Pero, entre las dos partes plenamente identificadas entre los proveedores y consumidores, está la intervención del Estado, representado por una entidad, que es INDECOPI que tiene toda una estructura legal, un organigrama, un MOF, además se encuentra respaldado por las normas legales, donde debe cumplir sus deberes y obligación frente a la defensa del consumidor.

2.3 Marco Conceptual

a. Reclamo:

Manifestación que un consumidor ejecuta al proveedor mediante una Hoja de Reclamación, expresando su disconformidad con los productos y/o bienes comprados. En otros términos, un reclamo, no tiene una temporalidad o lugar, se genera cuando las situaciones están dadas, especialmente donde el consumidor o usuario percibe que sus derechos han sido vulnerados, que ha sido engañado de una manera sutil, por un proveedor.

b. Queja:

Expresión de malestar o descontento del consumidor respecto a la atención al público, sin que exista un pronunciamiento por parte del proveedor, esta no constituye una denuncia. Aquí se desprende, que la queja se distingue de lo anterior, de demuestra su disconformidad que no se encuentra relacionada a los bienes suministrados o muestra un descontento ante un servicio prestado.

c. Aviso del Libro de Reclamaciones:

Aviso o letrero de carácter físico o virtual que los proveedores colocan en sus establecimientos comerciales, en un lugar visible y fácilmente accesible al público. En otros términos, este Libro de Reclamaciones debe ser difundido por los medios virtuales, en lugares visibles que el público pudiera

tener acceso directo sin pedir el permiso respectivo de la empresa, debido a que se suscitaría una controversia.

d. Proveedor virtual:

Es un proveedor que mantiene comunicación y relaciones de consumo a través de portales web.

e. Acción correctiva

Es una acción que comprende la identificación y eliminación de la causa que origina un problema o situación conflictiva a fin de evitar una reincidencia o que tenga consecuencias negativas.

f. Acción preventiva

Es una acción que consiste evitar la ocurrencia de problemas o situaciones de conflicto.

g. Producto:

Está relacionado con bien tangible e intangible de origen nacional o no (INDECOPI, 2020)

h. Servicio:

Es una actividad de prestación de servicios que se coloca al servicio del mercado, sea de naturaleza financiera, bancaria, crédito, seguros, servicios técnicos y profesionales, aquí están fuera los servicios personales, bajo una relación de dependencia. (INDECOPI, 2020)

CAPÍTULO III

MÉTODO

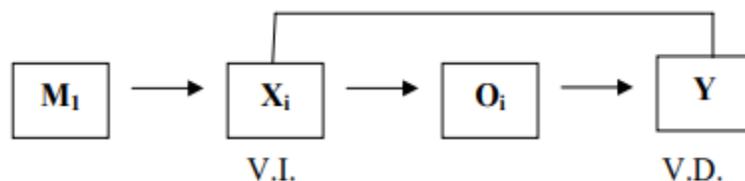
3.1 Tipo de investigación.

Según las fuentes de información es una investigación de campo por cuanto se aplicará una encuesta a profesionales en derecho y consumidores.

El nivel de investigación es explicativa por cuanto se trabaja la relación causa-efecto; así se explicará la variable dependiente en la variable independiente, el cual es definida como “aquellos estudios que se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

3.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, por cuanto no se manipula ninguna variable



3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población

La población está constituida por las unidades de estudio, que tiene las mismas características.

3.3.2. Muestra.

10 profesionales en derecho

50 consumidores.

25 consumidores que hicieron uso del libro de reclamaciones

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica es la estrategia de la manera como se va a recoger los datos, mientras que el instrumento es la herramienta, que ayudara a registrar los datos.

Se aplicarán las técnicas siguientes:

Observación y la encuesta.

3.4.1.1. Observación documental.

La observación documental, a través del instrumento ficha de observación de fuentes secundarias, entre ellas: libros de la materia, artículos relacionados, normas publicadas en el peruano, artículos digitales y otros, etc. pertinentes para la investigación.

Así como investigaciones realizadas anteriormente, sistematizados en el ítem de antecedentes de la investigación.

3.4.1.2. Encuesta.

Este instrumento se aplicó en el proceso de recolección de datos, el cual recogió fundamentalmente las opiniones del grupo de profesionales en derecho, que permiten el análisis de la normativa; así también se aplicó una encuesta a los consumidores en la que se sistematizan la percepción de estos.

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos

Se consideran, según cada una de las técnicas de investigación, los que se detallan a continuación:

3.4.2.1. Fichas bibliográficas.

Donde se consigna la información documental, la cual fue clasificada en forma lógica, secuencial y trascendental con el fin de presentarla en forma idónea.

3.4.2.2. Cuestionario de preguntas

Se formularon preguntas según los indicadores y variables de la investigación

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El procesamiento y análisis de datos se realizó mediante la estadística descriptiva e inferencial, usando como herramientas informáticas el Programa computarizado de Excel. El análisis se encuentra dirigido por los objetivos, normativa y marco teórico.

La información recogida se realiza el proceso de conteo y tabulación, sistematizados en tablas estadísticas y representadas en figuras.

Por otro lado, cuando se hace la referencia del análisis de datos, se toma en cuenta la objetividad de la información, seguidamente un análisis, la clasificación de acuerdo a la estructura del esquema de la investigación.

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Resultados de la encuesta aplicada a Profesionales en derecho

Se presentan los resultados del trabajo de campo, comprende las tablas y figuras estadísticas de las encuestas aplicadas a los profesionales en derecho, según el instrumento aplicado; o sea el cuestionario elaborado por los graduandos en base a los indicadores de la investigación.

Tabla 5

Respecto a la regulación normativa del Libro de Reclamaciones DS. 011-2011-PCM, ¿Qué opinión le merece como mecanismo de defensa del consumidor?

	Frecuencia	Porcentaje
Es un mecanismo excelente para que los consumidores expresen sus desacuerdos o insatisfacción	5	50
Es importante como medio de protección a los consumidores; pero no hay difusión	2	20
Es buena la normativa; pero no hay control por parte de INDECOPI, lo que lo hace ineficaz.	1	10
Es positiva; pero presenta deficiencias, no cubre la total defensa del consumidor	2	20
Total	10	100

Nota: Elaboración propia/Encuesta

Respecto a la opinión que les merece la regulación normativa del Libro de Reclamaciones DS. 011-2011-PCM, el 50% del grupo de abogados encuestados o porcentaje mayoritario en la tabla opinan que “es un mecanismo excelente para que los consumidores expresen sus desacuerdos o insatisfacción”; en tanto que en porcentajes iguales de 20% “es importante como medio de protección a los consumidores; pero consideran que no existe difusión” y “es positiva; pero presenta deficiencias, no cubre la total defensa del consumidor”, respectivamente. En tanto que un reducido 10% opinó que “es buena la normativa; pero no hay un control por parte de INDECOPI lo que lo hace ineficaz”.

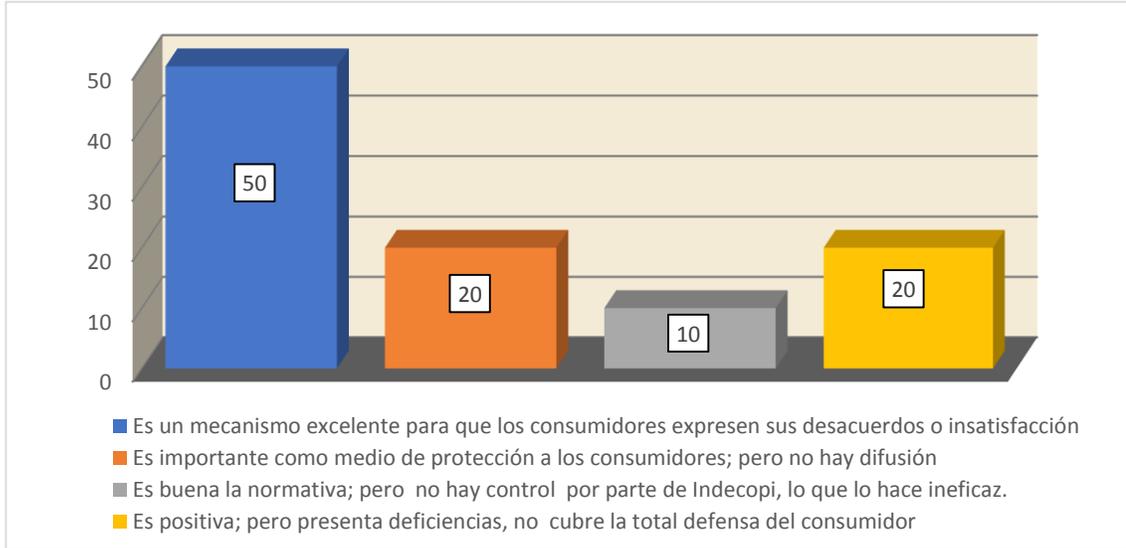
ANÁLISIS

Todos los profesionales en derecho reconocen la importancia normativa del Libro de Reclamaciones DS. 011-2011-PCM de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el artículo 150°; y ratificada en el artículo 4° del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, que señala que: “El establecimiento comercial abierto al público deberá contar con un Libro de Reclamaciones, sea de naturaleza física o virtual, el mismo que deberá ser puesto inmediatamente a disposición del consumidor cuando lo solicite”; este permite dejar constancia de la presentación del reclamo o la queja, de su contenido. Sin embargo, a opinión de la mitad de profesionales añadieron que esta normativa no se encuentra lo suficientemente difundida, que carece de control por parte de INDECOPI o no cubre la total defensa del consumidor.

Se precisa entonces que, si bien se reconoce que es un bueno, excelente o positivo mecanismo de defensa del consumidor o medio de protección de estos; consideran que falta difusión, es ineficaz aludiendo un control ausente por parte de INDECOPI y que no cubre a cabalidad la defensa del consumidor.

Figura 11

Respecto a la regulación normativa del Libro de Reclamaciones DS. 011-2011-PCM, ¿Qué opinión le merece como mecanismo de defensa del consumidor?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 6

¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo de atención a los reclamos?

	Razones	Frecuencia	Porcentaje
SI	Realizan todos los esfuerzos posibles para dar alguna atención	4	40
	Se queda a nivel de pronunciamiento y respuesta	3	30
NO	No todos lo brindan y por la desinformación no lo piden	2	20
	Si a la empresa no le interesa simplemente recibe el reclamo o queja y no la tramita	1	10
Total		10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Respecto a si consideran que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo de atención a los reclamos, el 40% de los profesionales encuestados consideran que con la normativa se hace los esfuerzos posibles para atender los reclamos; en tanto que el porcentaje restante (60%) no considera que sea un mecanismo de atención suficiente, dando como razón principal que “se queda a nivel de pronunciamiento y respuesta”, según el 30%; seguido del 20% que considera que no todos lo brindan y la desinformación no hace que sea exigido.

Por otro lado, un reducido 10% lo atribuye a que “si la empresa no le interesa simplemente recibe la queja y no la tramita”, respectivamente.

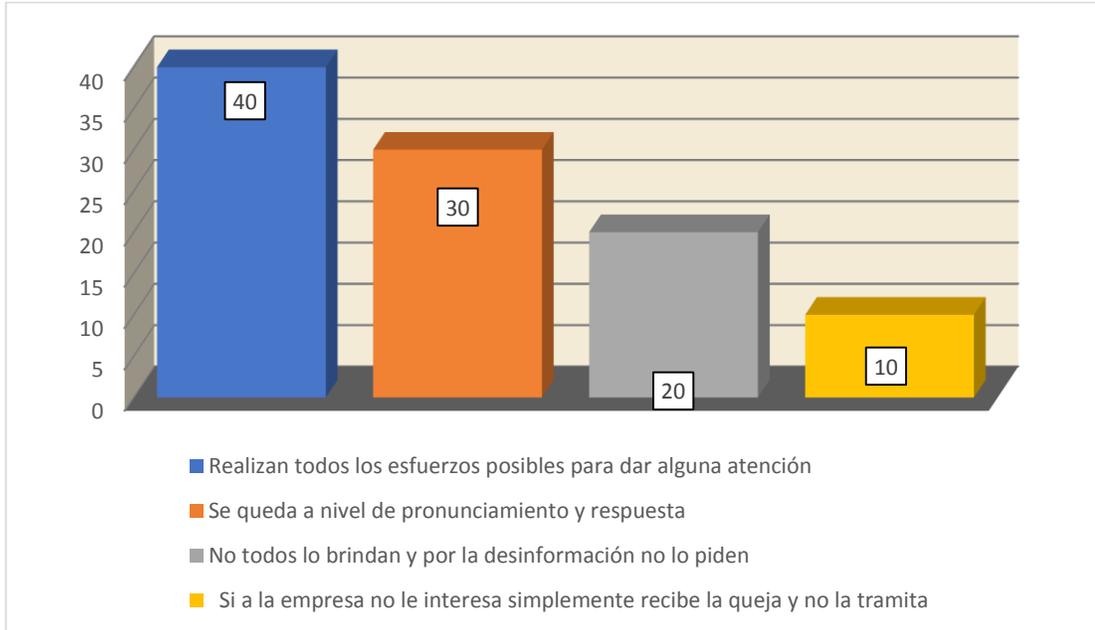
Se precisa que la mayoría de profesionales en derecho considera que la normativa del Libro de Reclamaciones no es suficiente como mecanismo de atención a los reclamos, ya que se queda a nivel de pronunciamiento y respuesta; no todos lo brindan y por la desinformación no lo piden y que la empresa no siempre los tramita.

ANÁLISIS

Por lo expuesto en la tabla la gran mayoría de profesionales encuestados coincidieron en señalar que la normativa del Libro de Reclamaciones no es suficiente como mecanismo de atención a los reclamos, ya que la normativa al respecto señala en el artículo 6° respecto a la atención que: “el reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario (plazo extendible); no determinando ninguna exigencia de seguimiento; además de que se evidencian vacíos respecto al control en el uso e implementación de este; motivo por el cual, entre otros, no lo consideran suficiente para considerar que no es suficiente como mecanismo de atención a los reclamos a partir de la normativa del Libro de Reclamaciones.

Figura 12

¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo de atención a los reclamos?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 7

¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo para solucionar los reclamos de los consumidores?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0
NO	No se hace seguimiento ni se sanciona a los proveedores que no resuelven el reclamo	2 20
	No tiene un mecanismo supervisor eficiente	2 20
	No tiene capacidad resolutoria	6 60
	10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Se observa en la tabla estadística que la totalidad de abogados encuestados opinaron que la normativa del Libro de Reclamaciones no es suficiente como mecanismo para dar solución a los reclamos de los consumidores; específicamente argumentaron, para el 60% esta normativa no establece o regula la solución de los reclamos; por lo tanto no tiene capacidad resolutoria; en tanto que en porcentajes iguales de 20% consideran que no es suficiente por cuanto no tienen un mecanismo supervisor eficiente y no hacen seguimiento ni se sanciona a los proveedores que no resuelven el reclamo, respectivamente.

Se precisa que la totalidad de abogados encuestados consideran que la normativa del Libro de Reclamaciones no es suficiente como mecanismo de solución de los reclamos.

ANÁLISIS

El análisis de la normativa sobre el Libro de Reclamaciones, según se establece en esta que los proveedores se rigen por las normas relativas al procedimiento y fiscalización de la atención de quejas y reclamos, estando obligadas a una vez registrado el reclamo o queja, según el artículo 2° en sus incisos c) Entregar a los consumidores una copia o constancia de la queja o reclamo presentado, con la información mínima prevista; d) Exhibirán el Aviso del Libro de Reclamaciones conforme a lo dispuesto en el artículo 9° del Reglamento. Y en el artículo 11° entregar la información requerida por el INDECOPI conforme a lo establecido

En líneas generales se precisa que esta normativa no tiene calidad de denuncia; sino más bien es una herramienta administrativa que, efectuado el pronunciamiento obliga a los proveedores a dar una respuesta; así en el art 6° inciso A.2. en el caso de dar solución se deja constancia de la solución ofrecida por el proveedor y la aceptación del consumidor.

Esto según sus voluntades; de allí que tiene más un efecto disuasivo que resolutorio e incluso no es un requisito para establecer una denuncia formal ante INDECOPI; de allí que la totalidad de abogados encuestados consideren que esta normativa no es suficiente para resolver los reclamos.

Figura 13

¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es suficiente como mecanismo para solucionar los reclamos de los consumidores?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 8

¿Con que nivel de eficacia considera que la normativa del Libro de Reclamaciones se defienden los derechos del consumidor?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Muy eficazmente	0	0
Eficazmente	0	0
Medianamente eficaz	3	30
Poco eficaz	4	40
Nada eficaz	3	30
Total	10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

En la tabla estadística, al indagar respecto a si consideran que con la normativa del Libro de Reclamaciones se defiende los derechos del consumidor, para el 40% de los abogados encuestados o el porcentaje mayoritario señalo que es medianamente eficaz; en tanto que es poco eficaz para el 30% y en igual porcentaje lo considera

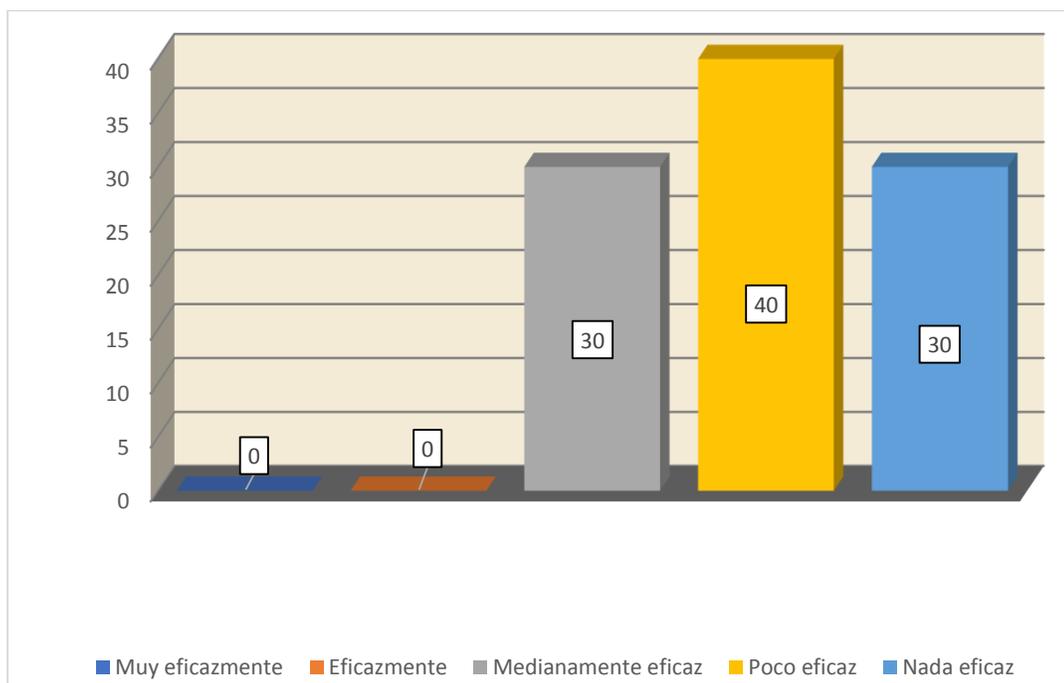
“nada eficaz”; consecuentemente en ningún caso consideran que esta normativa es eficaz o muy eficaz en la defensa de los derechos del consumidor.

ANÁLISIS

La revisión de los artículos sobre las obligaciones del proveedor respecto a la implementación del Libro de Reclamaciones y el análisis efectuado en tablas anteriores demuestran que con esta normativa no se defiende totalmente los derechos del consumidor, esto en la medida de que el registro del reclamo o queja se queda en un nivel de pronunciamiento o de conocimiento de la disconformidad del consumidor y respuesta por parte de los proveedores, dejando su solución a voluntad de acuerdo entre las partes; no obstante no existe la obligación de negociar o conciliar y menos de resolverlos.

Figura 14

¿Con que nivel de eficacia considera que la normativa del Libro de Reclamaciones se defienden los derechos del consumidor?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 9

¿Considera que la normativa del Libro de Reclamaciones es un medio que permite la conciliación, negociación o mediación y evita se trasgreda los derechos del consumidor?

		Permite la conciliación entre la empresa y el consumidor		Permite la negociación entre la empresa y el consumidor		Permite la mediación entre la empresa y el consumidor		Evita se trasgreda los derechos del consumidor	
		F	%	F	%	F	%	F	%
Válido	Si	0	0	0	0	0	0	2	20
	No	10	100	10	100	10	100	8	80
	Total	10	100	10	100	10	100	10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

En la tabla estadística, se recoge las opiniones profesionales respecto a sí con la normativa del Libro de Reclamaciones se defiende los derechos del consumidor, se obtuvo que la totalidad de los profesionales en derecho no consideran que sea un mecanismo de negociación, conciliación o mediación entre la empresa y el consumidor que reclama.

En tanto que el 80% de los abogados encuestados consideran que la normativa “no” defiende plenamente los derechos del consumidor argumentando que no evita se trasgreda estos derechos.

ANÁLISIS

En la normativa se observa que la obligación del uso del Libro de Reclamaciones tiene la intención de evitar se trasgreda los derechos del consumidor; sin embargo, no se especifica.

Textualmente en el Artículo 3°. - inciso 3.1 se señala que se entiende por:" Libro de Reclamaciones: el documento de naturaleza física o virtual provisto por los

proveedores en el cual los consumidores podrán registrar quejas o reclamos sobre los productos o servicios ofrecidos en un determinado establecimiento comercial abierto al público.

Entonces es una herramienta para presentar quejas o reclamos ante un proveedor respecto a las inconveniencias que hayan surgido tras la compra de un producto o servicio, y teniendo en cuenta el Artículo 6.- en el que se señala literalmente:

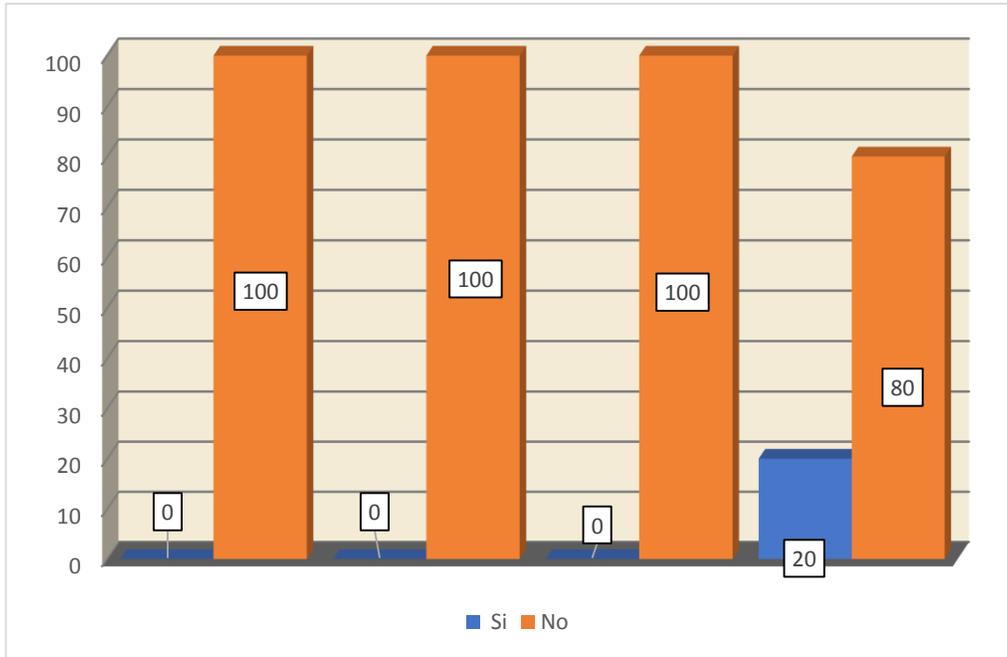
“El reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario mediante comunicación escrita (vía carta y/o correo electrónico, según haya sido solicitado por el consumidor). Dicho plazo puede ser extendido hasta por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situación que debe ser puesta en conocimiento del consumidor antes de la culminación del plazo inicial, de conformidad con lo establecido en el artículo 24° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o sustituya”.

De esta manera no se le considera explícitamente un mecanismo de conciliación ya que legalmente este se realiza en un centro de conciliación; tampoco de negociación; ni de mediación porque para ello se necesita de un tercero; así en el art. 107-A mediante el Decreto Legislativo N° 1308-2016 se reconoce que la mediación es una manera anticipada del procedimiento de oficio promovido por denuncia de parte, lo que se encuentra el numeral dos del referido enunciado normativo

Por lo tanto, la gran mayoría de los profesionales consideran que con esta normativa no se evita se trasgreda los derechos del consumidor.

Figura 15

¿Considera que con la normativa del Libro de Reclamaciones es un medio que permite la conciliación, negociación o mediación y evita se trasgreda los derechos del consumidor?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla10

¿Se están cumpliendo los procedimientos legales en el uso del libro de reclamaciones?

	Porque	Frecuencia	Porcentaje
Si	Si pero de forma genérica	1	10
	Correcto, existen sanciones por el mal empleo de este.	1	10
A veces	Utilizan modelos antiguos	1	10
No	Existe desconocimiento de la ley y sus modificatorias.	5	50
No se sabe porque no hay mecanismos de control		2	20
Total		10	100

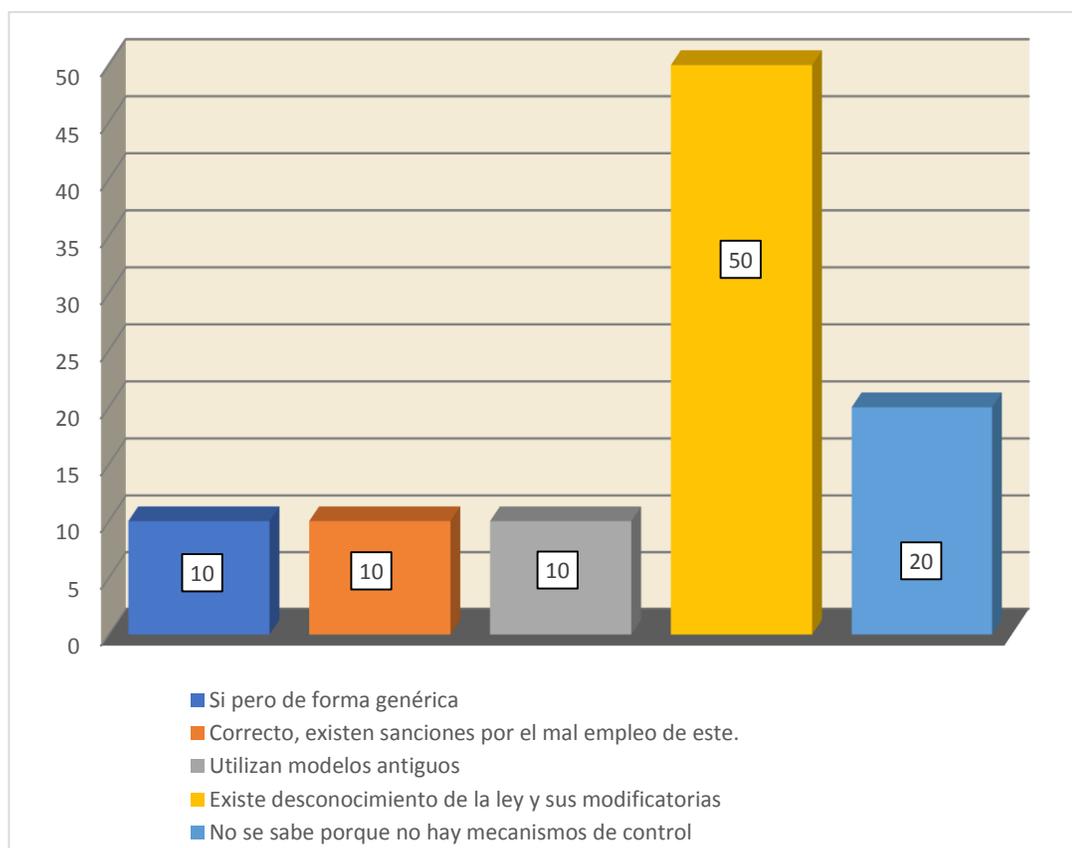
Nota: Elaboración propia/encuesta

Se observa en la tabla estadística que para los abogados encuestados no se está cumpliendo con los procedimientos legales en el uso del Libro de Reclamaciones; específicamente argumentaron, que existe desconocimiento de la ley y sus modificatorias, según el 50%; en tanto que el 20% reconoce que no se sabe exactamente por cuanto no existen mecanismos de control.

Por otro lado, en porcentajes iguales de 10% consideran que si cumplen según los procedimientos legales por cuanto es de forma genérica o porque existen sanciones por el mal empleo de este. Y para un porcentaje igual (10%) a veces se cumplen los procedimientos legales ya que se utilizan modelos antiguos.

Figura 16

¿Se están cumpliendo los procedimientos legales en el uso del libro de reclamaciones?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 11

¿Considera que las sanciones por no cumplir con el uso del libro de reclamaciones son convenientes?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	20
No	8	80
Total	10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

En la tabla estadística se aprecia que para la gran mayoría o el 80% de los abogados encuestados no son suficientes las sanciones establecidas y solo el 20% las consideran suficientes

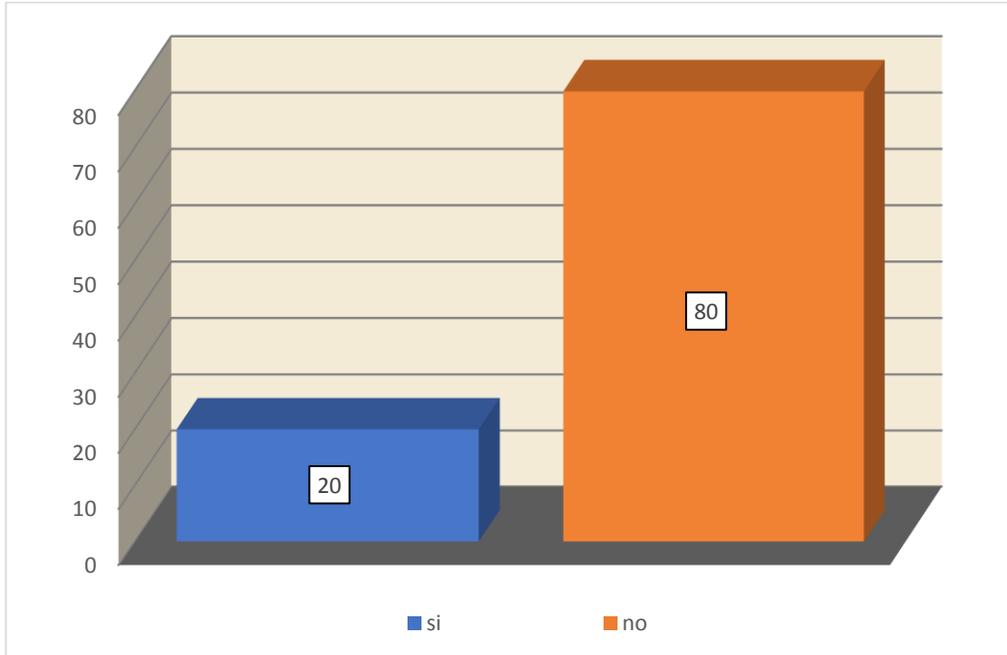
ANÁLISIS

Las sanciones impuestas por el no uso del libro de reclamaciones por parte de los proveedores o empresas se encuentran determinadas por INDECOPI.

Así se establece que “si el proveedor no cuenta con su Libro de Reclamaciones o no da respuesta a los reclamos o quejas registrados, el INDECOPI puede imponerle desde una amonestación, hasta una multa, según lo estipulado en su normativa, esto de acuerdo a la gravedad de la infracción y la magnitud de la empresa. Sin embargo, la mayoría de los abogados encuestados no están de acuerdo con estas sanciones

Figura 17

¿Considera que las sanciones por no cumplir con el uso del libro de reclamaciones son convenientes?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 12

¿Usted considera que el libro de reclamaciones está resultando idóneo para defender los derechos del consumidor?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	20
No	8	80
Total	10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Respecto a si consideran que la el libro de reclamaciones está resultando idóneo para defender los derechos del consumidor, para la mayoría es decir el 80% considera que no está resultando idóneo para defender los derechos del consumidor; al parecer por

no obligar a las empresas o proveedores hacer seguimiento, resolver el reclamo, falta de mecanismos de seguimiento y control por parte de INDECOPI, etc. Opuestamente a ello un reducido 20% de los profesionales en derecho respondieron afirmativamente reconociendo que dicho libro si resulta idóneo para defender los derechos del consumidor.

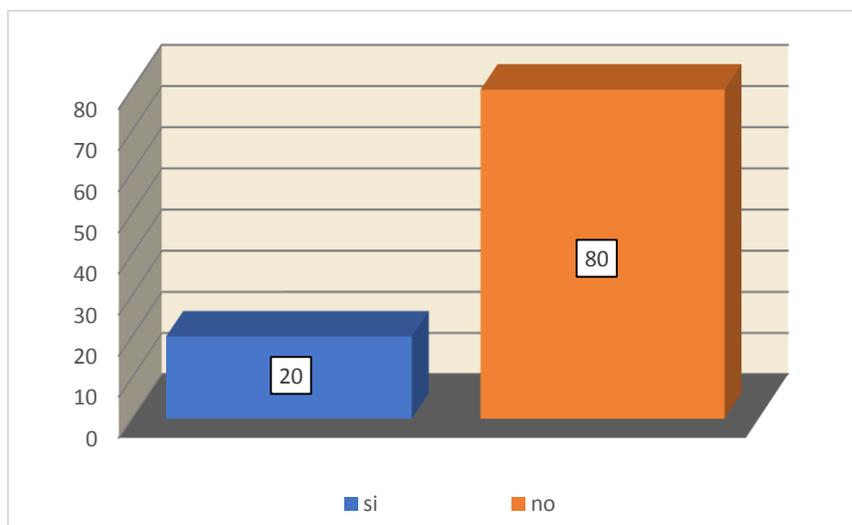
Así según la gran mayoría de profesionales en derecho el libro de reclamaciones no está resultando idóneo para defender los derechos del consumidor.

ANALISIS

Se comprueba que según la percepción del 80% de los profesionales en derecho la normativa del Libro de Reclamaciones no está resultando idóneo para defender los derechos del consumidor, ya que está orientada a “promover la solución” de manera directa; aunque la inmediatez, según los plazos es de 30 días e incluso este plazo puede extenderse. Así no se obliga legamente a llegar a una solución; esta queda a voluntad de las partes, en cuyo caso se deja constancia (Art.6° inciso A.2); por ello se considera que solo tiene un carácter disuasivo.

Figura 18

¿Usted considera que el libro de reclamaciones está resultando idóneo para defender los derechos del consumidor?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 13*Aspectos positivos de la normativa del libro de reclamaciones*

	Frecuencia	Porcentaje
Tiene mecanismos de sanción hacia las empresas infractores.	1	10
Se registran las quejas de manera inmediata, siendo un instrumento de disuasión	5	50
Permite al consumidor exprese su disconformidad, tomando conocimiento de la problemática	2	20
Ninguno	2	20
Total	10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Se aprecia en la tabla estadística los aspectos positivos de la normativa del libro de reclamaciones, el 50% o la mitad de los abogados encuestados señala que ofrece un instrumento inmediato al consumidor al poder realizar el registro de su queja o reclamo de manera inmediata, considerado un instrumento de disuasión; seguido del 20% que afirman que permite al consumidor exprese su disconformidad; además de tomar conocimiento de la problemática, sin embargo en igual porcentaje indico que no ofrece ningún aspecto positivo.

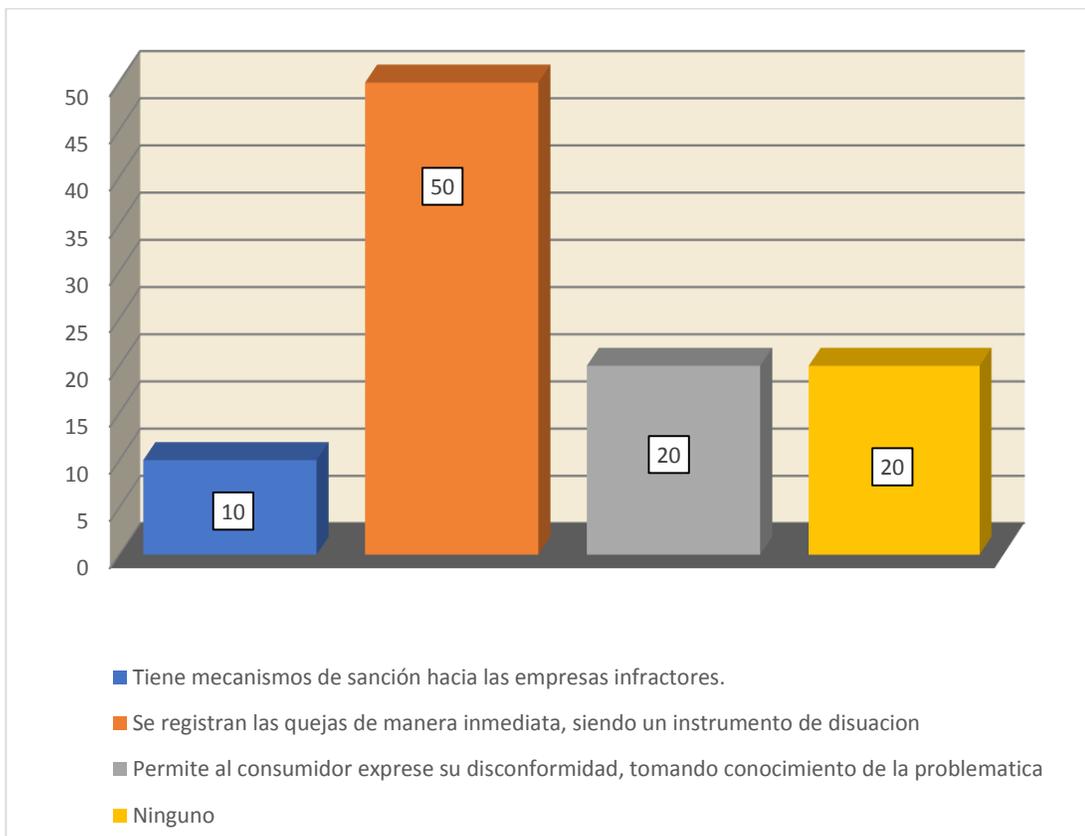
Finalmente, un reducido 10% de manera general, reconoce como aspecto positivo que la normativa contempla mecanismos de sanción hacia las empresas infractores ante el no cumplimiento poner a disposición de los consumidores el libro de reclamaciones de la empresa.

ANÁLISIS

Se precisa que en ningún caso los profesionales en derecho consideran que un aspecto positivo sea el que defienda plenamente los derechos de los consumidores; siendo el principal aspecto positivo la inmediatez en el registro de las quejas y el considerarlo un instrumento de disuasión.

Figura 19

Aspectos positivos de la normativa del libro de reclamaciones



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 14*Deficiencias de la normativa del libro de reclamaciones*

	Frecuencia	Porcentaje
Solo se preocupan por sancionar, pero no se preocupan que el reclamante reciba el servicio o producto por lo cual reclamo.	2	20
Es muy general y falta mecanismo de control	3	30
Se recarga al proveedor con obligaciones burocráticas hacienda menos eficiente su cumplimiento	2	20
No hay informes periódicos de reclamos	1	10
Se queda en un nivel de pronunciamiento y no tiene calidad de denuncia	3	30
Total	10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Respecto a la opinión sobre las deficiencias de la normativa del libro de reclamaciones, el 30% del grupo de abogados encuestados o porcentaje mayoritario en la tabla opinan que “es muy general y que falta mecanismos de control”; en igual porcentaje consideran que se queda en un nivel de pronunciamiento y no tiene calidad de denuncia”; en tanto que en porcentajes iguales de 20% opinan que “solo se preocupan por sancionar, pero no se preocupan que los reclamante reciban el servicio o producto por lo cual reclamo,” y “se recarga al proveedor con obligaciones burocráticas hacienda menos eficiente su cumplimiento”, respectivamente.

En tanto que un reducido 10% opinó que “no hay informes periódicos de reclamos”.

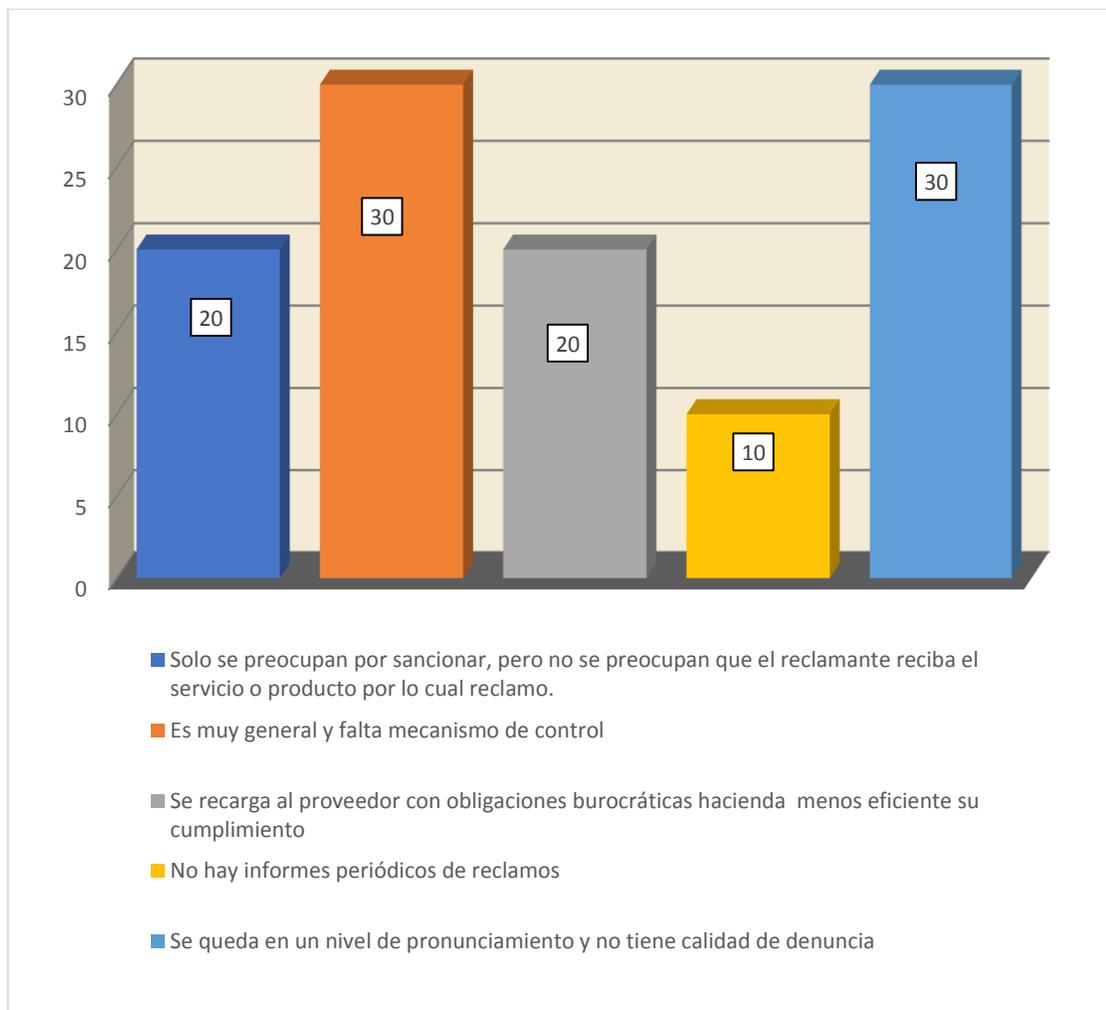
ANÁLISIS

Se comprueba efectivamente que todos los profesionales encuestados identificaron alguna deficiencia en la normativa respecto a la defensa de los derechos de los consumidores, ya que es una normativa que está orientada a promover la solución y no a resolverla, con ausencia de seguimiento y control; aunque se en la

Resolución de Contraloría N° 367-2015-CG en su artículo primero aprueba la “Verificación del cumplimiento de la obligación de las entidades de contar con un Libro de Reclamaciones”, en la realidad concreta no se han establecido los mecanismos específicos para realizar esta verificación de cumplimiento.

Figura 20

Deficiencias de la normativa del libro de reclamaciones



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 15

¿Qué sugerencias propone para mejorar esta normativa?

	Frecuencia	Porcentaje
Que se incluyan en las normas un mecanismo de seguimiento obligatorio por parte de INDECOPI	2	20
Celeridad en los procesos de atención y solución	1	10
Se regule la fiscalización del informe periódico de reclamos a fin dar solución a los reclamos no resueltos.	2	20
Se realicen modificatorias en la normativa para que tenga un efecto legal que obligue a una solución	5	50
Total	10	100

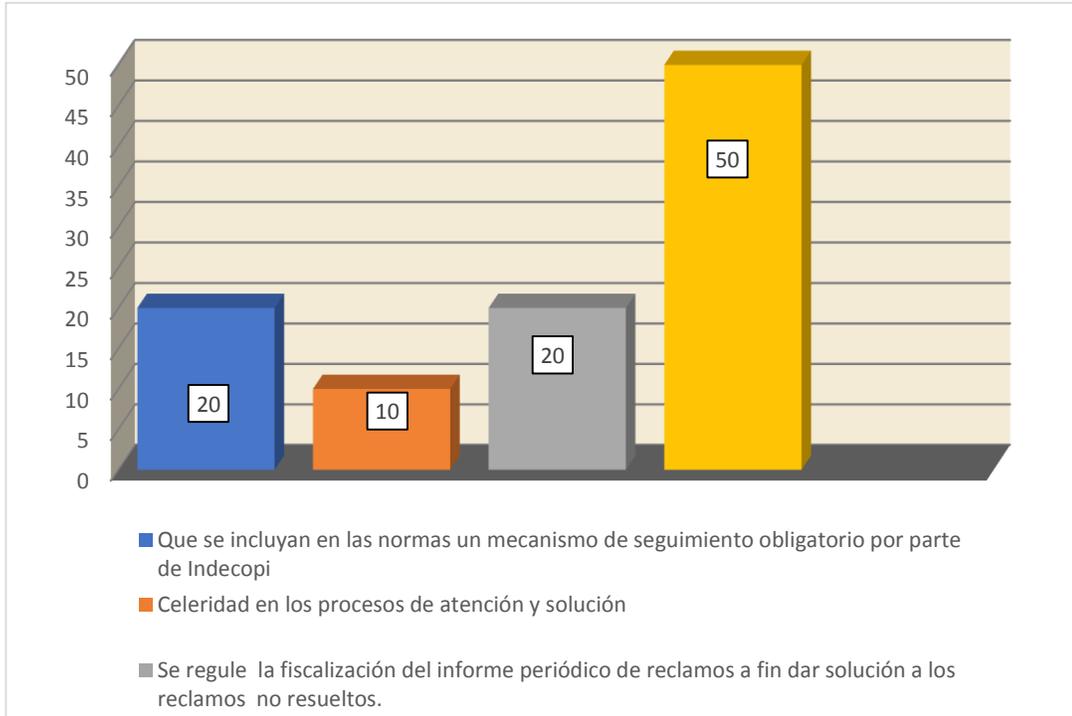
Nota: Elaboración propia/encuesta

Se aprecia en la tabla estadística que las sugerencias ofrecidas por el grupo de abogados encuestados, la mitad de estos sugiere se realicen modificatorias en la normativa para que tenga un efecto legal que obligue a una solución; en tanto que en porcentajes iguales de 20% sugieren que se incluyan en las normas un mecanismo de seguimiento obligatorio por parte de INDECOPI, y que se regule la fiscalización del informe periódico de reclamos a fin dar solución a los reclamos no resueltos, respectivamente; así en ambos casos la sugerencia se orienta a seguimiento y control, ya que como se ha analizado la normativa no establece estos mecanismos

Finalmente un reducido 10% de manera general, sugiere celeridad en los procesos de atención y solución de los reclamos registrados en el libro de reclamaciones, ya que la demanda de tiempo es un factor que influye en que los consumidores no reclamen quedando afectados en sus derechos; así también, en igual porcentaje

Figura 21

¿Qué sugerencias propone para mejorar esta normativa?



Nota: Elaboración propia/encuesta

4.2 Resultados de la encuesta a consumidores

Tabla 16

¿Tiene conocimiento de que es un Libro de Reclamaciones?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	50	100
	No	0	0
Total		50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

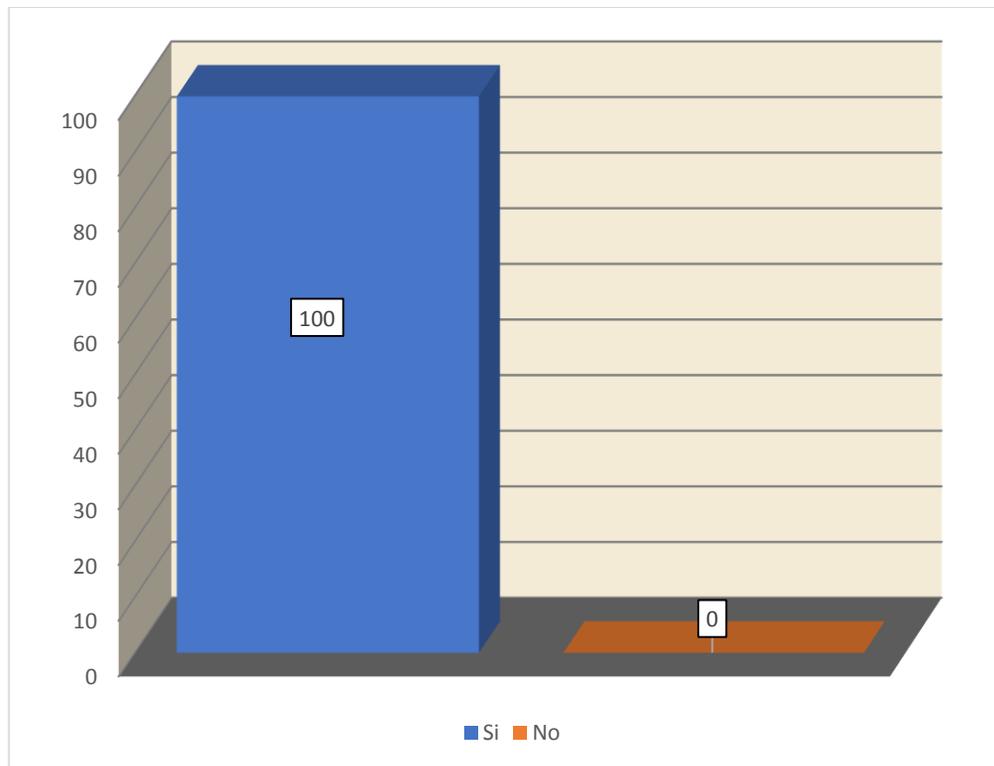
Al indagar a los consumidores respecto a si tiene conocimiento de la existencia del libro de reclamaciones, los resultados demostraron que la totalidad de las personas encuestadas si tienen conocimiento, esto al margen del conocimiento de su normativa específica.

ANÁLISIS

Se precisa que el conocimiento del libro de reclamaciones en todos los consumidores encuestados responde a que estas normas fueron publicadas más de una década, a partir del 2011; de allí que el conocimiento en la población se ha incrementado.

Figura 22

¿Tiene conocimiento de que es un Libro de Reclamaciones?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 17

¿Para qué sirve el Libro de Reclamaciones?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sirve para negociar con la empresa	12	24
	Solo sirve para registrar reclamos	15	30
	Promueve una solución ante un reclamo	9	18
	Ayuda a conciliar entre empresa y consumidor	10	20
	Sin información	4	8
	Total	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

En la tabla estadística, al indagar sobre cuál es el uso del Libro de Reclamaciones, el porcentaje mayoritario de 30% de consumidores considera que solo sirve para registrar los reclamos; así no tiene la perspectiva de que represente una solución a sus reclamos; seguido del 24% o casi la cuarta parte que considera que el registro de su reclamo en el Libro de Reclamaciones “sirve para negociar con la empresa”; mientras que para el 20% es un medio de conciliación; y dentro de una concepción más correcta se tiene que para el 18% considera que promueve una solución ante un reclamo.

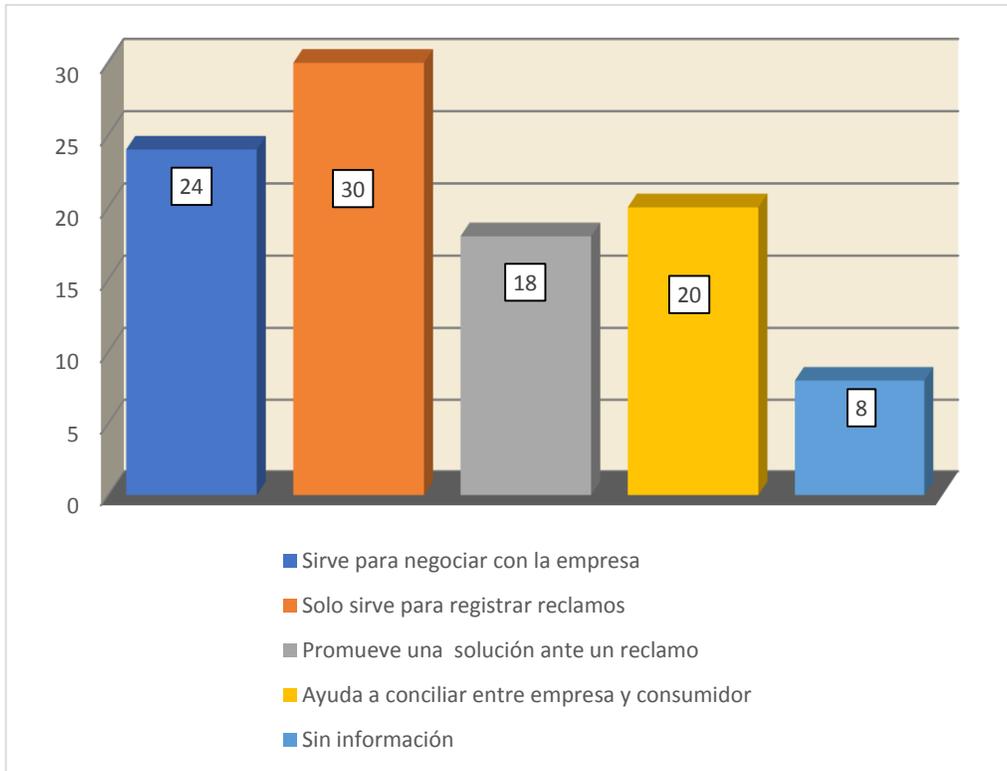
ANALISIS

Como se aprecia en la tabla la mayoría de los consumidores encuestados no tienen una concepción clara respecto al uso que tiene el Libro de Reclamaciones. Así, en el Artículo 6º.- El reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario (extendido por otro igual).

De esta manera la normativa no establece funciones de negociación ni de conciliación entre la empresa y los consumidores.

Figura 23

¿Para qué sirve el Libro de Reclamaciones?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 18

¿Alguna vez ha solicitado el Libro de Reclamaciones?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	9	18
	No	41	82
	Total	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

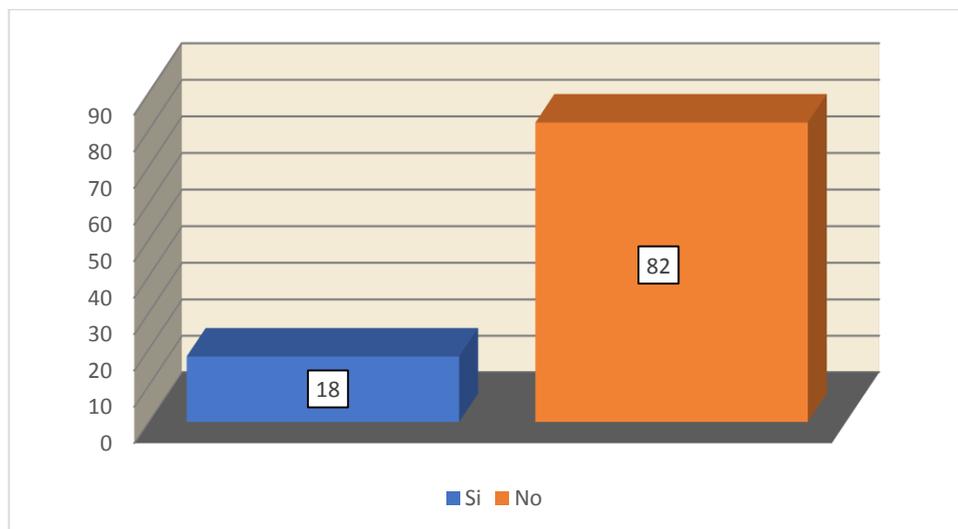
Al indagar a los consumidores respecto a si alguna vez ha solicitado el libro de reclamaciones, los resultados demostraron que un elevado 82% de los consumidores encuestados nunca solicitaron el libro de reclamaciones, al margen de que tuviera que reclamar o no, o si no lo hicieran por desconocimiento de su existencia. En tanto que el 18% restante si lo solicito alguna vez.

ANÁLISIS

Se aprecia es reducido el porcentaje de encuestados que solicitaron el libro de reclamaciones, por estar disconformes o insatisfechos con alguna compra efectuada y en su legítimo derecho respaldado en el artículo 150° de la Ley N° 29571 que señala que los establecimientos comerciales abiertos al público deben contar con un Libro de Reclamaciones, en forma física o virtual. Y en el artículo 152° obliga al proveedor a entregar el Libro de Reclamaciones cuando el consumidor lo requiera para formular su reclamo o queja, remitir la documentación correspondiente cuando el INDECOPI lo requiera y respecto a los procedimientos sancionadores el denunciado debe remitir la copia correspondiente de la queja o reclamo junto con sus descargos.

Figura 24

¿Alguna vez ha solicitado el Libro de Reclamaciones?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 19

Lugares y ubicación de los Libros de Reclamaciones se encuentran en lugares vistosos?

		Se encuentran ubicados en lugares vistosos		Están ubicados en lugares de fácil acceso	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	En todas las empresas	0	0	0	0
	En la mayoría	6	12	7	14
	En algunas	10	20	8	16
	En pocas	8	16	6	12
	En muy pocas	17	34	13	26
	En ninguna	5	10	0	0
	Sin información	4	8	16	32
	Total	50	100	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Al indagar respecto a si los libros de Reclamaciones se encuentran ubicados en lugares vistosos, para más de la mitad de los consumidores encuestados (60%) en pocas, muy pocas o en ninguna empresa observaron que estos están ubicados en lugares vistosos; así solo el 30% o casi la tercera parte de los encuestados observa que en la mayoría o algunas empresas que ha visitado estos se encuentran en lugares vistosos.

Respecto a la ubicación de los libros de reclamaciones en lugares de fácil acceso, se observa que solo para el 30% considera que en la mayoría o algunas empresas estos se encuentran ubicados en lugares de fácil acceso; en tanto que según el 38% en pocas o muy pocas empresas se encuentra ubicados en lugares de fácil acceso; en tanto que el 32% no dio información ya que no tuvo la oportunidad de ubicarlos.

ANÁLISIS

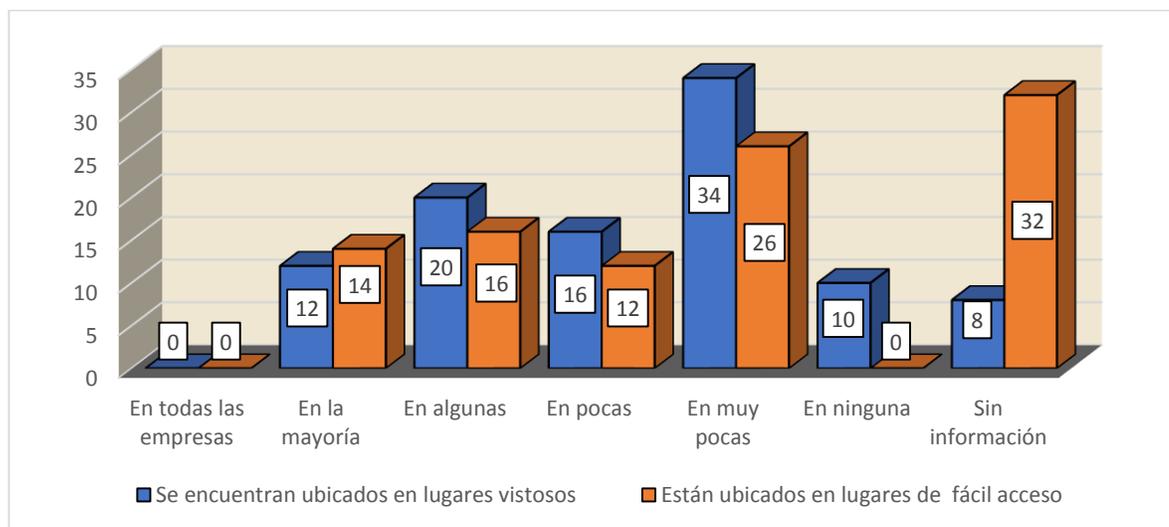
Según el artículo 151° de la Ley N° 29571, señala respecto, al libro de reclamaciones, los proveedores tienen el deber de exhibirlo, en un lugar visible y de fácil acceso para el público; además del aviso respectivo de su existencia.

Sin embargo, según la mayoría de los consumidores encuestados en pocas, muy pocas o en ninguna empresa observaron que estos se encuentran ubicados en lugares vistosos y aunque la tercera parte de los encuestados desconocen su facilidad de acceso; un significativo 38% manifestaron que en pocas o muy pocas empresas el libro de reclamaciones se encuentra ubicado en lugares de fácil acceso.

Se desprende que no existen mecanismos de control al respecto por parte de la INDECOPI, autoridad responsable. Así, también lo expone Layche & Vásquez (2018) quienes producto de su investigación concluyeron que pareciera, una burla a la ley de la Protección y Defensa del Consumidor, ya que no se pone en conocimiento este Libro de Reclamaciones y esto se debe que no existen mecanismos de fiscalización por parte de las autoridades competentes.

Figura 25

¿Lugares y ubicación de los Libros de Reclamaciones se encuentran en lugares vistosos?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 20

¿Usted cree que con la implementación del Libro de Reclamaciones se protege los derechos del consumidor?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente	8	16
	En parte	18	36
	No se logra proteger	24	48
	Total	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

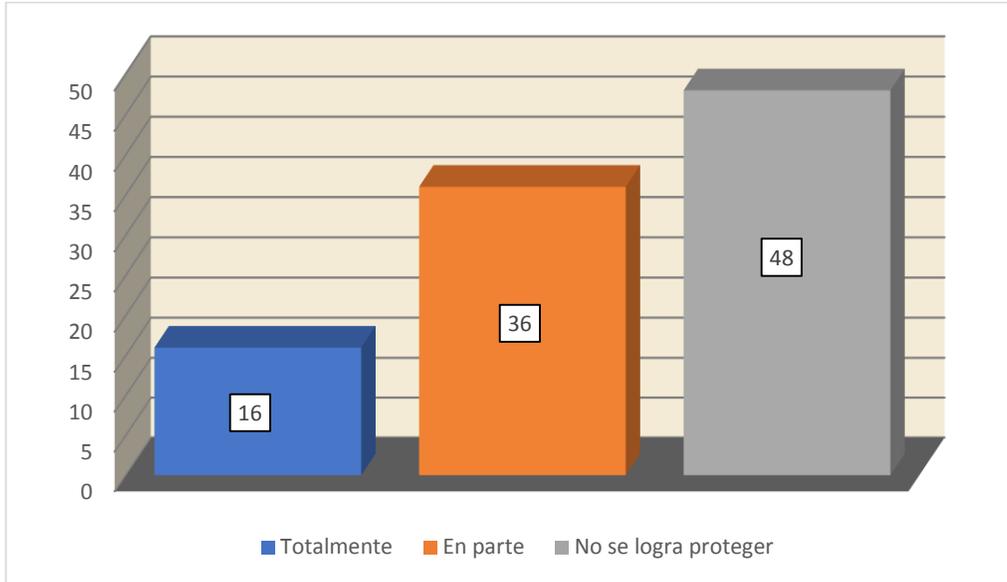
Al indagar a los consumidores respecto a si creen que con la implementación del Libro de Reclamaciones se protege los derechos del consumidor, los resultados demostraron que el 48% de los encuestados consideran que “no se logra proteger” los derechos del consumidor con la implementación del libro de reclamaciones, seguido del 36% señalo que “en parte” y por el contrario solo el 16% indico que “totalmente” cree que con la implementación del libro se protege los derechos del consumidor.

ANÁLISIS

Entonces a opinión de la mayoría de encuestados con la implementación del Libro de Reclamaciones no se logra proteger los derechos del consumidor; esto en la medida que con este se promueve la atención; pero no se obliga a que se resuelva.

Figura 26

¿Usted cree que con la implementación del Libro de Reclamaciones se protege los derechos del consumidor?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 21

¿A través del uso del Libro de Reclamaciones considera que en forma inmediata usted podría resolver su reclamo o queja?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	10	20
	No	33	66
	S. Inf	7	14
	Total	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

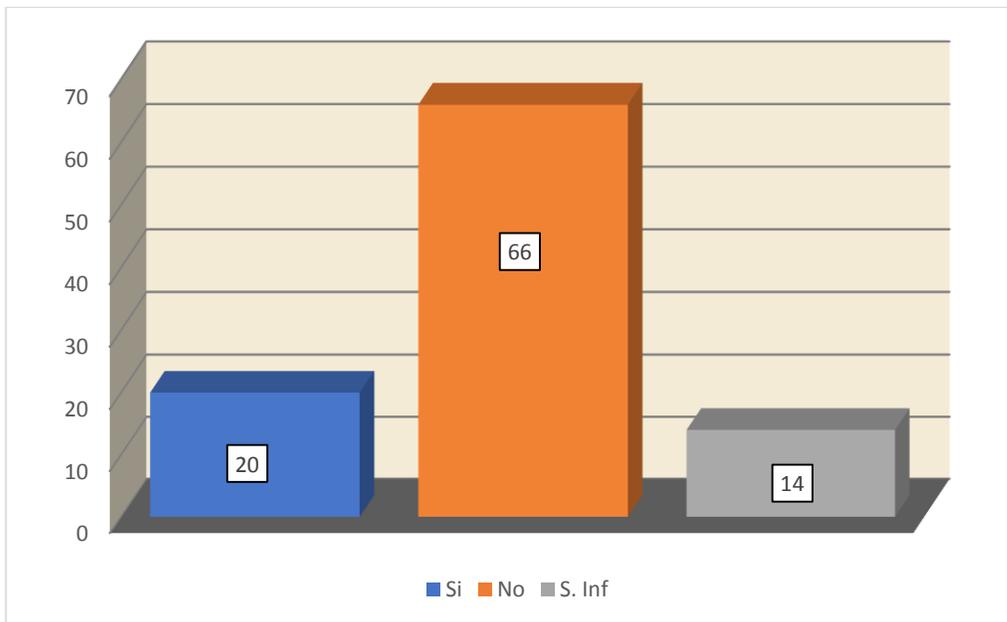
Al indagar a los consumidores respecto a través del uso del Libro de Reclamaciones considera que en forma inmediata podría resolver su reclamo o queja, los resultados demostraron que el 66% de los consumidores encuestados consideran que no lo cree así; en tanto que el 20% respondió afirmativamente y el 14% no brindo información al respecto.

ANÁLISIS

En el artículo 6° de la normativa del Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario, el cual puede extenderse; cabe señalar que esto se refiere a dar una respuesta que no implica necesariamente una solución de los reclamos o quejas presentados, la cual queda a voluntad de las partes. De allí que más de la mitad considera que no se pueden resolver de forma inmediata.

Figura 27

¿A través del uso del Libro de Reclamaciones considera que en forma inmediata usted podría resolver su reclamo o queja?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 22

Considera que el Libro de Reclamaciones tiene calidad de resolución legal como mecanismo de defensa de sus derechos.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	16	32
	No	32	64
	S. Información	2	4
	Total	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Al indagar a los consumidores respecto a si considera que el Libro de Reclamaciones tiene capacidad de resolución legal como mecanismo de defensa de sus derechos, los resultados demostraron que el 64% de los consumidores encuestados consideran que no tiene capacidad de resolución legal como mecanismo de defensa, por el contrario el 32% indico que si tienen la capacidad de resolución legal y el 4% no brindo información.

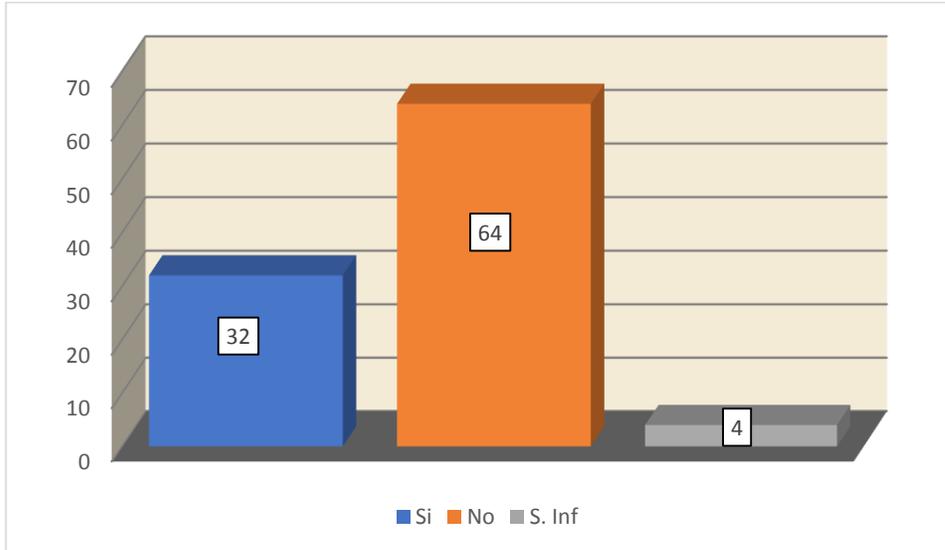
ANÁLISIS

Entonces la mayoría de encuestados es consciente de que el libro de reclamaciones no tiene capacidad de resolución legal como mecanismo de defensa de sus derechos; esto por cuanto según el artículo 6º se obliga al proveedor a que de respuesta; mas no a que lo resuelva.

Podría ser este un factor por el que muchos consumidores se abstienen a usarlo; ya que con ello no logra se le resuelva su queja o reclamo.

Figura 28

Considera que el Libro de Reclamaciones tiene capacidad de resolución legal como mecanismo de defensa de sus derechos.



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 23

¿Qué nivel de eficacia tiene la implementación legal del Libro de Reclamaciones en la atención y solución de los reclamos?

	Eficacia en la atención de los reclamos del consumidor		Eficacia en la solución de los reclamos del consumidor	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy eficaz	0	0	0	0
Eficaz	8	16	4	8
Medianamente eficaz	19	38	9	18
Poco eficaz	21	42	18	26
Nada eficaz	2	4	11	48
Total	50	100	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Al indagar a los consumidores respecto al nivel de eficacia del Libro de Reclamaciones en la atención de los reclamos, para el 38% de los consumidores encuestados es medianamente eficaz; en tanto que para el 42% es “poco eficaz” o porcentaje mayoritario y el 4% que lo considera nada eficaz. Solo un reducido 16% lo considera eficaz; consecuentemente en ningún caso consideran que la atención de los reclamos a través del Libro de Reclamaciones es nada eficaz.

Y, respecto a la eficacia de la implementación legal del Libro de Reclamaciones en la solución de los reclamos del consumidor, para el 48% de los consumidores encuestados o el porcentaje mayoritario señalo que es nada eficaz; sumado el 26% que considera que es “poco eficaz”; se tiene un elevado 74% o casi las tres cuartas partes que lo consideran poco o nada eficaz. Solo el 8% lo considera eficaz; consecuentemente en ningún caso consideran que la implementación del Libro de Reclamaciones es muy eficaz en solución de los reclamos o quejas del consumidor.

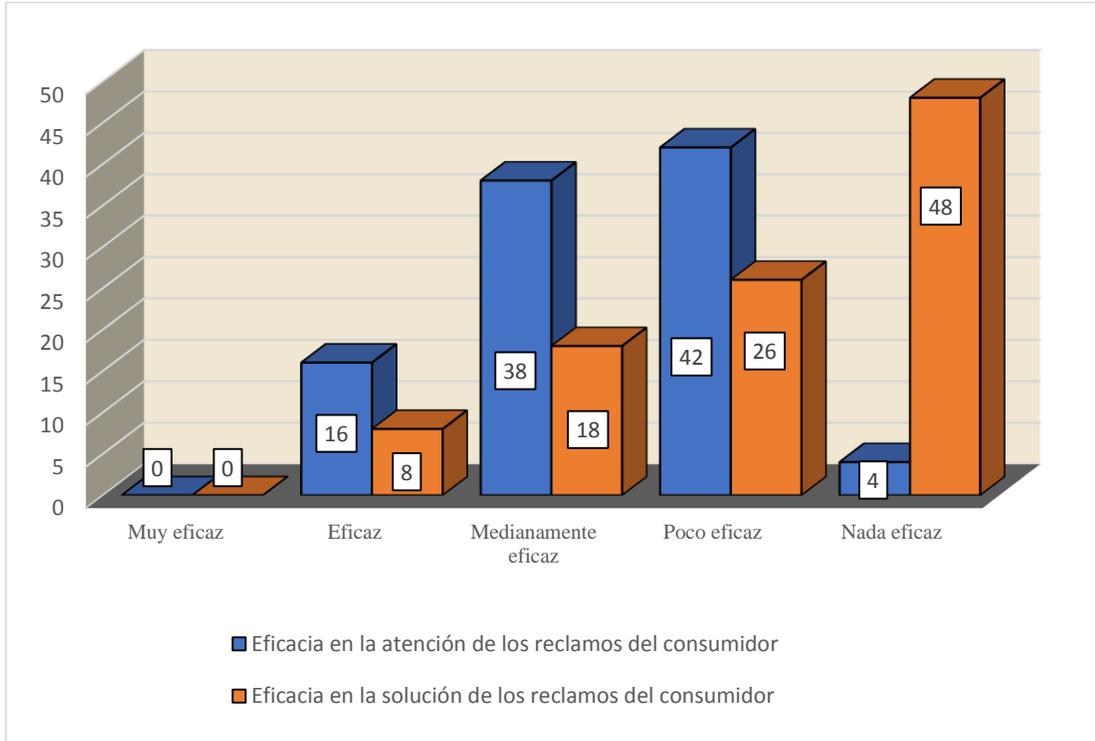
ANÁLISIS

Se precisa que son reducidos los porcentajes de consumidores para quienes es eficaz la atención y solución de reclamos o quejas a través de la implementación legal del Libro de Reclamaciones, ya que la normativa respecto a la atención se reduce a que la empresa ponga a disposición de los consumidores que solicitan el Libro de Reclamaciones, en el que se registra el reclamo o queja y reciban una respuesta del proveedor; así también la normativa no obliga a que se resuelva el reclamo.

Se precisa que respecto a la atención de reclamos el 54% de los consumidores encuestados considera que es eficaz o medianamente eficaz; en tanto que el 74% considera que es poco o nada eficaz en la solución de los reclamos; así al no ser un mecanismo de solución no se protege los derechos del consumidor.

Figura 30

Considera que la eficacia de la implementación legal del Libro de Reclamaciones en la atención y solución de los reclamos es:



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 24

¿En qué medida considera que la implementación legal del Libro de Reclamaciones defiende los derechos del consumidor ante un reclamo?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mucho	12	24
	Poco	23	46
	Nada	15	30
	Total	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

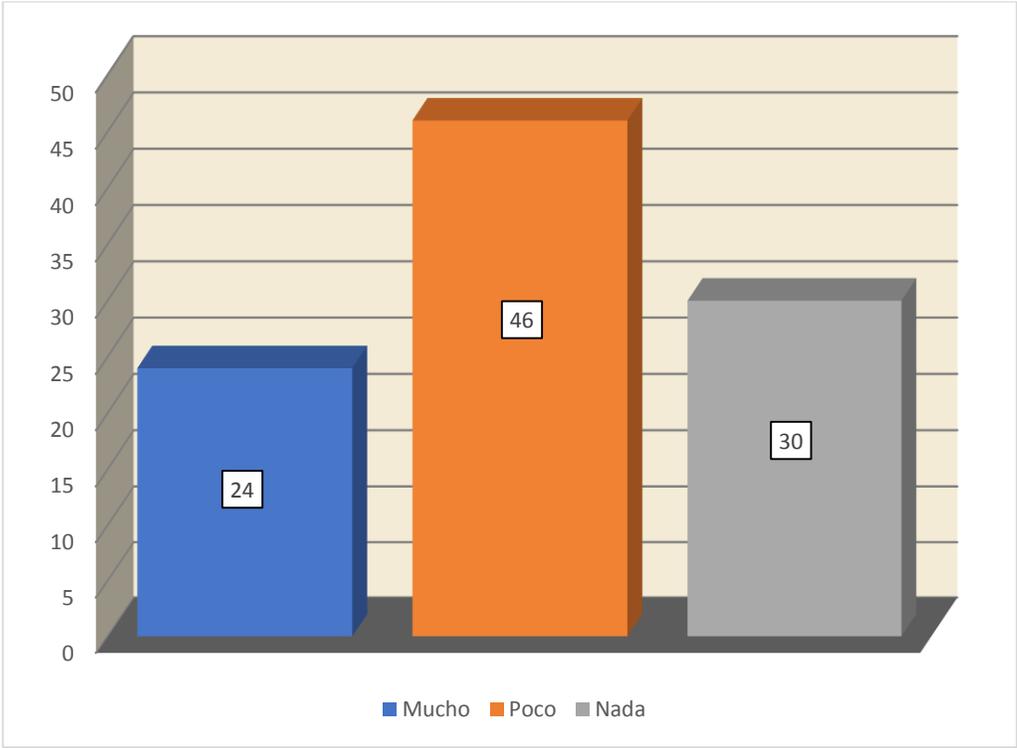
Al indagar a los consumidores respecto en qué medida considera que la implementación legal del Libro de Reclamaciones defiende los derechos del consumidor ante un reclamo, los resultados demostraron que el 46% de los consumidores encuestados consideran que es “poco”; en tanto que para el 30% indico que es “nada”; y solo para el 24% indico es “mucho”.

ANÁLISIS

Se precisa que para un muy reducido porcentaje la medida en que la implementación legal del Libro de Reclamaciones es “poco” o “nada”, ya que la normativa establece poner a disposición de los consumidores que solicitan el Libro de Reclamaciones y se considera un plazo de respuesta, señalado anteriormente.

Figura 31

¿En qué medida considera que la implementación legal del Libro de Reclamaciones defiende los derechos del consumidor ante un reclamo?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 25

¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Siempre	3	6
A veces	19	38
Nunca	17	34
S. Información	11	22
Total	50	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

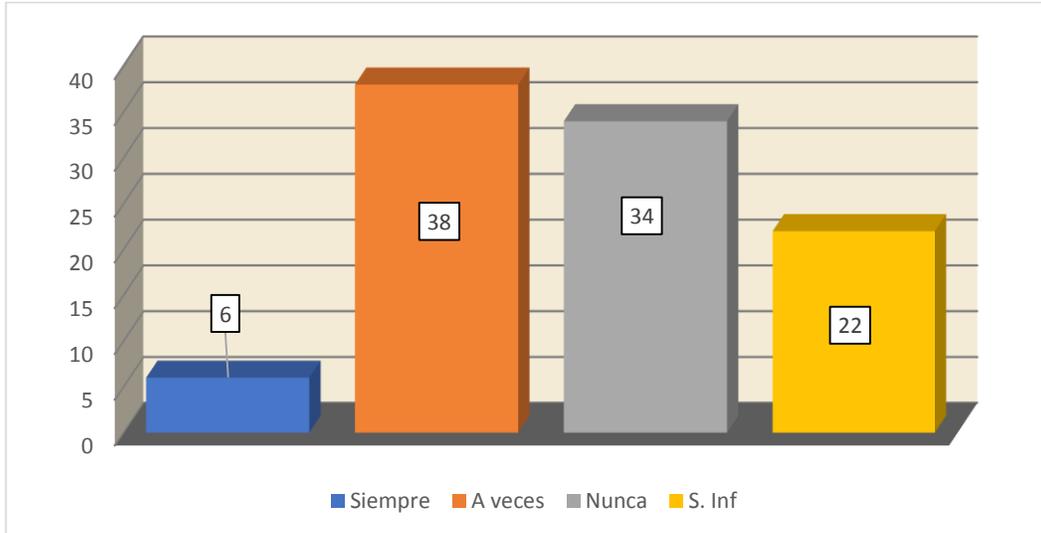
Al indagar a los consumidores respecto a si considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones, los resultados demostraron que el 34% de los consumidores encuestados consideran que “nunca” INDECOPI realiza buena función fiscalizadora en los libros; en tanto que el 38% considera que eventualmente o “a veces” lo hace; y solo el 4% señalo que “siempre”.

ANÁLISIS

Si bien Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) “es un organismo público especializado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, creado en el año 1992, mediante el DL. N° 25868, tiene como uno de los propósitos la protección de los derechos de los consumidores”, respecto si realiza una buena función fiscalizadora respecto al libro de reclamaciones para casi las tres cuartas partes eventualmente o nunca realiza una buena función. Y a pesar de la resolución de la Contraloría General de verificar el cumplimiento de la obligatoriedad de contar con el libro de reclamaciones, no se percibe el establecimiento de mecanismos específicos para tal fin.

Figura 32

¿Considera que INDECOPI realiza una buena función fiscalizadora en los Libros de Reclamaciones?



Nota: Elaboración propia/encuesta

4.3. Resultados de consumidores que hicieron uso del libro de reclamaciones

Los resultados corresponden a 25 personas que se logró contactar que en algún momento han hecho uso del libro de reclamaciones.

Tabla 26

¿Al escribir un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones fue atendido de forma alturada?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	12	48
	No	13	52
	Total	25	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

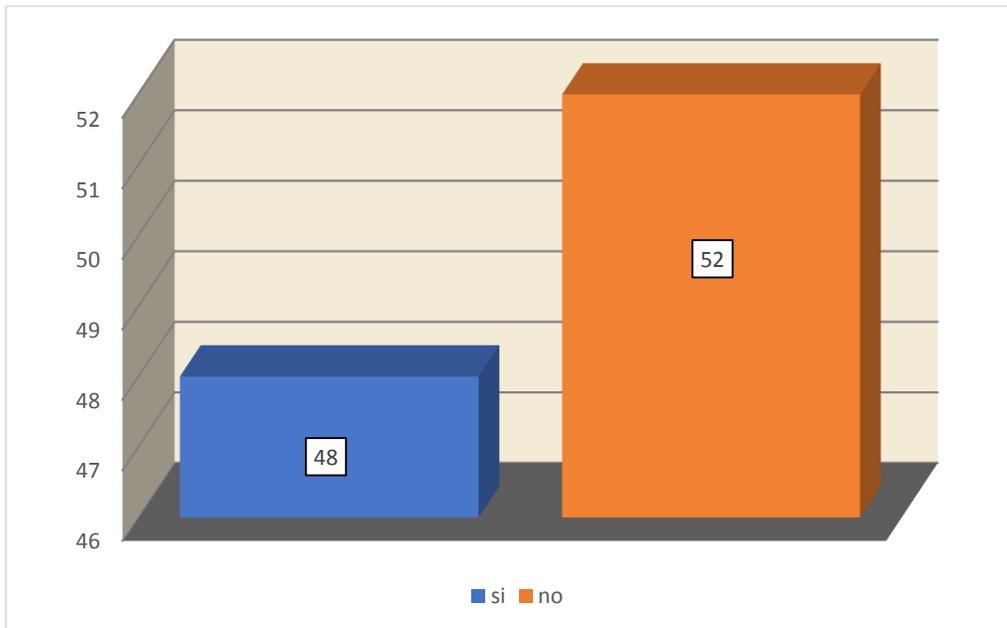
Al indagar a los consumidores que hicieron uso del Libro de Reclamaciones, respecto a si al escribir un reclamo o queja fue atendido de forma alturada, los resultados demostraron que el 52% de la persona encuestada consideran que no fueron atendidos de forma alturada; es decir que las personas que lo atendieron tuvieron un comportamiento negativo y poco amable. Por el contrario, el 48% de los consumidores indicó que si fue atendido de forma alturada; es decir con respeto y en forma amable.

ANÁLISIS

En el Artículo 15° se reconoce que toda persona tiene el derecho a realizar su reclamo, registrándolo en el libro respectivo, sea por la vida virtual o físicamente, es de carácter gratuito. La entidad debe brindar todas las facilidades del caso, en el momento se llevar a cabo el proceso del Reclamo. Sin embargo, en la mayoría de casos al momento de escribir su queja o reclamo no fue atendido de manera alturada; o sea con respeto y amabilidad.

Figura 33

¿Al escribir un reclamo o queja en el Libro de Reclamaciones fue atendido de forma alturada?



Nota Elaboración propia/encuesta

Tabla 27

¿Considera que en el Libro de Reclamaciones estuvieron correctamente diseñadas las hojas para registrar su reclamo?

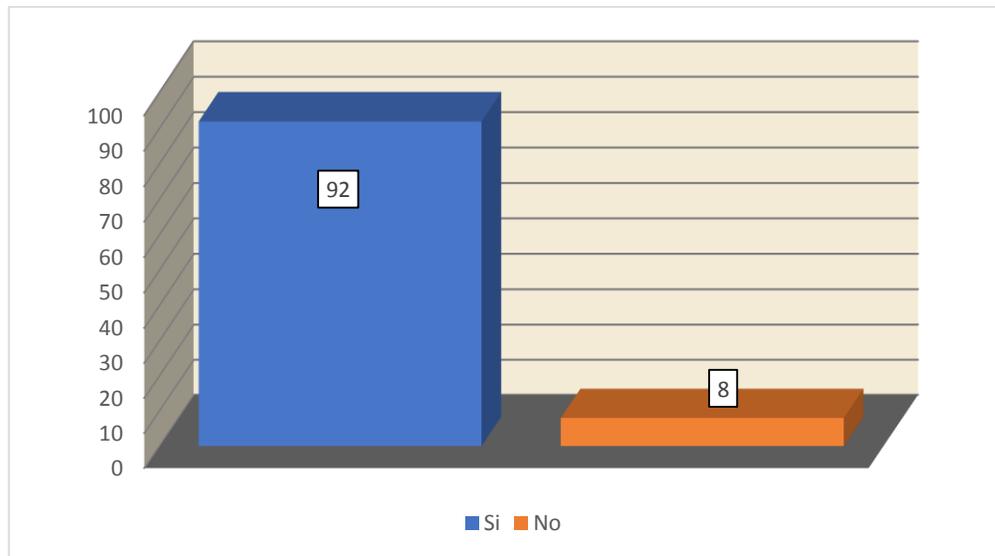
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	23	92
	No	2	8
	Total	25	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

En la tabla estadística se aprecia que para el 92% de los consumidores que hicieron uso del libro de reclamaciones consideran que, si están correctamente diseñados las hojas de registro, ya que contiene los datos y elementos necesarios, permitiéndoles el registro adecuado de su reclamo.

Figura 34

¿Considera que en el Libro de Reclamaciones estuvieron correctamente diseñadas las hojas para registrar su reclamo?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 28

¿Qué procedimiento tuvo que seguir para hacer uso del Libro de Reclamaciones?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Solicitar el Libro de Reclamaciones	2	8
	Solicitarlo y registrar el reclamo o queja	3	12
	Solicitar, identificarse, registrar el reclamo, recepción de copia y devolución del libro	18	80
	Total	25	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

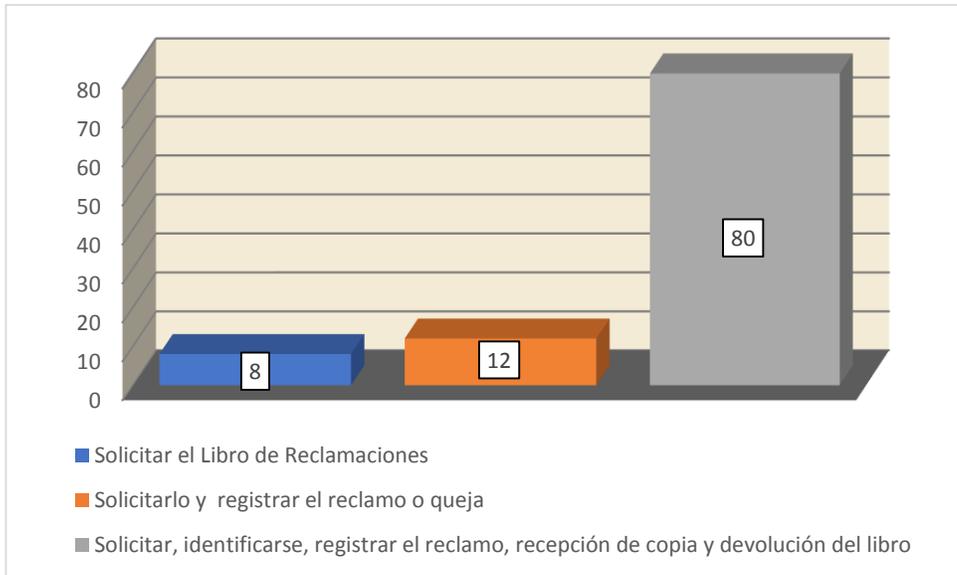
Los datos porcentuales demuestran que el 8% consideró que todo el procedimiento se reduce a solicitar el Libro de reclamaciones; en tanto que para el 12% este procedimiento consiste en “solicitarlo y registrar el reclamo o queja”; en tanto que para la gran mayoría o el 80% consiste en “solicitarlo, identificarse, registrar el reclamo, recibir la copia y devolverlo”.

ANÁLISIS

Se comprueba por tanto que en la gran mayoría de casos se cumplió con el procedimiento al momento de hacer uso del Libro de Reclamaciones.

Figura 35

¿Qué procedimiento tuvo que seguir para hacer uso del Libro de Reclamaciones?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 29

¿Cuál fue el nivel de eficacia del uso del Libro de Reclamaciones en la atención y solución de su reclamo o queja?

	Eficacia en la atención de los reclamos o quejas del consumidor		Eficacia en la solución de los reclamos o quejas del consumidor	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy eficaz	0	0	0	0
Eficaz	3	12	2	8
Medianamente eficaz	10	40	4	16
Poco eficaz	5	20	7	28
Nada eficaz	7	28	12	48
Total	25	100	25	100

Nota Elaboración propia/encuesta

Según el 52% de los consumidores que hicieron uso del Libro de Reclamaciones considera que fue eficaz o medianamente eficaz para atender su reclamo; en tanto que para el 20% fue poco eficaz y para el 28% “nada eficaz”; consecuentemente en ningún caso consideran que la implementación legal del libro es muy eficaz para atención de reclamos

Respecto a la eficacia del uso del Libro de reclamaciones en la solución de su reclamo, para el 48% de los consumidores encuestados o el porcentaje mayoritario fue nada eficaz; seguido del 28%, para quienes fue “poco eficaz”; así más de las tres cuartas partes tienen una opinión desfavorable respecto a la eficacia en la solución de su reclamo o queja.

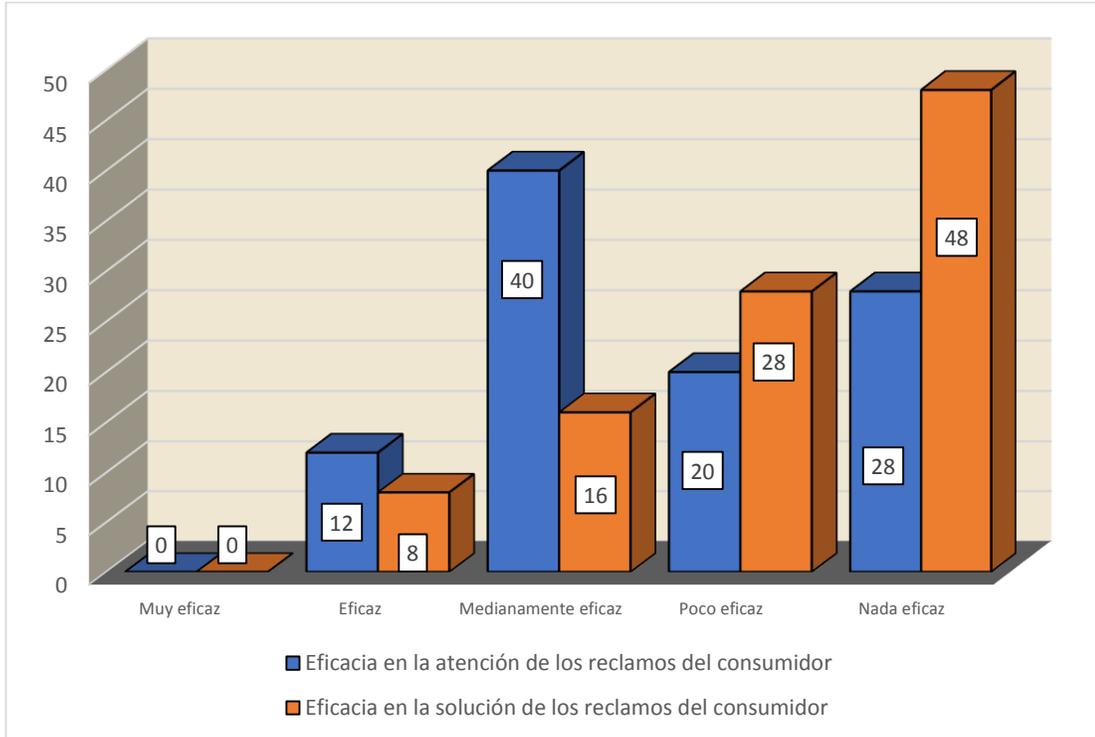
Opuestamente a ello para un insignificante 8% fue eficaz; así, en ningún caso consideraron que la implementación del Libro de Reclamaciones sea muy eficaz para la resolución de reclamos.

ANÁLISIS

Se comprueba que en la atención del reclamo o queja en más de la mitad fue eficaz o medianamente eficaz; en tanto que, en la solución del reclamo o queja presentado, casi las tres cuartas partes o la mayoría (74%) consideran que el uso del libro de reclamaciones fue poco o nada eficaz.

Figura 36

¿Cuál fue el nivel de eficacia del uso del Libro de Reclamaciones en la atención y solución de su reclamo o queja?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 30

¿Con el uso del Libro de Reclamaciones logro resolver y siento que protegí sus derechos como consumidor?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente	2	8
	En parte	10	40
	No	13	52
	Total	25	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

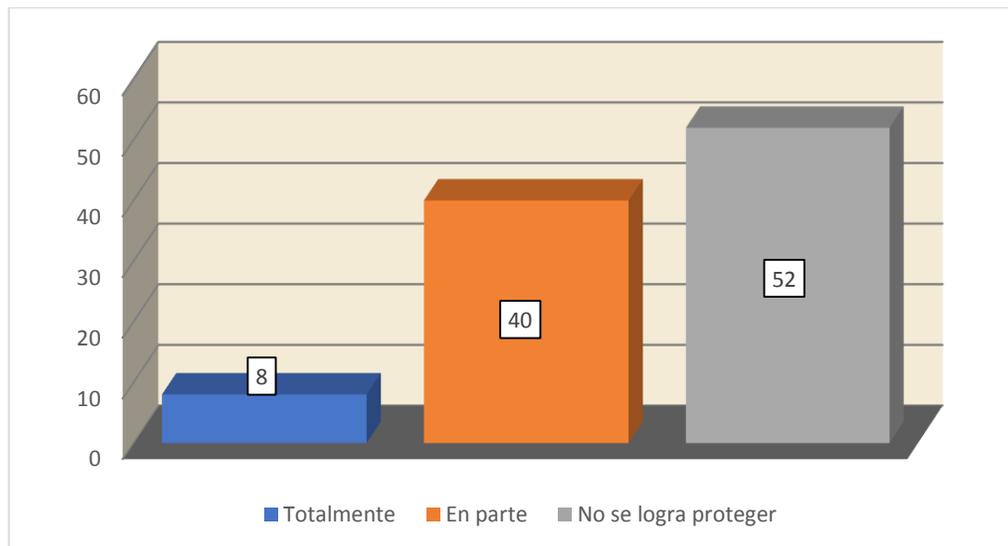
Al indagar respecto a si logro resolver y siente que protegió sus derechos como consumidor, los resultados demostraron que solo para un reducido 8% considera que si totalmente; en tanto que más de la mitad o el 52% de los consumidores encuestadas consideran no logro resolver, ni proteger sus derechos de consumidor, seguido del 40% de los consumidores que indicaron que “parcialmente lo logro”.

ANÁLISIS

Se comprueba coherentemente a los resultados obtenidos en las tablas anteriores y según los artículos señalados que en la práctica concreta y según los usuarios que hicieron uso del libro de reclamaciones que para la mayoría no logro proteger sus derechos de consumidor a partir del uso del libro de reclamaciones.

Figura 37

¿Con el uso del Libro de Reclamaciones logro resolver y siente que protegió sus derechos como consumidor?



Nota: Elaboración propia/encuesta

Tabla 31

¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor?

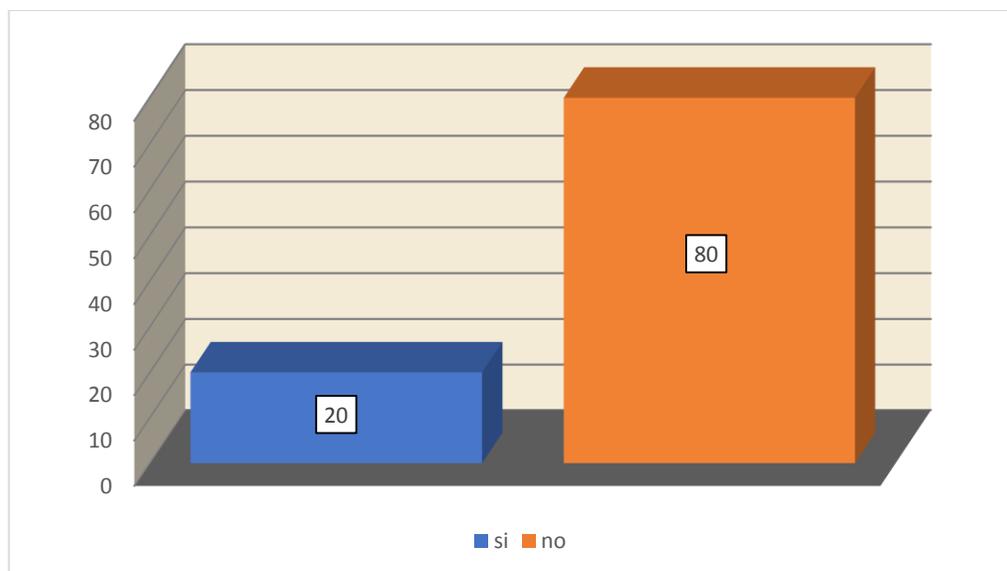
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	5	20
	No	20	80
Total		10	100

Nota: Elaboración propia/encuesta

Al indagar a los consumidores respecto a si está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio del consumidor, los resultados demostraron que el 80% de las personas encuestadas no están conformes con las que las multas sean pagadas para beneficio del Estado a través del INDECOPI.

Figura 38

¿Está conforme con que las multas sean pagadas hacia INDECOPI y no para beneficio personal del consumidor?



Nota: Elaboración propia/encuesta

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Primera. - Los efectos de la regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM tiene un efecto positivo, de carácter disuasivo en la protección del derecho del consumidor; no obstante, al estar orientada a promover la solución; mas no la obliga; de esta manera no se constituye en un mecanismo integral de protección al derecho del consumidor. Según el grupo de profesionales en derecho y consumidores encuestados consideran que no es idóneo y poco o nada eficaz como mecanismo de protección de los derechos del consumidor. Y en el caso de los consumidores que hicieron uso del libro de reclamaciones encuestados consideran que la atención de su reclamo fue medianamente eficaz; pero es poco o nada eficaz respecto a su solución; de esta manera no protege sus derechos como consumidor.

Segunda. - El libro de reclamaciones es un documento físico o virtual en el que los consumidores realizan una queja (sobre la atención) o reclamo en contra del proveedor de servicios o productos de carácter público, cuando perciben una anomalía o defecto en estos o por no presentar la calidad ofrecida, con la finalidad que el proveedor haga la corrección del caso. Mediante los arts. 150°, 151° y 152° de la Ley 29571 del Código de Protección y Defensa del Consumidor se insertó esta figura, y se aprobaron bajo D.S. N° 011- 2011- PCM; modificado por el D.S. N° 006- 2014 – PCM, señalando que los establecimientos comerciales abiertos al público, a excepción de los que no tienen

RUC, deben contar con un Libro de Reclamaciones, en forma física o virtual; los proveedores tienen el deber de exhibirlo, en un lugar visible y de fácil acceso para el público; además del aviso respectivo que comunique de su existencia. En el Artículo 14° se determina que el proveedor tendrá responsabilidad administrativa mas no penal; en el art. 6° se obliga al proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta días calendario (plazo extendible), no teniendo calidad de denuncia. También debe remitir al INDECOPI la documentación correspondiente, según el art. 15° este organismo tiene atribuciones para poner sanciones y medidas correctivas, las que son en favor del Estado mas no del consumidor Así también, en la Resolución N° 367-2015-CG de la Contraloría General establece la verificación de su cumplimiento, no existen mecanismos específicos para tal fin.

Tercera.- La regulación normativa del libro de reclamaciones según el grupo de profesionales en derecho encuestados tiene un efecto positivo en la defensa del derecho de los consumidores; pero es de carácter disuasivo ya que no tiene calidad de denuncia; no considera normas de seguimiento, control y supervisión eficientes; no existiendo la obligación de negociar o conciliar; dejando a voluntad de los proveedores y consumidores la solución del reclamo o queja, la cual según Decreto Supremo N° 058-2017-PCM (modificatoria del Decreto Supremo N° 011-2011-PCM) se incorpora el art. 6° inciso A.1, estableciendo que cuando el proveedor ofrece una solución que satisface el pedido del consumidor se deja constancia expresa de dicha conformidad, dando por solucionado el reclamo. Así también la mayoría de consumidores erróneamente lo consideran un medio de negociación o de conciliación; observan que en pocas o muy pocas o en ninguna empresa se cumple con el art. 151° de la Ley N° 29571 de que estén ubicados en lugares vistosos y de fácil acceso; desprotegiendo los derechos del consumidor.

Cuarta.- La regulación normativa del libro de reclamaciones DS. 011-2011-PCM, según los profesionales en derecho no es idónea; tampoco eficaz o muy eficaz en la defensa de los derechos del consumidor, ya que la consideran muy general y falta mecanismos de control, considerada por algunos como una “recarga la burocrática”; se

comprueba que para la gran mayoría de los consumidores encuestados no se logra proteger plenamente los derechos del consumidor, ya que se promueve la atención dejando a voluntad del parte la solución del mismo. De esta manera consideran que es poco, muy poco o nada eficaz la solución de estos y consecuentemente no logra defender a cabalidad los derechos del consumidor; y los propios consumidores que hicieron uso del libro de reclamaciones consideran que la atención de su reclamo fue medianamente eficaz; pero poco o nada eficaz respecto a su solución.

5.2. Recomendaciones

Primera. - Revisar la norma que regula el Libro de Reclamaciones para implementar los mecanismos auto compositivos de resolución de conflictos empleando la herramienta del libro como un instrumento para la negociación, mediación y conciliación, promoviendo la autorregulación a partir de una modificatoria al reglamento.

Segunda. - Diseñar, planificar, organizar, implementar y ejecutar una estrategia de difusión para que los consumidores y proveedores asuman la importancia del uso adecuado del Libro de Reclamaciones, promoviendo una cultura de consumo responsable, con consumidores que conozcan sus derechos para ejercerlas a través del Libro de Reclamaciones.

Tercera.-. Cambiar el enfoque y la percepción que tienen los proveedores sobre el Libro de Reclamaciones mediante medios de comunicación, promoviendo la creación de asociaciones de empresarios para que compartan experiencias a fin de que se auto-eduquen y se autorregulen. Y teniendo al Libro de Reclamaciones como un instrumento que les facilite a solucionar sus conflictos de consumo en el mismo lugar de los hechos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bellido, M. (2018). Mecanismos de inclusión social en el uso y aplicación del libro de reclamaciones en la provincia y departamento de Ica durante el año 2017. [Tesis de doctorado. Universidad Nacional San Luis Gonzaga]
- Roca, S. y Céspedes, E. (2011). La ley y las prácticas de protección al consumidor en Perú. *Gestión y Política Pública* XX(2). <http://www.scielo.org.mx>
- Congreso de la República (2010). Ley N° 29571 . Código de Protección y Defensa del Consumidor. *Diario el Peruano*
- Congreso de la República (2020). Decreto supremo N° 007-2020-PCM. Disposiciones para la Gestión de reclamos en las entidades de la administración pública
- Ley N° 29571 (2010). Código de Protección y Defensa del Consumidor. <https://www.gacetajuridica.com.pe/boletin-nvnet>
- Decreto Supremo que modifica el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor aprobado por Decreto Supremo N° 011-2011-PCM DECRETO SUPREMO N° 006-2014-PCM. <https://www.INDECOPI.gob.pe/documents/>
- Decreto Legislativo núm. 776 del 7/11/1991, publicado en *El Peruano* el 9/11/1991.
- Decreto Legislativo num. 1045 del 26 de junio de 2008.
- DS num. 006–2009–PCM, Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor, 30/01/2009.
- De La Cruz, k. (2019) La importancia del libro de reclamaciones en el sector privado: Un instrumento para los mecanismos autocompositivos de resolución de conflictos en materia de derechos del consumidor [Tesis de pregrado, Universidad Continental] <https://repositorio.continental.edu.pe/b>

- Delgado, J. (2013). El libro de reclamaciones oportunidad para convertir a los compradores en clientes
- Gallardo, F. (2019). Libro de Reclamaciones: ¿Sabe cuál es la diferencia entre reclamo y queja? Recuperado el 04 de marzo, de: <https://gestion.pe/tu-dinero/libroreclamaciones-diferencia-reclamo-queja-140235>
- Hernández, C. (2014). Modelos Aplicables en Mediación Intercultural Barataria. Castellano-Manchega de Ciencias sociales, 17, pp. 67-80 Asociación Castellano Manchega de Sociología Toledo, España
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, 2016). Lineamientos de protección al consumidor. <https://www.INDECOPI.gob.pe/documents/>
- INDECOPI, (2019). Libro de Reclamaciones - Código de Protección y Defensa del Consumidor. <https://www.INDECOPI.gob.pe/libro-de-reclamaciones>
- INDECOPI (2020). Tus derechos fundamentales como consumidor. <https://www.consumidor.gob.pe/tus-derechos>
- Jimenez, G. y Barrantes, G. (2022). El libro de reclamaciones virtual y su funcionalidad en la defensa de los consumidores peruanos en los aplicativos móviles. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica San Pablo].
- Laca, A. y Paz, R. (2015). El libro de reclamaciones. XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lima, Perú, 10- 13 nov.
- Layche, A. y Vásquez, E. (2018). Atención de reclamos realizados a través del libro de reclamaciones, en el distrito de Iquitos, periodo 2016-2017” [TESIS de licenciatura. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]

- Ley núm. 27332, Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos, publicada el 29/07/2000.
- López, E. (2017). Derechos del Consumidor y el Uso del Libro de Reclamaciones en el Distrito de Puno Durante el año 2016. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. <http://www.repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4798>
- Montes, Morí, Torres y Yui, (2015). Libro de Reclamaciones. 1era. Edición. INDECOPI. Impreso en Lima.
- Mori, J. y Paredes, L. (2021). Ineficacia del uso del libro de reclamaciones para la solución de quejas de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, Pucallpa 2019. [Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de Ucayali]
- Parella y Martins (2016). Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas: Fedupel
- Pinedo, F. (2016). La conciliación y arbitraje de consumo como formas de tutela del consumidor en el Perú- En Nuevos enfoque de la Conciliación y Arbitraje, Lima, Perú: Instituto Pacífico.
- Piris, C. R. (2000). Evolución de los derechos del consumidor. Revista digital de Comunicaciones Científicas y Tecnológicas-Universidad Nacional del Noroeste, 1(4). Obtenido de <https://www.unne.edu.ar/index.php?lang=es>
- Poder Judicial (2021). Documento interno. Gestión de reclamos en el Poder Judicial. Guía. <https://www.pj.gob.pe/wps/wcm>
- Quiroz, G. (2018) La importancia del Libro de Reclamaciones para los consumidores peruanos. Diario El Tiempo 16 marzo. <https://www.eltiempo.pe/la-importancia->

Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor aprobado por Decreto Supremo N° 011-2011-PCM

Resolución N° 2002-2013/SPC-INDECOPI

Roca, S. y Céspedes, E. (2011). La ley y las prácticas de protección al consumidor en Perú. *Rev. Gest. polít. pública* 20(2), Ciudad de México.

Reglamento del Libro de Reclamaciones, aprobado por el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, modificado por el Decreto Supremo N° 006-2014-PCM

Roque et al. (2006). *Medios Alternativos de Solución de Conflictos*. <https://cejamericas.org/wp-co>

Santivañez (2019). El libro de reclamaciones en el Perú. mucho ruido y pocas nueces. <https://www.santivanez.com.pe/2019/05/>

Salcedo, A. (2013). El libro de reclamaciones en la experiencia española

Tassano, H. y Chávez, A. (2016). Beneficios, dificultades y retos del libro de reclamaciones experiencia del INDECOPI.

Tejada, C. (2019). Comentarios a las normas que regularon y regulan el libro de reclamaciones. De como nació, murió y resucito. *Actualidad Jurídica* 208; 23-27. <https://www.academia.edu/>

Thorne, J. (2010). Las Relaciones de Consumo y los Principios Esenciales en Protección y Defensa del Consumidor. Reflexiones en torno al Proyecto de Código de Consumo. *Derecho & Sociedad* 34, 61-68.