



FACULTAD DE DERECHO

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS

**“LA IDONEIDAD EN LA CALIDAD DE SERVICIOS
EN LOS CONTRATOS DE CONSUMO SECTOR
TELECOMUNICACIONES EN LA REGIÓN
LAMBAYEQUE 2014”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

Autores:

**OTINIANO CASTILLO ENZO GIOVANNI.
SAAVEDRA TABOADA MARCOS JHONATAN.**

Pimentel, 19 de julio de 2017

**LA IDONEIDAD EN LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS CONTRATOS DE
CONSUMO SECTOR TELECOMUNICACIONES EN LA REGIÓN
LAMBAYEQUE 2014**

Presentado por:

Otiniano Castillo Enzo Giovanni

Autor

Saavedra Taboada Marcos Jhonatan

Autor

Abg. Samillán Carrasco José Luis

Asesor Metodólogo

Mg. Fernández Vásquez José A.

Asesor Especialista

Miembros del Jurado Examinador

Aprobada por:

Mg. Robinson Barrio de Mendoza Vásquez

Presidente del Jurado.

Mg. Uchofen Urbina Ángela Katherine

Secretario del Jurado.

Mg. Fernández Vásquez José A.

Vocal del Jurado

DEDICATORIA

A mis padres porque el camino no ha sido fácil, pero siempre encontré en ustedes un apoyo incondicional, por su labor que empezó a muy temprana edad, y todo lo que sé, se lo debo a Uds.

Enzo G. Otiniano Castillo

A mi madre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por los ejemplos de perseverancia que la caracterizan y que me ha inculcado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y más que nada, por su amor.

Marcos J. Saavedra Taboada.

AGRADECIMIENTO

A nuestro asesor metodólogo Abg. Samillán Carrasco José Luis, por la comprensión y los alcances de sus conocimientos, y por la gran labor docente que desempeña.

A nuestro asesor especialista Mg. Fernández Vásquez José A., por su tiempo dedicado a la revisión, orientación y valiosas sugerencias para la preparación de esta tesis.

RESUMEN

El problema que es materia de la presente tesis, es la existente legislación encargada de velar por la adecuada idoneidad en la calidad de los servicios en los contratos de consumo del sector telecomunicaciones, hacemos referencia al Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones – Res. De Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL, y del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones – Res. de Consejo Directivo N° 047-2015-CD-OSIPTEL, el objetivo es analizar la idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones en la Región Lambayeque, con respecto a un marco referencial que integre incumplimientos y empirismos aplicativos que están relacionados causalmente y, en la Empirismos aplicativos y los Incumplimientos que rigen las disposiciones del OSIPTEL y Legislación Comparada de Brasil: Resolución n° 632, Reglamento General de Derechos del Consumidor de Servicios de Telecomunicaciones., Chile: Decreto N° 18, Reglamento de Servicio de Telecomunicaciones y de España: Orden IET/1090/2014, de 16 de junio, por la que se regulan las condiciones relativas a la calidad de servicio en la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas.

La Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones en la región Lambayeque 2014, se ve afectada por Incumplimientos y Empirismos aplicativos por parte de los responsables y la comunidad jurídica, que están relacionados causalmente y se explican por el hecho de que la normativa existente para velar por la idoneidad en la calidad de servicio, es insuficiente, asimismo que no se aplica correctamente.

La metodología utilizada en la presente tesis es descriptivo- explicativo, porque explica las causas que originan el incumplimiento por parte de los responsables del sector telecomunicaciones y los empirismos aplicativos por parte de la comunidad jurídica puesto que los abogados especializados conociendo los planteamientos teoricos relacionados al tema de investigación, están inertes ante la inaplicación de los principios del Derecho del consumidor en la realidad concreta.

Palabras Clave: Contrato de Consumo, Idoneidad, Calidad, telecomunicaciones, OSIPTEL.

ABSTRAC

The problem that is the subject of this thesis, is the existing legislation in charge of ensuring adequate suitability in the quality of services in consumer contracts in the telecommunications sector, we refer to the General Regulation of Quality of Public Telecommunications Services - Res. Of Directing Council No. 123-2014-CD / OSIPTEL, and of the Regulation for the Attention of Claims of Users of Public Telecommunications Services - Res. Of Directing Council No. 047-2015-CD-OSIPTEL, the objective is to analyze the suitability In the quality of services in the telecommunication sector consumption contracts in the Lambayeque Region, with respect to a reference framework that integrates non-compliances and empiricisms that are causally related and, in the Empirismos applications and the Non-compliances that govern the provisions of OSIPTEL and Legislation Comparison of Brazil: Resolution No. 632, General Regulation of Consumer Rights of S Telecommunications: Chile: Decree No. 18, Telecommunications and Spain Service Regulations: Order IET / 1090/2014, of June 16, regulating the conditions related to the quality of service in the provision of services. Electronic communications services.

The adequacy of the quality of services in telecommunications sector consumer contracts in the region of Lambayeque 2014 is affected by noncompliance and empiricism by the authorities and the legal community, which are causally related and explained by the fact that The existing legislation to ensure the suitability of the quality of service, is insufficient, and also does not apply correctly.

The methodology used in the present thesis is descriptive-explanatory, because it explains the causes that originate the failure of the responsible for the telecommunications sector and the application empirismos by the legal community since the specialized lawyers knowing the theoretical approaches related to the Subject of investigation, are inert to the inapplication of the principles of consumer law in the concrete reality.

Key Words: Consumer Agreement, Suitability, Quality, telecommunications, OSIPTEL

INTRODUCCION

La presente tesis tiene por título “La idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones en la región Lambayeque 2014”, debido al infortunado contexto en las cuales la idoneidad de la calidad del servicio brindado por las empresas operadoras del sector telecomunicaciones son inadecuadas por lo que no cumplen con los reglamentos establecidos por las entidades reguladoras, perjudicando a la sociedad, al usuario y/o consumidor de este servicio. Por esos motivos los autores, buscan la solución al problema que se plantea en la presente tesis, y a la par brindar al consumidor la tan ansiada calidad del servicio y la debida protección a sus derechos que tanto se menciona en la Constitución Política del Perú, leyes y reglamentos de los entes correspondientes.

Esta investigación presenta los siguientes capítulos:

En el capítulo I se presenta el planteamiento de la investigación, el problema, los antecedentes a nivel mundial, nacional y regional; la justificación, las limitaciones y restricciones, los objetivos, la hipótesis, y los aspectos metodológicos.

En el capítulo II se aborda el marco referencial, teniendo en consideración los aspectos teóricos relacionados con la idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones entre otros conceptos básicos, la norma y la legislación comparada.

En los capítulos III y IV se realizará la descripción y el análisis de la realidad respectivamente en base a la recolección de información obtenida mediante la aplicación de la encuesta a responsables y comunidad jurídica.

En el capítulo V expondremos las conclusiones que se han podido deducir después de un minucioso análisis, y finalmente en el capítulo VI apreciaremos las recomendaciones de este trabajo de investigación.

Las fuentes bibliográficas provienen de meses de investigación en especial de los libros obtenidos en la biblioteca de nuestra universidad, la misma que fue contrastada con la realidad legislativa de otros países como Brasil, Chile y España.

INDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRAC	viii
INTRODUCCION.....	ix
CAPÍTULO I.....	17
MARCO METODOLÒGICO	17
1.1. EL PROBLEMA	18
1.1.1. Selección de problema.....	19
1.1.2. Antecedentes del Problema.....	19
1.1.2.1. A nivel mundial.....	19
1.1.2.2. A nivel nacional	26
1.1.2.3. A nivel Regional	32
1.1.3. Legislación comparada.....	34
1.1.4. Formulación del Problema.....	34
1.1.5. Justificación de la investigación	35
1.1.6. Limitaciones y restricciones.....	36
1.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
1.2.1. Objetivo General.....	37
1.2.2. Objetivos Específicos	37
1.3. HIPOTESIS	38
1.3.1. Hipótesis Global	38
1.3.2. Sub-Hipótesis	38
1.4. VARIABLES.....	39
1.4.1. Identificación de las variables	39
1.4.2. Definición de variables.....	40

1.4.3.	Clasificación de las variables	42
1.5.	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION	42
1.5.1.	Tipo de investigación	42
1.5.2.	Diseño de la Investigación	43
1.6.	UNIVERSO Y MUESTRA	43
1.6.1.	Universo	43
1.6.2.	Muestra.....	43
1.7.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS	45
1.7.1.	METODOS	45
1.7.2.	Técnicas e instrumentos.....	45
1.7.2.1.	La encuesta	45
1.7.2.2.	Análisis Documental	46
1.7.2.3.	El fichaje	46
1.8.	TRATAMIENTO DE DATOS	46
1.9.	FORMA DE ANALISIS DE LA INFORMACION	47
	CAPÍTULO II.....	48
	MARCO REFERENCIAL	48
2.1.	PLANTAMIENTOS TEORICOS	49
2.1.1.	Primer Sub Capitulo: Régimen Constitucional Económico y Derecho del Consumidor.	49
2.1.1.1.	Régimen Constitucional Económico y la Protección al Consumidor.	49
2.1.1.2.	Economía Social de Mercado.....	50
2.1.1.3.	Derecho del consumidor.....	54
2.1.1.4.	Naturaleza jurídica del derecho del consumidor.	57
2.1.2.	Segundo Sub Capitulo: La Protección del Consumidor en el Sistema Jurídico Peruano.....	57

2.1.2.1.	El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (INDECOPI).....	58
2.1.2.2.	El Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL).....	61
2.1.2.3.	Desarrollo legislativo de la protección al consumidor en el Perú.	63
2.1.2.3.1.	Marco Constitucional.....	63
2.1.2.3.1.1.	Constitución Política del Perú del año 1979.	63
2.1.2.3.1.2.	Constitución Política del Perú de 1993.....	64
2.1.3.	Tercer Sub Capitulo: El Contrato de Consumo.	66
2.1.3.1.	Concepto de contrato de consumo.....	66
2.1.3.2.	La Relación de Consumo.....	68
2.1.3.2.1.	Principios que regulan la relación de consumo.....	68
2.1.3.3.	El Consumidor en la relación de consumo.....	70
2.1.3.3.1.	Tipos de consumidores.	72
2.1.3.4.	Proveedor en la relación de consumo.	73
2.1.3.5.	El objeto de la relación de consumo.....	74
2.1.3.5.1.	Producto.	74
2.1.3.5.2.	Servicio.....	74
2.1.4.	Cuarto Sub Capitulo: Idoneidad en la Calidad de Servicios en el Sector Telecomunicaciones.....	75
2.1.4.1.	Idoneidad en la calidad de servicios.....	75
2.1.4.1.1.	Concepto de Idoneidad.....	75
2.1.4.1.2.	Concepto de Calidad.....	76
2.1.4.1.3.	Concepto de servicio.	79
2.1.4.1.3.1.	Características de los servicios.	79
2.1.4.1.3.2.	Proceso de servicio.	80
2.1.4.1.3.3.	La idoneidad de los servicios y/o productos.....	81
2.1.4.1.3.4.	La calidad de servicio.....	81

2.1.4.1.4.	El Sector Telecomunicaciones en el Perú.....	84
2.1.4.1.5.	El concepto de calidad de los servicios de telecomunicaciones	86
2.2.	NORMAS	87
2.2.1.	Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571	87
2.2.2.	Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL ...	90
2.2.3.	Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-CD-OSIPTEL ...	93
2.3.	LEGISLACION COMPARADA.....	97
2.3.1.	BRASIL	97
2.3.2.	CHILE.....	99
2.3.3.	ESPAÑA.	102
CAPÍTULO III.....		105
DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD		105
CAPITULO III. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD		106
3.1.	DESCRIPCION DE LA REALIDAD ACTUAL DE LOS RESPONSABLES, DEL TEMA DE INVESTIGACION	106
3.1.1.	Resultados de los Responsables en relación a Planteamientos Teóricos del tema de investigación que se consideran y no se consideran.	106
3.1.2.	Resultados de los responsables en relación a las normas del ordenamiento jurídico nacional que se consideran y no se consideran en relación al tema de investigación.....	109
3.1.3.	Resultados los responsables en relación a la legislación comparada que se consideran y no se consideran en lo referente al tema de investigación.	112
3.2.	DESCRIPCION DE LA REALIDAD ACTUAL DE LA COMUNIDAD JURIDICA, RESPECTO AL TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	115
3.2.1.	Resultados de los planteamientos teóricos que se consideran y	

no se consideran en relación al tema de investigación.....	115
3.2.2. Resultados de las normas del ordenamiento jurídico nacional que se consideran y no se consideran en relación al tema de investigación.....	118
CAPITULO IV	122
ANALISIS DE LA REALIDAD	122
4. CAPITULO IV: ANALISIS DE LA REALIDAD	123
4.1. Análisis de la situación encontrada en los Responsables respecto al tema de investigación.....	123
4.1.1. Análisis de los Responsables respecto a la norma.	123
4.1.1.1. Apreciaciones resultantes del análisis en los Responsables respecto a la Norma.	123
4.2. Análisis de la situación encontrada en la Comunidad Jurídica respecto al tema de investigación.....	124
4.2.1. Análisis de los Incumplimientos en la comunidad jurídica respecto a la norma.....	124
4.2.1.1. Apreciaciones resultantes del análisis en la comunidad jurídica respecto a la Norma.....	125
4.3.1. Análisis de los responsables respecto de los Planteamientos teóricos.....	126
4.3.1.1. Apreciaciones resultantes del análisis a los Empirismos Aplicativos de los responsables respecto a los planteamientos teóricos.	127
4.3.2. Análisis de los responsables respecto de las normas.	128
4.3.2.1. Apreciaciones resultantes del análisis a los empirismos aplicativos de los responsables respecto a la norma.	128
4.3.3. Análisis de los empirismos aplicativos de los responsables, respecto a legislación comparada.	130
4.3.3.1. Apreciaciones resultantes del análisis a los Empirismos Aplicativos en los responsables respecto a la Legislación	

Comparada.	130
4.4. Análisis de la situación encontrada en la Comunidad Jurídica respecto al tema de investigación.	133
4.4.1.1. Apreciaciones resultantes del análisis a los Empirismos Aplicativos de la Comunidad Jurídica respecto a los planteamientos teóricos.	134
4.4.2.1. Apreciaciones resultantes del análisis de los empirismos aplicativos en la Comunidad Jurídica respecto a la norma	135
CAPÍTULO V	137
CONCLUSIONES	137
5.1. CONCLUSION PARCIAL	138
5.1.1. Conclusión parcial 1	138
5.1.1.1. Contrastación de la sub hipótesis “a”	138
5.1.1.2. Enunciado de la conclusión parcial 1	138
5.1.2. Conclusión parcial 2	138
5.1.2.1. Contrastación de la sub hipótesis “b”	138
5.1.2.2. Enunciado de la Conclusión Parcial 2	139
5.1.3. Conclusion parcial 3	139
5.1.3.1. Contrastación de la sub hipótesis “c”	139
5.1.3.2. Enunciado de la Conclusión Parcial 3	140
5.1.4. Conclusion parcial 4	140
5.1.4.1. Contrastación de la sub hipótesis “d”	140
5.1.4.2. Enunciado de la Conclusión Parcial 4	141
5.2. CONCLUSION DE LA PREGUNTA COMPLEMENTO.	141
5.2.1. Contrastación de la sub hipótesis de la pregunta complemento 1	141
5.2.2. Enunciado de la conclusión parcial de la pregunta complemento 1.	142

5.3.	CONCLUSIÓN GENERAL	142
5.3.1.	Contrastación de la Hipótesis Global.....	142
5.3.2.	Enunciado de la Conclusión General	144
	CAPÍTULO VI.....	150
	RECOMENDACIONES	150
6.1.	Recomendación parcial 1.....	151
6.2.	Recomendación parcial 2.....	151
6.3.	Recomendación parcial 3.....	152
6.4.	Recomendación parcial 4.....	152
6.5.	Recomendación parcial de la pregunta complemento 1.....	153
	CAPÍTULO VII.....	154
	REFERENCIAS Y ANEXOS	154

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÒGICO

1.1. EL PROBLEMA

El problema en que se centra la investigación es el que denominamos: **INCUMPLIMIENTOS Y EMPIRISMOS APLICATIVOS** en “**La idoneidad de la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en la región Lambayeque 2014**”.

El problema a investigar se encuentra afectado por **Incumplimientos**, debido a que las regulaciones encargadas de salvaguardar y proteger los intereses del usuario y/o consumidor de las malas prácticas y conductas abusivas por parte de las empresas que brindan productos o servicios en el sector telecomunicaciones resultan insuficientes, haciendo referencia al **Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones - Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL**, ante el constante crecimiento de las tecnologías y al actuar disidente de las empresas operadoras que prefieren “pagar multas” según afirman porque les costaría mucho dinero y tiempo invertir en mejorar la tecnología para ofrecer un servicio de calidad, lo que genera como resultado los altos índices de disconformidad por parte de los usuarios, recogidos en las memorias institucionales de OSIPTEL.

Y en lo referente a los **Empirismos Aplicativos** se ve reflejado que los responsables conociendo los planteamientos teóricos específicamente nos referimos a los principios del Derecho del Consumidor según el Art. V del Título Preliminar del Código de Defensa y Protección del Consumidor, los cuales se ven vulnerados según los usuarios y/o consumidores en las ineficiencias del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones - **Resolución del Consejo Directivo N° 047-2015-CD/OSIPTEL**, consideran que en los procedimientos de reclamos no se desarrollan en base a los principios del Derecho del consumidor, esto se ve expresado a través del alto índice de reclamos a favor de las empresas prestadoras del servicio que en primera instancia resolvieron el 43,7% a favor de los usuarios y los reclamos que fueron elevados al TRASU muestra un índice de 46% de resoluciones a favor de los usuarios, esto demuestra que más de la mitad del porcentaje de reclamos es favorable a las empresas prestadoras de servicios.

1.1.1. Selección de problema

El problema ha sido seleccionado teniendo en cuenta los siguientes criterios: De entre aquellos elementos de la idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones en la región Lambayeque 2014, **he seleccionado, priorizado e integrado este problema, considerando los siguientes criterios de priorización:**

- a) Los investigadores tienen acceso a la información relacionados al problema.
- b) La solución contribuiría a la solución de otros problemas.
- c) Presenta incidencia social.
- d) Vulnera el derecho del consumidor.
- e) Su solución brinda seguridad jurídica

1.1.2. Antecedentes del Problema

Consultando diversas fuentes de información se ha encontrado investigaciones relacionadas con el presente estudio con respecto al tema de investigación, así pues tenemos los siguientes antecedentes.

1.1.2.1. A nivel mundial

Investigando los repositorios de información se ha logrado encontrar diversas investigaciones con cierta relevancia y similitud con el presente estudio acerca de la adecuada implementación de la regulación de la calidad de los servicios en los contratos de consumo del sector telecomunicaciones así pues tenemos los siguientes antecedentes:

a) Colombia

Como antecedente directo tenemos el artículo presentado por **Villalba (2011)**, titulado **“El sistema de protección al consumidor en Colombia. Una perspectiva desde el derecho comparado”**. Para la **Universidad Militar Nueva Granada, Colombia**.

Este artículo pretende realizar un aporte al vacío existente, reuniendo los conceptos de la teoría del contrato de consumo, asimismo apoyándose en la doctrina del derecho comparado.

Entre las principales conclusiones que se abordó al término de la investigación son:

- Las nociones de relación de consumo y contrato de consumo están estrechamente vinculadas y son dos figuras jurídicas independientes que no se excluyen. El contrato de consumo adquiere fisonomía propia por sus características, es generalmente contrato de adhesión, se evidencia la presencia de un contratante en posición de debilidad, tiene un margen de protección legal más amplio para la parte débil, el consentimiento es informado, tiene unas normas de interpretación especiales.
- Los remedios clásicos frente a la ineficacia de los contratos no operan de manera efectiva en materia de contratos de consumo, en estos casos es necesario ampliar el margen de protección y buscar causales de ineficacia acordes con las características de los contratos de consumo. En aras de proteger al contratante débil (consumidor) debe tratarse de causales objetivas de ineficacia.
- El control a este tipo de conductas debe ser de tipo administrativo en contra del productor (a través de multas) y de tipo contractual con el fin de procurar el reequilibrio contractual quebrantado por la conducta.
- En materia de protección al consumidor el abuso de posición dominante contractual es de frecuente ocurrencia dada la asimetría de las partes en la relación contractual ya sea desde el punto de vista de la información como del poder económico y de negociación.
- La figura del abuso de posición dominante contractual, es reducida por la doctrina colombiana al régimen de control de cláusulas abusivas, siendo una figura más amplia que cobija también la ocurrencia de las denominadas prácticas abusivas. Las prácticas de comercio desleales constituyen una categoría diferente que ha sido desarrollada en el derecho comunitario europeo y que se funda en lo que se considera un abuso de poder del productor frente al consumidor.

- Esto afecta la efectividad de la protección de los derechos de los consumidores, ya que dadas las cuantías de los asuntos del derecho del consumo no es viable acudir a procedimientos largos ante la justicia amparados en causales subjetivas de ineficacia.

Comentario de los autores:

En Colombia, existe un antecedente importante para la región, debido al crecimiento de la modalidad de los contratos de consumo, y la inexistente protección por parte del gobierno a los consumidores, el investigador a través de la legislación comparada busca brindar alternativas por la preocupante vulneración de derechos de los usuarios, así fomentar la seguridad en el momento de la celebración de un contrato.

b) Colombia:

Proyecto de investigación presentado por: **Echeverri (2011), denominado “Las Cláusulas Abusivas en los Contratos de Adhesión con Consumidores”.** Universidad de Medellín. Colombia.

El autor en su trabajo de investigación se enfoca en analizar la problemática de las cláusulas abusivas y entre las principales conclusiones que se abordó al término de la investigación son:

Conclusiones:

- Las cláusulas abusivas son aquellas que atentan contra los principios de la buena fe y del justo equilibrio de las prestaciones. Además de las características ya mencionadas, dependiendo del tipo de legislación que las reglamente, se exigirá, para que las mismas puedan ser controladas por el Estado “desde afuera”, que o bien se encuentren incorporadas en un contrato de adhesión (de tal manera que el hecho de que se hubiese discutido el contenido contractual, descartaría el carácter de abusiva), o que el contrato se haya celebrado con un consumidor (de tal manera que el hecho de que el co-contratante no sea consumidor excluiría el control de dichas cláusulas). Dado lo anterior, el ámbito máximo de aplicación del control a las cláusulas abusivas no está absolutamente definido, pero hay

certeza en cuanto al ámbito mínimo, es decir, la doctrina acepta de manera prácticamente unánime, que cuando nos encontremos frente a un contrato de adhesión con consumidores, procederá el control de las mismas.

- La forma en que el Estado ejerce tal control puede ser de tipo administrativo, legislativo o judicial. El control legislativo es por naturaleza previo; el judicial es posterior, y el administrativo puede ser previo o posterior.
- En caso de que el control a las cláusulas abusivas lo haga un juez, la sanción más generalizada en el ámbito internacional parece ser la nulidad (sin distinguir si la misma es absoluta o relativa), pero con el carácter de parcial. Lo que se quiere significar con ello es que el hecho de que una cláusula sea declarada nula no afecta el contenido del resto del contrato y al juez se le encarga “respetar los derechos ajenos y no abusar de los propios”.
- En consecuencia, se debe aplicar el artículo 899 ordinal primero del Código de Comercio de Colombia que establece que el negocio será absolutamente nulo “cuando contraría una norma imperativa, salvo que la ley disponga otra cosa”. Así mismo, Carlos Andrés Laguado (2003) sostiene que “las cláusulas abusivas por violar el principio de la buena fe, que es derecho positivo, adolecen de objeto ilícito y sufren de nulidad”. La misión de integrar el resto del contenido contractual prescindiendo de dicha cláusula.
- Todo lo anterior es una muestra del largo camino que aún nos queda por recorrer si queremos lograr que se dé efectiva protección a los derechos de los consumidores y usuarios frente a las cláusulas abusivas, teniendo en cuenta que para ello se debe limitar la autonomía de la voluntad privada de los estipulantes y hacer una adecuada reinterpretación de los principios de la buena fe y de la conmutatividad de los contratos.

Comentario de los autores:

Es importante percibir cómo el Estado ha intervenido en la protección del Consumidor y ejerce su control de tres maneras, administrativamente es de naturaleza posterior o anterior, el control legislativo es posterior y el control judicial es anterior. Asimismo, la manera perspicaz en la cual el control de las cláusulas se haga a través de un Juez, éste podrá declarar

la nulidad, y aquí viene el punto clave, declarar la nulidad pero únicamente de la cláusula más no del contrato, puesto que hay un derecho importante en la elaboración de dicho contrato con el consentimiento de las partes.

c) España:

Tesis Doctoral presentada por: **Toledo (2013), denominado “La publicidad engañosa en los operadores de telecomunicaciones”.**
Universidad Complutense de Madrid. España.

La metodología utilizada en la elaboración de esta tesis ha sido que partiendo de la leyes actuales en todo lo referente a la publicidad engañosa, el relato real de personas sobre la situación a la que se han enfrentado, narrado a través de la prensa, blogs o denunciándolo a través de las Organizaciones de consumidores y usuarios, al inicio los casos reales muchas veces denunciados, han hecho plantear en la investigación que existe un grave problema y que realmente esta detectado pero no resuelto. El autor a lo largo de esta tesis, se ha realizado una explicación pormenorizada de las prácticas que perjudican al cliente final. Ciertamente es, que la investigación ha sido ardua, ya que no existen libros sobre este tema. Es un tema muy novedoso, del que apenas existe soporte bibliográfico, como siempre ocurre con todos los temas relacionados con el mundo de las telecomunicaciones, pero que se ha ido analizando y perfilando con las distintas leyes, directivas, circulares.

Conclusiones:

- El sector de las Telecomunicaciones es el más demandado, durante los últimos 5 años y la tendencia según el Instituto Nacional de Consumo seguirá al alza, es necesaria, que el sector tome medidas al respecto porque es muy importante la percepción que tenga los clientes. Medidas como mejorar la información transmitida (facturación), un canal de ventas que no engañe al consumidor.
- Es cierto, que se han tomado muchas medidas para la mejora de dicho sector, por ejemplo con la creación de una oficina específica para reclamaciones, dentro del Ministerio de Industria, pero parece que no son

medidas suficientes. A eso hay que añadir la creación desde el año 1998 de una Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Quizás es necesario clarificar más las competencias de cada una y que todas éstas prácticas ilegales sean controladas al menos por alguna de ellas.

- Las situaciones de engaño –debido a la dureza de la competencia- se van a seguir realizando, por lo que es necesario poner límites, para que no se sigan produciendo llevando a cabo estas prácticas que afectan a los consumidores y usuarios. Estas prácticas comerciales desleales, son producidas como consecuencia de la falta de legislación al respecto, por lo tanto, es necesario cambiar y mejorar dichas leyes. Esta tesis se ha centrado en la publicidad engañosa en el sector de las telecomunicaciones uno de los ejemplos ha sido la utilización de la atención telefónica para producir el denominado slamming o engañar al cliente y como en otros países como en Estados Unidos estas acciones son consideradas delito. ¿Por qué aquí no se le da esa importancia que realmente tiene? ¿Con eso perjudicamos la libre competencia?
- La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) como consecuencia de la regulación y de querer de fomentar la competencia, ha dejado que ocurra este tipo de situaciones, causando graves perjuicios a los usuarios. Con respecto a este tema la CMT, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI) y los tribunales han mirado hacia otro lado, sin realizar castigo alguno al Operador causante.
- Podemos considerar que existen dos elementos claves y necesarios de ser modificados y cambiados: o Existe una excesiva regulación en el cambio de Operador, la CMT afirma que con ella fomenta la competencia y el cambio de Operador sin restricciones, pero como consecuencia de ello lo que se producen son prácticas desleales que afectan al consumidor. Es necesario un cambio de regulación y dejar de regular determinadas situaciones para que haya un libre mercado.
- Ante todo es una regulación errónea y con situaciones totalmente anómalas como en el caso del consentimiento verbal de la portabilidad sea

el propio Operador quien elija a la entidad comprobante de ese cambio de Operador, supuestamente autorizada por el cliente.

- La regulación ha de ser acorde al mercado y nunca contraria, en ello tiene mucho que ver las circulares de la CMT que, como se ha analizado anteriormente, donde se ha creado excesiva regulación además errónea, produciéndose situaciones de engaño e ilícitas que han dado lugar a conductas delictivas, así consideradas en otros países y pero que en España se pasan por alto.
- Es necesario, que todas estas conductas sean castigadas de forma contundente tanto por parte de los tribunales como parte de los órganos correspondientes, la CMT y la SETSI.
- La necesidad de controlar al canal de atención al cliente a veces presionado por la propia empresa y otras veces por los propios objetivos a conseguir, uno de los puntos fuertes en cuanto al control de este canal es la futura Ley de Atención al Cliente , que ayudará en parte para que sea una atención de calidad , pero en el proyecto de ley no aparecen recogida la situaciones de engaño que causan los propios canales de atención al cliente, es necesario que estas conductas sean denunciadas, castigadas y también es necesario implantar un código al respecto a la atención al cliente, en cierta forma el Código Deontológico de los Operadores es una buena manera de implantar una serie de conductas en los servicios brindado a la Atención al Cliente.

Comentario de los autores:

El antecedente español, nos permite ver los primeros problemas que suscitaron a través del engaño por las empresas encargadas de brindar los servicios, debido a la feroz rivalidad que existe en el sector de las telecomunicaciones, asimismo la inexistente legislación sobre el tema, así también nos muestra la evidencia del malestar por parte de los usuarios, debido a que el producto o servicio no cumplía con sus expectativas, es decir, no cumplía con la relación del contrato de consumo, puesto que, una de los elementos necesarios para su configuración es

del producto o servicio sea idóneo.

1.1.2.2. A nivel nacional

A nivel nacional se ha podido encontrar las siguientes investigaciones:

- a) Tesis presentada por: **Mellado (2010)**, denominada **“Análisis sobre la necesidad de regular la calidad del servicio de telefonía móvil en el Perú”**. **Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú – Perú.**

El autor en su tesis con el fin de verificar si en efecto, las situaciones y condiciones encontradas en el mercado, dan lugar a la provisión de servicios de baja calidad lo cual implicaría encontrar evidencia sobre la mínima calidad en la prestación del servicio de telefonía móvil; se define previamente la noción de calidad de los servicios de telecomunicaciones.

La información que fue recabada por el autor, manifiesta que el periodo en que el sector telecomunicaciones se encontraba sin regulación, la calidad del servicio de telefonía móvil fue escasa por no decir nula, por lo que se concluye que está justificada dicha regulación.

El autor en su trabajo de investigación nos muestra las principales conclusiones que se abordó al término de la investigación:

Conclusiones:

- Los servicios de telefonía móvil dentro del territorio peruano, viene a ser el servicio de telecomunicaciones que tiene el mayor número de abonados y cobertura en el país, lo cual ha permitido que en los últimos años se haya reducido de forma importante la brecha de acceso a las telecomunicaciones; por tal razón, es uno de los servicios de mayor importancia social y, en ese sentido, los problemas de calidad del mismo afectan de forma considerable a la sociedad.
- Este servicio presenta características de competencia efectiva, como son la participación de varias empresas a lo largo de los años sin la salida del mercado de ninguna de ellas, con una continua competencia por cuotas del mercado, con incrementos considerables en la oferta mejorando la cobertura, servicios y el número de clientes, con una constante innovación

tecnológica y con una reducción sistemática de los precios a lo largo del tiempo; señales de que este mercado goza de eficiencia dinámica, productiva y asignativa.

- Si bien es cierto que, en general el mercado es considerado como el mecanismo que mejor asigna los recursos, existen situaciones y condiciones bajo las cuales el mercado por sí sólo no genera los incentivos suficientes para autorregular la calidad de sus productos o servicios, siendo que en estos casos las empresas que proveen servicios pueden brindarlo con niveles de calidad inferiores al aceptable. Estas situaciones y condiciones no sólo se presentan en mercados con características de monopolio sino también se encuentran presentes en mercados donde existe competencia, como en el caso peruano. En efecto, en el servicio de telefonía móvil en el Perú, están presentes las condiciones y situaciones que podrían provocar una baja provisión en la calidad del servicio, las cuales son las siguientes:

- ✓ Comportamiento estratégico de las empresas, mediante una interacción oligopolística por la cual, en caso que una de las empresas decidiera mejorar la calidad de su servicio, la empresa competidora, como reacción inmediata sólo podrá responder con una reducción de sus precios, toda vez que los incrementos de calidad no se pueden conseguir en el corto plazo por los altos costos y tiempo que tomaría implementar dicha decisión. En este sentido, anticipando dicha respuesta de reducción de precios por parte de su competencia, ninguna de las empresas está dispuesta a invertir en mejorar la calidad.
- ✓ Degradación intencional de la calidad aprovechando la asimetría de información. En los servicios de telefonía móvil, los potenciales consumidores no pueden saber a priori cuál es o cual será la calidad del servicio antes de tomar la decisión de consumo, debido a que por la naturaleza del servicio, su calidad sólo puede ser verificada de forma posterior, cuando ya se ha adquirido el servicio y se utiliza por cierto periodo de tiempo, por lo que dicha carencia de información puede ser aprovechada por los proveedores ofreciendo

intencionalmente un servicio de baja calidad, el cual no será detectado en un periodo de tiempo razonable.

- ✓ Asimismo, debido a que se trata de un servicio que se presta en un entorno tecnológico en constante innovación, los posibles problemas de calidad que pudieran ocurrir son difíciles de detectar por los usuarios, toda vez que existen una serie de razones por las cuales una llamada telefónica podría presentar problemas. De esta forma, los verdaderos problemas de calidad de la red no pueden ser identificados por los usuarios, debido a falta de conocimiento del funcionamiento de las redes y de las señales, tonos o mensajes de error que se generan como producto de un mal funcionamiento en la red de telefonía móvil. De esta forma, una provisión sub-óptima de la calidad del servicio, no sería percibida por los usuarios, por lo que la empresa operadora, actuando estratégicamente de forma poco ética, reduciría intencionalmente la calidad del mismo.
- ✓ Diversos operadores de red interconectados. Una llamada de telefonía móvil puede originarse y terminarse en redes de distintos operadores, por lo cual la buena calidad del servicio de una de las redes genera externalidades positivas, en el sentido que beneficia a todas las otras redes desde y hacia donde se realizan llamadas. Estas externalidades, al no poder internalizarse, pueden ocasionar que los operadores no tengan incentivos para prestar la calidad óptima. Por otro lado, un operador con una participación importante en el mercado, de tal forma que una gran parte de sus llamadas son originadas y terminadas en su misma red (on-net), puede estratégicamente reducir la calidad de la interconexión con otras redes para tener una ventaja u ocasionar un perjuicio a sus rivales.
- ✓ Rezago en los resultados de las inversiones. En las redes de telefonía móvil, donde existe importantes inversiones que realizar para mejorar la calidad del servicio, tanto a nivel del sistema de conmutación, como también de las redes de transporte y acceso, cuando se detectan problemas de calidad, toma un considerable tiempo solucionarlos, debido al nivel de las inversiones y recursos

que se necesitan gestionar, lo cual puede ocasionar que una red o zona en particular presente problemas de calidad por un tiempo considerable sin que se corrija dicha situación rápidamente.

- ✓ Costos de cambio. Es decir, barreras que impiden que los clientes o usuarios de un proveedor de servicios de telefonía móvil, puedan cambiar sin dificultad a otra empresa operadora para que les provea el servicio, por lo que se generan situaciones que distorsionan la competencia ocasionando que los usuarios permanezcan atados a un único proveedor a pesar de que pudieran haber mejores ofertas en el mercado, tanto en precios como en calidades. Esto permite que las empresas, actuando estratégicamente, puedan, por ejemplo, reducir la calidad del servicio que proveen sin reducir sus ganancias, y por el contrario incrementarlas. Los costos de cambio son barreras que generan, en cierto grado, efectos similares a los de un monopolio.
- Por lo expuesto, es necesario regular tema mencionado de las telecomunicaciones móviles en el Perú, estableciendo los incentivos o sanciones correspondientes para que las empresas cumplan con lograr niveles de calidad del servicio aceptables, toda vez que en el mercado peruano están dadas las condiciones para una sub-provisión de la calidad y en efecto, las empresas operadoras han venido prestando un nivel del servicio por debajo de los niveles aceptables, cuando éste aspecto no estaba regulado. Asimismo, los indicadores de calidad que se establezcan, deben tener un adecuado grado de desagregación a nivel de red y a nivel temporal, tanto para su cálculo, como para su evaluación.
- En el marco legal vigente (Reglamento de Calidad 2008), se considera la fijación de estándares de calidad en el servicio de telefonía móvil, los cuales están sujetos a sanción por su incumplimiento; asimismo, las mediciones de los indicadores han sido especificadas de forma desagregada, tanto a nivel temporal como a nivel de red. De esta forma, se colige que su aplicación es acertada y permite que el organismo regulador cuente con las herramientas necesarias para monitorear y mejorar la calidad del servicio de forma oportuna y efectiva.

Comentario de los autores:

Mellado llega a unas conclusiones importantes para el año 2010, en el cuál se empezaba a mostrar una competencia feroz entre las empresas operadoras, concluyendo que dicha competencia beneficia al usuario, puesto que se disponen a presentar mejores ofertas e innovación tecnológica, pero lamentablemente no todo puede ser “color de rosa”, las empresas de manera muy poco ética aprovechan también la asimetría de la información para disminuir voluntariamente su estándar de calidad, pues mencionan que es dificultoso que inviertan tiempo y dinero para mejorar la calidad, y les resulta más sencillo concertar y brindar una calidad disminuida.

Cabe resaltar que Mellado, establece una crítica con respecto al marco legal vigente Reglamento de Calidad (2008) y actualmente encontramos un Reglamento de Consejo Directivo 123-2014-CD/OSIPTEL, que implica mejoras de la calidad de las empresas operadoras, lamentablemente no se cumplen.

- b) Tesis presentada por: **Córdova (2012) denominada “Las cláusulas generales de contratación en el Perú y su relación con el estado de desprotección de los derechos del consumidor” Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Perú.**

El autor entre los principales objetivos se ha orientado en la investigación han sido los siguientes: Conocer cuál es el estado o grado de desarrollo de la doctrina nacional respecto al tratamiento de las cláusulas generales de contratación y los derechos del consumidor, los alcances de la legislación nacional vigente con relación a aquellas circunstancias por las cuales las cláusulas generales de contratación son consideradas lesivas a los derechos del consumidor, determinar los alcances y grado de eficacia de la legislación nacional vigente destinada garantizar los derechos del consumidor y examinar la posición asumida por la entidad competente frente a los reclamos formulados por los consumidores

respecto a contratos suscritos a través de cláusulas generales de contratación. (Recuperado en <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/1185>).

La hipótesis de la presente tesis se ha formulado en los siguientes términos: Que la doctrina no es uniforme en la determinación jurídica de las cláusulas generales de contratación y con relación a los derechos del consumidor la doctrina es aún embrionaria.

El autor en su trabajo de investigación nos muestra las principales conclusiones que se abordó al término de la investigación:

Conclusiones del autor.

- La subordinación del consumidor constituye el presupuesto axiomático que rige la normativa destinada a brindar protección a los consumidores en la relación contractual, tendiente a revertir el desequilibrio existente entre derechos y obligaciones.
- Los contratos estándar son instrumentos útiles en el tráfico comercial, por lo que carecería de sentido su eliminación, siendo necesario un adecuado sistema de control de este tipo de contratos; mecanismo que podría contribuir a evitar situaciones que afecten los derechos de los consumidores.
- En el ámbito de la contratación masiva, la Economía se ha encargado de justificar la existencia de las cláusulas generales de contratación, buscando siempre la eficiencia y en contrapartida descuidando la equidad y la justicia social. Corresponde entonces al Derecho corregir esas deficiencias.
- La tutela efectiva de los consumidores y usuarios no puede concebirse sin una presencia activa del Estado que, con la correcta utilización de sus potestades y recursos, persiga la solución de las consecuencias negativas surgidas en el mercado.
- Las tareas que el Estado tiene que encarar con determinación, son, entre muchas otras, la educación para el consumo, la difusión de derechos y mecanismos de implementación, recursos humanos suficientes para atender consultas y quejas, brindar una atención integral de acceso a la justicia.

- La educación para el consumo importa una de las nuevas necesidades básicas de aprendizaje. Hoy en día todos los países del mundo están revisando sus sistemas educativos en función de las nuevas exigencias del mundo moderno, entre las que se encuentra la protección de los consumidores en las relaciones de mercado.

Las conclusiones del autor al término de la investigación fueron recuperadas de los repositorios de tesis de Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Recuperado en <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/1185>)

Comentario de los autores:

Córdova, encuentra en la subordinación del usuario un presupuesto evidente para que la ley lo proteja, en busca de revertir ese desequilibrio causado por el poder económico y de información por parte de la empresa operadora. Asimismo expresa que debería existir un sistema adecuado al control de contratos, consideramos éste hecho como pertinente, los contratos de adhesión y que generar ese desequilibrio deben ser revisados antes de salir al mercado, las cuales deben tener las características de un contrato que beneficie a las partes, y no sólo eso, sino brindar información adecuada, puesto que no toda la población conoce del amplio tema de las telecomunicaciones, y es casi obligatorio hacerlo ante las nuevas exigencias del mundo moderno.

1.1.2.3. A nivel Regional

A nivel nacional se ha podido encontrar las siguientes investigaciones:

- a) Tesis presentada por Pisfil (2013), denominada “La necesidad de consignar información relevante e idónea en las cláusulas de los contratos de adhesión”. Universidad Señor de Sipán. - Pimentel.**

La presente investigación analizó, la necesidad de consignar información relevante e idónea en las cláusulas de los contratos de consumo por adhesión, referente a un marco referencial en el cual se constituya, Planteamientos teóricos Normas, y Legislación Comparada; mediante una investigación cuantitativo y cualitativo; cuyo propósito es identificar el fundamento de cada parte del

problema; de tal manera que se pueda proponer recomendaciones que contribuyan a la reducción de la Asimetría de la información o la situación del desequilibrio que se presenta entre los actores del contrato de consumo (proveedor — consumidor), por desinformación o por escases de información relevante o en cualquier panorama distinto a los pueda poner a los segundos en situación de perjuicio, siendo para ello necesario que se establezca en el contenido de las cláusulas una información, clara . precisa, accesible al consumidor, permitiéndoles tomar una decisión adecuada de consumo, a tal punto que el servicio brindado por el proveedor sea idóneo con lo que el consumidor espera obtener en el contrato de consumo por adhesión, corrigiéndose, previniéndose o eliminándose las acciones que vulneren el interés del consumidor.

Conclusión:

- Que si bien los contratos por adhesión surgen como consecuencia del creciente y constante desarrollo de la sociedad, con la finalidad de reducir los costos de transacción en el mercado, ya no era posible que partes contratantes (proveedor-consumidor) se detengan a discutir el contenido del contrato, viéndose restringida la libertad contractual, ya que el proveedor establece de manera unilateral el contenido del contrato y el consumidor o adherente se encuentra en la posición de adherirse o no a lo ya establecido, presentándose pues la figura de la asimetría informativa, en donde el proveedor cuenta con mejor y mayor información del servicio que ofrece y donde el consumidor se ve vulnerado cuando se omite información. No se otorga una información relevante o cuando se le brinda una información falsa que tiende encaminar hacia el error en la decisión de consumo, de esta forma el código que se encarga de la protección y defensa del consumidor en los artículos referidos a formación preceptúa que esta deba ser clara, precisa, veraz, apropiada. Fácilmente accesible y de fácil comprensión que debe estar regulada en el caso de los contratos financieros o bancarios por la SBS y si se trata de la protección en general del consumidor en los contratos de consumo por adhesión.

Comentario de los autores:

Ésta tesis resulta una de las más importantes en la investigación en busca de la protección del consumidor, en la región Lambayeque, haciendo énfasis al tema de los contratos masivos y la vulneración de la voluntad de las partes para determinar los detalles del mismo, lo que conlleva al usuario a caer en el error, y no saber a ciencia cierta lo que está adquiriendo, y perjudicando tanto a la empresa prestadora de servicios como al consumidor.

1.1.3. Legislación comparada

En la siguiente tesis se realiza una comparación de las normas que regulan el tema de idoneidad de la calidad de los servicios en el sector telecomunicaciones; por tal razón consideramos los siguientes países:

- a) **Brasil:** Resolución N° 632, Reglamento General de Derechos del Consumidor de Servicios de Telecomunicaciones.
- b) **Chile:** Decreto N° 18, Reglamento de Servicios de Telecomunicaciones.
- c) **España:** Calidad de Servicio - Orden del Ministerio de Industria Energía y Turismo - IET/1090/2014

1.1.4. Formulación del Problema.

Éste problema puede ser formulado de manera interrogativa en sus dos partes y según las prioridades del anexo 3, de la siguiente manera.

Primera parte del problema (Incumplimientos)

- a) ¿Cuáles son las normas que ha establecido OSIPTEL respecto a los estándares de calidad para los servicios de telecomunicaciones?
- b) Cuáles son las normas y los conceptos básicos que se han establecido y deberían conocer, respecto al Código de Defensa y Protección del Consumidor y las disposiciones emitidas por OSIPTEL respecto a la calidad del servicio y a la atención de los reclamos por parte de los usuarios?

- c) ¿En realidad se conoce y aplica adecuadamente las normas y conceptos básicos establecidos por OSIPTEL?
- d) Si existe incumplimientos ¿cuáles son?
- e) ¿Cuáles son las relaciones causales con la que se explica los incumplimientos?

Segunda parte del Problema (Empirismos aplicativos)

- a) ¿Cuáles son los planteamientos teóricos establecidos en las disposiciones de OSIPTEL que están directamente relacionadas con la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones?
- b) ¿Se conoce y aplica adecuadamente los planteamientos teóricos para que se evite los empirismos aplicativos?
- c) ¿Existen empirismos aplicativos en las disposiciones encargadas del procedimiento adecuado frente a un reclamo del consumidor en el sector telecomunicaciones?
- d) Si existe empirismos aplicativos ¿cuáles son?
- e) ¿Cuáles son las relaciones causales con la que se explica los empirismos aplicativos?

1.1.5. Justificación de la investigación

- a) Esta investigación **es necesaria** para los responsables en el sector Telecomunicaciones – Funcionarios de Osiptel - , porque deben de considerar que se está vulnerando la idoneidad en la calidad del servicio del sector telecomunicaciones y que las medidas tomadas no son adecuadas para la solución del problema materia de investigación.
- b) También **es necesaria** para la comunidad jurídica debido a que ayudara a los abogados en los procesos de defensa del consumidor a fin de obtener mejor resultados en la idoneidad de la calidad del sector telecomunicaciones.

c) **Es conveniente** porque contribuirá a mejorar y elevar la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones y así brindar un servicio idóneo y asimismo contribuirá a que la tasa de reclamos disminuya notoriamente. Es, asimismo, conveniente para la Universidad Señor de Sipán, dado que tiene como parte de sus fines la investigación científica y la extensión universitaria en beneficio del país.

d) **Beneficiarios:** El resultado de la investigación va a servir para el consumidor y/o usuario del servicio de telecomunicaciones puesto que las regulaciones encargadas de protegerlos no están siendo respetadas y cumplidas en la realidad, Asimismo también ayudara a elevar la eficacia del procedimiento para la resolución de conflictos entre el consumidor y/o usuario, puesto que se está vulnerando el principio rector del Derecho del Consumo que es el Principio Pro Consumidor.

1.1.6. Limitaciones y restricciones

Limitaciones

- a) La investigación se limita a un análisis netamente jurídico de las normas que regulan el control de calidad de los servicios en el sector telecomunicaciones y del procedimiento para resolución de conflictos entre las empresas prestadoras del servicio y al usuario y/o consumidor del servicio de telecomunicaciones.
- b) Escases de información referente tema investigado.
- c) La investigación se circunscribirá a la Región Lambayeque en el periodo 2014.
- d) La investigación cuenta con un limitado presupuesto económico.

Restricciones

- a) Se restringe a investigar, analizar y proponer.
- b) La presente investigación comprenderá el periodo 2014.
- c) No se han facilitado los datos para una correcta recolección de estos.

1.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

1.2.1. Objetivo General.

La presente investigación pretende analizar con respecto a un marco referencial que integre **Planteamientos teóricos** relacionados con la idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones, **Normas** como El Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571, el Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones – Res. De Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL, y del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones – Res. de Consejo Directivo N° 047-2015-CD-OSIPTEL y, **Legislación Comparada** de países como Brasil, Chile y España mediante un análisis cuanti-cualitativo, con el apoyo de programas informáticos (office), con el propósito de identificar las causas de las variables prioritarias del problema; de tal manera que tengamos base para proponer recomendaciones o alternativas de solución que puedan contribuir a la solución de la investigación que se plantea.

1.2.2. Objetivos Específicos

Para lograr el objetivo general enunciado anteriormente, secuencial y concatenadamente se debe alcanzar los siguientes propósitos.

- a) Ubicar, seleccionar y describir de manera resumida los Planteamientos Teóricos directamente relacionados con el tema de investigación como: conceptos básicos, Normas y Legislación Comparada; que integramos como Marco Referencial para el análisis.
- b) Describir a las entidades reguladoras -responsables- que se encuentran inmersas en el sector telecomunicaciones, con la finalidad de conocer sus características, funcionamiento y normativa respecto al tema de investigación.
- c) Conocer la legislación comparada de los países: Brasil, Chile y España, para determinar cómo es que está regulada y se mantiene de forma eficaz la Idoneidad en la calidad del servicio del sector telecomunicaciones.

- d) Identificar las causas de los incumplimientos y empirismos aplicativos que afectan la idoneidad en la calidad del servicio del sector telecomunicaciones.
- e) Elaborar y proponer alternativas legales que contribuyan a solucionar el tema de investigación, de tal manera que se analicen incumplimientos y empirismos aplicativos.

1.3. HIPOTESIS

1.3.1. Hipótesis Global

En el análisis de la presente tesis la cual se ve afectada por **Incumplimientos y Empirismos aplicativos** por parte de los **responsables y la comunidad jurídica**, que están relacionados causalmente y se explican por el hecho de que la normativa existente para proteger y salvaguardar el derecho de los consumidores respecto a la idoneidad de la calidad del servicio, es insuficiente, asimismo que no se aplica adecuadamente y por tal motivo se debería de tomar en cuenta la **legislación comparada**, la misma que nos permitirá poder utilizar como normas de referencia en países donde ya se han tratado y resuelto este tipo de problemas, pudiendo tener en cuenta las legislaciones de : Brasil , Chile y España.

1.3.2. Sub-Hipótesis

- a) Se contemplan **INCUMPLIMIENTOS**, por parte de los **RESPONSABLES** puesto que ellos tienen como finalidad proteger y salvaguardar los derechos del consumidor y/o usuario del servicio de telecomunicaciones, y no están realizando una labor adecuada respecto al actuar de las empresas operadoras.

Formula: -X₁; A₁;-B₂

Arreglo: -X; A;-B

b) Se aprecian **INCUMPLIMIENTOS**, por parte de la **COMUNIDAD JURÍDICA**, puesto que son los gestores para realizar las acciones pertinentes para hacer de conocimiento la falta de idoneidad en la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones, asimismo para hacer llegar la la realidad de los usuarios a los responsables para que estos tomen las medidas pertinentes ante las empresas encargadas de brindar los servicios de telecomunicaciones.

Formula: - X₁; A₂; - B₂

Arreglo: -X; A;-B

c) Se manifiestan **EMPIRISMOS APLICATIVOS**, por parte de los **RESPONSABLES** debido a que se considera que ellos son los supeditados a conocer y supervisar que los planteamientos teóricos se vean reflejados en una realidad concreta.

Formula: -X₂; A₁;-B₁;- B₂; -B₃

Arreglo: -X; A; -B

d) Se aprecian **EMPIRISMOS APLICATIVOS**, por parte de la **COMUNIDAD JURÍDICA**, debido a que ellos están en constante contacto con los planteamientos teóricos en su labor diaria y deberían ser los primeros en darse cuenta que los planteamientos teóricos están siendo vulnerados en la realidad.

Formula: -X₂; A₂;- B₁;-B₂

Arreglo: -X; A; -B

1.4. VARIABLES

1.4.1. Identificación de las variables

A: Variables de la REALIDAD

A₁= Responsables

A₂= Comunidad Jurídica

-B: Variables del MARCO REFERENCIAL

-B₁= Planteamientos Teóricos

-B₂= Normas

-B₃= Legislación Comparada

-X: Variables del PROBLEMA

-X₁ = Incumplimientos

-X₂ = Empirismos aplicativos

1.4.2. Definición de variables

A: Variables de la REALIDAD

A₁ = Responsables.

Pertencen al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen la propiedad de explicar lo referente a ***“las persona (s) obligada (s) a cumplir con ciertas funciones para el logro del objetivo. (Caballero 2013 p. 217)***

A₂ = Comunidad Jurídica

Pertencen al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen la propiedad de explicar lo referente a ***“las personas que poseen un vínculo o interés en torno a la temática jurídica de un Estado. Se entiende que se integran en ella no sólo a profesionales que ejercen el derecho abogados, jueces, fiscales, sino también a docentes y estudiantes de dicha especialidad profesional” (Cabanellas, 2002, p.100).***

B: Variables del MARCO REFERENCIAL

~B₁ = Planteamientos Teóricos

Pertencen al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicar lo referente a ***“Una imagen mental de cualquier cosa que se forma mediante la generalización a partir de casos particulares como por ejemplo, una palabra o un término” (Koontz y Weinrich, 1998,***

p. 246)

~B₂ = Normas

Pertenece al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicar lo referente a ***“la norma o regla jurídica es un esquema o programa de conducta que disciplina la convivencia social, en lugar y momento determinados, mediante la prescripción de derechos y deberes, cuya observancia puede ser impuesta coactivamente”*** (Torres, A , p. 190)

~B₃ = Legislación Comparada

Pertenece al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicar lo referente a ***“Es el arte cuyo fin práctico consiste en comparar entre sí aquellas legislaciones que son semejantes y presentan cierta uniformidad jurídica dentro de la diversidad de sus respectivos derechos positivos, para encontrar los principios, reglas o máximas similares a todas ellas, por tender a la satisfacción de necesidades comunes”*** (Cabenellas, 2002, p. 218)

X: Variables del PROBLEMA

~X₁ = Incumplimientos

Pertenece al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicar lo referente a ***“identificamos este tipo de problema en la parte de la realidad en que las disposiciones de una norma debe cumplirse, estas no se han cumplido”*** Caballero, A (2014) p. 125.

~X₂ = Empirismos aplicativos

Pertenece al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicar lo referente a ***“lo identificamos cuando encontramos que un planteamiento teórico, que debería conocerse y aplicarse bien, en una parte de la realidad concreta no lo conocen o lo aplican mal”***. Caballero, A (2014) pág. 123

1.4.3. Clasificación de las variables

VARIABLES	CLASIFICACIONES						
	POR LA RELACIÓN CAUSAL	POR LA CANTIDAD	POR LA JERARQUIA				
			4	3	2	1	0
<i>A = De la Realidad</i> <i>A₁ = Responsables</i> <i>A₂ = Comunidad jurídica</i>	<i>Interviniente</i> <i>Interviniente</i>	<i>Cantidad Discreta</i> <i>No cantidad</i>	TAP TAP	MAP MAP	AP AP	PAP PAP	NAP NAP
<i>~B = Del Marco Referencial</i> <i>~B₁ = Planteamiento Teóricos</i> <i>~B₂ = Normas</i> <i>~B₃ = Legislación Comparada</i>	<i>Independiente</i> <i>Independiente</i>	<i>No cantidad</i> <i>Cantidad Discreta</i> <i>No cantidad</i>	A AT EX	A AT EX	A AT EX	A AT EX	
<i>~X = Del Problema</i> <i>~X₁ = Incumplimientos</i> <i>~X₂ = Empirismos aplicativos</i>	<i>Dependiente</i> <i>Dependiente</i>	<i>Cantidad Discreta</i> <i>Cantidad Discreta</i>	--- ---	--- ---	--- ---	--- ---	

Leyenda:

T = Totalmente	Ex = Exitosas
M = Muy	A = Aplicables
P = Poco	C = Cumplidos
N = Nada	Ap = Aprovechable

1.5. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION

1.5.1. Tipo de investigación

Por su propósito fundamental la presente investigación corresponde a una investigación teórica, pura o básica; puesto que está dirigida hacia un fin netamente cognoscitivo, repercutiendo en unos casos a correcciones, y en otros en perfeccionamiento de los conocimientos, pero siempre con un fin eminentemente perfectible de ellos.

1.5.2. Diseño de la Investigación

Se utilizó el diseño causal- explicativo que relaciona:

$$M \leftarrow X Y$$

Donde:

M= es la muestra

X= es la observación a la variable independiente.

Y= es la observación a la variable dependiente.

1.6. UNIVERSO Y MUESTRA

1.6.1. Universo

La población es el conjunto de todos los individuos que se desean investigar, en la presente investigación, la población estuvo constituida por los **Responsables**, representada por los miembros de INDECOPI y OSIPTEL, asimismo por la **Comunidad Jurídica** representada por Abogados especializados en Derecho del Consumidor.

Tabla N° 01: Datos de los informantes según el cargo que desempeñan

	N	%
Miembros de INDECOPI y OSIPTEL	20	13.42%
Abogados especializados en Derecho del Consumidor	129	86.58%
TOTAL	149	100%

Fuente: Investigación propia

1.6.2. Muestra

La población de informantes para los cuestionarios serán Miembros de INDECOPI y OSIPTEL, que se encuentran relacionados directamente a temas del sector telecomunicaciones.

- A. Miembros de INDECOPI y OSIPTEL, conformados por 20
- B. Abogados especialistas: debido a la población profesional de abogados que son un total de 7776, de los cuales sólo el 5% son especialistas en

Derecho del Consumidor, siendo la cantidad de 388.8, se utiliza la siguiente formula:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 (N) (p) (q)}{Z^2 (p) (q) + e^2 (N-1)}$$

Donde:

n = Muestra

(N) =777.6 "Población total"

(p)(q) = 0.25 "Proporción máxima que puede afectar a la muestra"

Z = 1.96 "El 95% de confianza de nuestro estudio"

e = 0.05 "Margen de error"

$$\Rightarrow n = \frac{(1.96)^2 (388.8) (0.25)}{(1.96)^2 (0.25) + (0.05)^2 (777.6-1)}$$

$$\Rightarrow n = \frac{(3.8416)(388.8) (0.25)}{(3.8416)(0.25) + (0.0025) (776.6)} \Rightarrow n = \frac{373.40352}{(0.9604) + (1.9415)}$$

$$\Rightarrow n = \frac{373.40352}{2.9019} \Rightarrow n = 128.67552983 \Rightarrow N= 128.67552983$$

1.7. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para realizar la investigación se emplearon los siguientes Métodos.

1.7.1. METODOS

1.7.1.1. El método Descriptivo – Explicativo

Porque explico las causas que originan el incumplimiento por parte de los responsables de los organismos encargados de salvaguardar los derechos del consumidor y/o usuario en el sector telecomunicaciones

1.7.1.2. El hipotético deductivo,

Por qué sirvió para deducir las causas que originan los empirismos aplicativos que no permiten la adecuada aplicación de la legislación del sector telecomunicaciones.

El método hipotético-deductivo consiste en la del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

1.7.2. Técnicas e instrumentos

1.7.2.1. La encuesta

Es una técnica que se utiliza para determinar tendencias en el objeto de estudio. Es un conjunto de preguntas dirigida a una muestra representativa de la población o instituciones con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. El instrumento utilizado fue: El cuestionario.

1.7.2.2. Análisis Documental

El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Como instrumento se empleó: El análisis de contenido.

1.7.2.3. El fichaje

Es una técnica de gabinete que permite fijar información extraída de fuentes primarias y secundarias. Sus instrumentos son las Fichas. Entre ellas tenemos:

- A. Registro:** Permite anotar los datos generales de los textos consultados. Lo usamos para consignar las referencias bibliográficas, electrónicas.
- B. Resumen:** Esta ficha se utilizó para sintetizar los contenidos teóricos de las fuentes primarias o secundarias que sirvieron como marco teórico de la investigación.
- C. Textuales:** Transcribieron literalmente contenidos de la versión original. Se utilizó para consignar aspectos puntuales de la investigación como planteamientos teóricos, normas, jurisprudencia, principios de la investigación, citas de diferentes autores, etc.
- D. Comentario:** Representa el aporte de los investigadores. Es la idea personal que emite el lector de una lectura o experiencia previa. Lo utilizamos para comentar los cuadros estadísticos, resultados y los comentarios de los antecedentes.

1.8. TRATAMIENTO DE DATOS

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, aplicados a los informantes o fuentes ya indicados; serán analizados e incorporados al trabajo de investigación como información relevante que permitirá contrastar nuestra hipótesis con la realidad. Los datos recogidos serán sometidos a presiones porcentuales para ser presentados como averiguaciones en forma de cuadros, gráficos estadísticos, etc.

1.9. FORMA DE ANALISIS DE LA INFORMACION

Con respecto a las informaciones presentadas como resúmenes, cuadros, gráficos, etc., se formularán apreciaciones objetivas:

Las apreciaciones correspondientes a informaciones del dominio de variables que han sido cruzadas en una determinada sub hipótesis, serán usadas como premisas para contrastar esa sub hipótesis. El resultado de la constatación de cada sub hipótesis (que puede ser prueba total, prueba y disprueba parcial o disprueba total), dará base para formular una conclusión parcial (es decir, que tendremos tantas conclusiones parciales como su hipótesis hayamos planteado). Las conclusiones parciales, a su vez se usarán como premisas para contrastar a hipótesis global. El resultado de la constatación de la hipótesis global (que también puede ser prueba total, prueba y disprueba parciales o disprueba total) nos dará base para formular la conclusión general de la investigación. Las apreciaciones y conclusiones resultantes del análisis fundamentarán cada parte de la propuesta de solución al problema nuevo que dio lugar al inicio de la investigación. (Caballero, 2003, p.233 – 234).

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. PLANTAMIENTOS TEORICOS

2.1.1. Primer Sub Capitulo: Régimen Constitucional Económico y Derecho del Consumidor.

Generalidades: El Estado como organización política, y dotada de poder soberano e independiente, para establecer las normas que regulan la sociedad, intrínsecamente se encuentran las normas regulatorias del ámbito económico, con la finalidad de establecer los límites de la actividad empresarial, a pesar de los estudiosos, no consideran pertinente la intervención del Estado en la relación consumidor – mercado; éste a través de la Constitución política, ha encontrado la manera de proteger y brindarle seguridad al consumidor, a través de INDECOPI.

2.1.1.1. Régimen Constitucional Económico y la Protección al Consumidor.

El Estado contemporáneo regula conductas y situaciones mediante la atribución de derechos y deberes en el marco de su Constitución Política, con el fin de propiciar el bienestar individual y colectivo.

En este contexto, se encarga necesariamente de la prevención y de la solución de los conflictos que, en el marco de las reglas de convivencia establecidas, se generen por la interacción en la que se encuentran permanentemente involucrados todos los actores sociales. En este marco, el Estado despliega su potestad de policía administrativa, que es el poder "reconocido por ley, para limitar la libertad personal y contractual, y el derecho de propiedad de los ciudadanos con el fin de proteger bienes jurídicos de interés público, como la vida y la salud de la población, la seguridad colectiva, los bienes de dominio público, el ornato de la ciudad, el medio ambiente, la libre y leal competencia, los consumidores, etc." (Recuperado en <http://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/viewFile/113/109>)

En complemento del ejercicio de esta potestad también despliega labores de fomento dirigidas a motivar conductas socialmente deseables, tales como la importancia de tener en cuenta los derechos del ciudadano y el desarrollo

de la libre iniciativa privada, que son pilares de las relaciones de consumo en una economía social de mercado.

Como consecuencia de la interacción en el mercado, se pueden producir una serie de conflictos que el Estado procurará evitar y, eventualmente, deberá solucionar, estableciendo y haciendo respetar los parámetros dentro de los cuales se deben llevar a cabo las relaciones económicas. Desde la doctrina resulta compartido el entendimiento acerca de que "en el mundo económico el Estado garantiza la seguridad, sostiene los derechos, permite los intercambios, impone el cumplimiento de los contratos.

Sin él, la economía no sería posible, salvo al nivel primario de la auto subsistencia, el trueque y la rapiña." (Ariño, 2004, p. 36.)

La intervención del Estado en la regulación de las actividades económicas bajo parámetros de libertad obedece no solo a la finalidad de ofrecerle a la sociedad una convivencia en orden y armonía, sino también a la necesidad de contribuir con el agrado de insuficiencias de las personas. El ordenado funcionamiento de la economía, bajo el respeto de los derechos de quienes realizan transacciones, es vital para generar una asignación de recursos que le ofrezca a la sociedad la posibilidad de satisfacer la mayor cantidad de necesidades individuales y sociales.

En este sentido, el Estado establece una serie de reglas para evitar que se produzcan actuaciones que afecten a los consumidores indebidamente, entre las que se recogen principios esenciales, se reconocen derechos para los consumidores y se establecen obligaciones para los proveedores. (Herman, A. "El Derecho del Consumidor", 2010, p14)

2.1.1.2. Economía Social de Mercado.

Otro principio está referido a la economía social de mercado. Para la concepción mercantilista, la ley de la oferta y de la demanda determina las preferencias económicas. A mayor oferta, menor precio. A mayor demanda mayor precio. El consumidor es el factor dinámico para que las empresas sobrevivan. El Estado no debe intervenir en absoluto aunque en la práctica los "mercantilistas" son los que más ventajas exigen de los gobiernos para que se frene la libre importación, por ejemplo, que podría causarle en calidad,

precios y preferencias del consumidor". (Quispe, 2002, p. 43 y ss.)

Este mismo autor señala que para los mercantilistas y para quienes se consideran radicales en materia de liberalismo, la adjetivación social del mercado, aparte de resultar pleonástica, distorsiona la actividad comercial o productiva por la intervención del Estado, quien a su leal saber y entender, se dedica a poner límites a la actividad económica, fijando precios, estableciendo vedas, movilizand o aranceles. El Estado no debería intervenir- agrega- en ninguna circunstancia. Debe dejar que las leyes del mercado resuelvan los problemas del mercado.

Concluye Quispe Correa sobre el punto finalmente: "En nuestra opinión, el contenido social que se asigna al mercado relleva la condición humana de quienes intervienen en el proceso económico. No se debe propugnar la diferencia estatal. Si bien no se apoya la planificación compulsiva, tampoco es posible admitir un gobierno ausente de los grandes dramas sociales o de crisis que puedan afectar incluso la propia economía. La solidaridad de la que habla la constitución no es un término de exhibición en la vitrina ni una excusa que sirve de propaganda. La solidaridad entre los seres humanos se destaca por la comprensión y la cooperación. A partir de esa premisa, la intervención del Estado debe operar sólo en aquellas circunstancias en que la propia subsistencia del mercado peligr e. O cuando una crisis social demande medidas urgentes que puedan abarcar incluso la congelación de precios por un período determinado. Además, si bien un Estado es una asociación de personas, no es menos cierto que al lado de intereses particulares hay los intereses generales, los que deben prevalecer en ciertas circunstancias. Un caso hipotético puede ser la construcción de una carretera en el que el diseño desde el punto de vista social, revelarí a que no siempre el camino más corto resulta la recta. Integrar al país es una necesidad y el camino es una de las vías para promoverla". (Quispe, 2002, p. 44).

Desde la perspectiva de Quispe Correa, la economía social de mercado, es una economía de mercado a la cual se agrega un componente social, es decir, interviene el Estado sólo en aquellas circunstancias en que el mercado mismo peligr e, como sucede en aquellas situaciones de crisis social, las

cuales demanden medidas de carácter urgente.

Carlos Torres y Torres Lara, por su parte, en primer lugar, da cuenta de que fueron los alemanes quienes mejor desarrollaron en la práctica el concepto de la economía social de mercado con reglas que terminaron por reconocerse- señala dicho autor- como uno de los mejores modelos socialcristianos. (Torres, 1994, p. 91 y ss.)

El sistema según Carlos Torres y Torres Lara, se basó en el establecimiento de mecanismos de orientación indirecta de la economía. Estos instrumentos fueron tres: 1) los impuestos; 2) los aranceles; y, 3) el control monetario.

Pero, según la lógica de Torres y Torres Lara, la utilización de los mecanismos establecidos anteriormente, ha sido modificada en la Constitución de 1993, ya que el entorno real ha cambiado también. En palabras del autor al cual seguimos en esta parte, "la situación ha variado, debido a la experiencia interna y a la globalización de la economía". En efecto-aclara-, la política de la imposición tributaria como instrumento del control indirecto no ha dado buenos resultados, pues debido a las presiones internas y a la falta de firmeza, las exoneraciones tributarias o sus beneficios han terminado en algunos casos como en el Perú, en beneficios muy discutibles a los que todos consideran tener legítimo acceso. Fácil fue también para algunas empresas eludir tributos aparentando producir bienes o servicios exonerados, fomentándose una burocracia supervisora, que siempre mal pagada aceptaba el soborno para ocultar los actos evasivos. En vez de desarrollar una industria adecuada sólo se incrementó la inmoralidad pública y los grupos de presión económicos. (Torres, 1994, p. 94 y ss.)

Concluye Torres y Torres Lara que dentro de tales condicionamientos reales, la Constitución de 1993 mantiene aún más firme el instrumento del control monetario a través del Banco Central de Reserva. Por otro lado, se reduce el poder de los elementos propios de los impuestos y de los aranceles. (Torres, 1994, p. 94 y ss.)

De interés resulta lo señalado por Omar Cairo Roldán, cuando señala que siendo la base de la economía social de mercado, el estado social del derecho, y, en el Perú, habiendo desaparecido éste último estado, se puede concluir en el desconocimiento efectivo de tal economía social de mercado. (Cairo,

1998, p.19.)

Así, este autor señala que la Constitución de 1979, a diferencia de la de 1993, si recogía los principios de la Economía Social de Mercado. El papel fundamental del mercado como mecanismo asignador de recursos y la necesidad de un ordenamiento social que garantice la efectividad de los derechos económicos y sociales de la persona se encontraban presentes en ella, señala Cairo Roldán. No debe entenderse por esto- añade- que la Constitución recogía con precisión de detalle, todos los instrumentos que en Alemania se emplearon para desarrollar este sistema económico. La Economía Social de Mercado- dice el autor- que debía llevarse a cabo en el Perú, conforme a la Constitución de 1979, habría tenido perfiles propios. Y esto no desnaturaliza en modo alguno a dicho sistema. De esta manera, según Cairo Roldán, la Constitución de 1979, sin pretender configurar una imitación del sistema económico alemán, recogía los principios fundamentales que lo definen: la libertad y la solidaridad, y varios de sus componentes esenciales. Dentro de estos últimos podemos mencionar a la Seguridad Social, la Cogestión, la Estabilidad Monetaria y al necesario marco del sistema: el Estado Social de Derecho. (Cairo, 1998, p.22.)

Cairo Roldán plantea entonces, la correspondencia entre Economía Social de Mercado y Estado Social de Derecho. Este último es indiscutiblemente la base del primero. En resumidas cuentas es ineludible que ambos se presenten juntos.

Pero, como manifiesta el mismo autor citado, en la Constitución de 1993 se encuentra muy poco de lo que se denomina Estado Social de Derecho. ¿Qué encontramos? Se pregunta Cairo Roldán. Solo- responde- una mención al derecho "universal y progresivo" de todos a la Seguridad Social (art.10) y a la intangibilidad de los fondos y reservas que le corresponden (art.12). La Carta además afirma que garantiza el "libre acceso" a prestaciones de salud y pensiones a través de entidades públicas o mixtas (art.11). Puede percibirse, entonces, que la noción de solidaridad propia de la Seguridad Social, así como la responsabilidad del Estado en este tema, están ausentes del nuevo texto constitucional. Cairo llama la atención que sin embargo, la nueva Constitución peruana dice reconocer la Economía Social de Mercado.

(Cairo, 1998, p.29.)

Finalmente, Cairo Roldán concluye: "Comprobamos, entonces, que el Estado Social de Derecho es indispensable en el marco dentro del cual se realiza la Economía Social de Mercado. Una vez más la experiencia confirma este hecho, pues Alemania viene desarrollando este sistema durante la vigencia ininterrumpida de la Ley Fundamental de 1949 (Su Constitución Política). Ni aún la caída del Muro de Berlín (ocurrida en sus tierras) llevó a los alemanes a pensar en la necesidad de una ruptura ni reformas constitucionales. Sin embargo, aunque parezca contradictorio, ese mismo suceso provocó en el Perú el examen minucioso de la Constitución de 1979 en la búsqueda de presuntos "resabios marxistas" y "populistas" dentro de su contenido. Acto seguido se propuso su eliminación del texto constitucional. El problema es que aquellos "resabios"- de los que la Constitución del CCD ha prescindido- eran nada menos que los derechos económicos y sociales consagrados constitucionalmente y las funciones asignadas al Estado para su realización. Ambos, elementos integrantes indispensables del mismo sistema democrático constitucional que se vio reforzado por la caída del Muro de Berlín". (Cairo, 1998, p.19.)

2.1.1.3. Derecho del consumidor.

A mediados de, siglo pasado se produjo un desarrollo económico sin precedentes que origino la sociedad de productores y consumidores Inter relacionados dinámicamente mediante la contratación masiva, en la que el productor y distribuidor de bienes y servicios parte fuerte del vínculo contractual, cuentan con el poder de imponer su voluntad a los consumidores, parte débil de dicha relación, quienes están privados de su capacidad de intervenir en la determinación del contenido del contrato, el consumidor se encuentra en una permanente situación de vulnerabilidad por su falta de conocimientos técnicos, económicos, jurídicos, contables, su escaso poder adquisitivo, su ignorancia sobre los mecanismos de funcionamiento del mercado, sometidos al flagelo de la publicidad engañosa o inductiva, entre otros factores que determina que fácilmente sea engañado sobre la idoneidad y utilidad de los bienes y servicios. (Torres, 2012, p. 345)

Se consideraba consumidor a quien adquiría cualquier clase de producto. Posteriormente, se amplió ese concepto con la incorporación del usuario al sistema de protección de normas que originariamente se refería sólo al consumidor. (Berkemeyer, 1991, p. 20.)

Lazzarini y Serrano, dijeron que la noción del consumidor como destinatario final, adoptada también por el artículo 2° del código brasileiro, se identifica con aquél que adquiere bienes o servicios para su uso o consumo personal o el de su familia. El párrafo único del artículo 2° amplía la noción del consumidor al incorporar a las colectividades de personas que, aunque indeterminadas, hayan intervenido en la relación de consumo. Un ejemplo lo constituiría una población que sufriera el efecto de la mala calidad del agua potable, aun cuando fuese indeterminado el número y la identidad de personas dañadas. (Lazzarini, p. 21.)

En el discurso del presidente Kennedy ante el Congreso de los Estados Unidos de América, el 15 de marzo de 1962, en donde se enumeraron por primera vez los derechos de los consumidores: a la seguridad, a la información, a la libre elección y a la representatividad, y los medios para la protección efectiva de sus intereses en el marco del llamado estado de bienestar. (De León, 2000, p. 36)

El Códice del Consumo italiano aprobado por D. Leg. de 6 de setiembre del 2005, N° 206, es calificado como el bill of rights de los consumidores, reconoce y garantiza los derechos del consumidor, calificándolos como derechos fundamentales, los intereses protegidos están referidos a la salud, la seguridad y calidad de los productos y servicios, a una adecuada información, transparencia y equidad en las relaciones contractuales, la promoción y desarrollo de la asociación libre, voluntaria y democrática entre consumidores, la erogación de servicios públicos según estándares de calidad y eficiencia (art. 1). El artículo N° 2 del Código del Consumo italiano enumera los derechos fundamentales de consumidores y usuarios: a) Derecho a la protección de la salud; b) a la seguridad y a la calidad de los productos y servicios; c) a una información adecuada y a una publicidad correcta; d) a la educación en el consumo; e) a la corrección, a la transparencia y a la equidad en las relaciones contractuales; f) a la

promoción y al desarrollo del derecho de asociación, ejercicio libre y de forma voluntaria y Democrática entre los consumidores y usuarios; g) a la instauración de servicios públicos según estándares de calidad y eficiencia. (Codice del consumo Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206)

La nueva realidad social y económica ha impulsado la creación del novísimo Derecho del consumo, llamado también Derecho del consumidor o Derecho de los consumidores, como una rama jurídica especial, multidisciplinaria, cuya función principal es la de protección del consumidor de bienes y servicios, figurando en su contenido temas como: la masificación de las relaciones de consumo; la información veraz, adecuada y oportuna al consumidor; la composición de los productos y servicios y el control de calidad y seguridad de los mismos; la invalidez de las cláusulas contractuales abusivas; el control administrativo de la contratación estándar; la protección contra productos y servicios riesgosos; la publicidad engañosa y abusiva; el combate a los monopolios y oligopolios; el derecho a un medio ambiente sano; la interpretación de la contratación masiva in dubio pro consumidor. (Vásquez, 2009, p. 27)

El derecho de consumo se caracteriza por la imperatividad de sus normas, por tanto, no pueden ser dejadas sin efecto por los contratantes bajo pena de nulidad; y por ser multidisciplinario, al estar integrado por la legislación especial sobre protección de los consumidores o usuarios y por toda otra norma civil, mercantil, administrativa, financiera, penal, procesal, etc., destinadas a regular las relaciones entre proveedores y consumidores o usuarios de bienes y servicios, procurando la equidad y seguridad en las mismas. (Vásquez, 2009, p. 40)

El Derecho del consumidor se integra por normas contenidas en la Constitución, el Código Civil y, una que otra, en los otros códigos (Derecho codificado); en la legislación especial de defensa del consumidor (Derecho del Consumidor) y normas complementarias y conexas; y por las normas contractuales contenidas en los contratos estándar (normas particulares), cuyo esquema contractual está siempre presto a ser modificado unilateralmente, en un proceso de adecuación cerrado y veloz, según las mutables exigencias de los empresarios predisponentes. (Vásquez, 2009, p. 40-41)

2.1.1.4. Naturaleza jurídica del derecho del consumidor.

Surge una rama en el momento en que del conjunto de las comunicaciones jurídicas se “desprende” un discurso jurídico especializado en la tematización de determinados problemas y que comienza a procesar y ganar información de su entorno con base en el establecimiento de diferencias que le son propias. Estas características, como ya se dijo se aprecian en el moderno derecho, por lo que nada se opone a que, desde esta óptica, se le considere como una rama del ordenamiento. (Rivero, 1997, p. 36).

El ser humano en su condición de tal, es un ser lleno de necesidades por satisfacer, y el consumo es la forma natural de satisfacer las carencias naturales del hombre. Relación que está establecida por la persona entre la necesidad y el consumo, es complementaria y constituye una realidad en el mundo jurídico, con una serie de repercusiones no solamente de carácter legal, sino también social y económico; esta relación ha venido cambiando constantemente desde los tiempos de la revolución industrial hasta el día de hoy, que se constituye una preocupación que no puede ser negada ni discutida por el derecho, surge la necesidad de conceder al consumo de adecuadas disposiciones jurídicas que garantice la relación necesidad-consumo, una vigencia social libre de conductas engañosas y desleales de quienes tienen eventualmente la ventaja de ofertar productos y servicios al mercado. (Durand, 2007, p.35)

2.1.2. Segundo Sub Capítulo: La Protección del Consumidor en el Sistema Jurídico Peruano.

Generalidades. Se desarrollará la defensa del consumidor en el sistema jurídico peruano a través de la protección cuidadosa de entes ajenos a la relación entre consumidor y empresa prestadora de servicios, como por ejemplo El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (INDECOP), cuya funciones son muy importantes en las políticas de protección al consumidor, se brindará en éste subcapítulo todo lo

concerniente a sus funciones, principios y por quienes está constituido, así también hablaremos del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL), y todo lo concerniente a la entidad, como por ejemplo su misión, Visión, Finalidad, Objetivos, Materias reclamables, Procedimiento de Reclamos, Principios de OSIPTEL, Funciones de OSIPTEL, Servicios que ofrece OSIPTEL. Otro punto muy importante tomado en cuenta en éste subcapítulo, es el Desarrollo legislativo de la protección al consumidor en el Perú, a través del marco constitucional y las constituciones de 1979 y 1993.

2.1.2.1. El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (INDECOPI)

Cabe mencionar que lo plasmado en estos puntos de la investigación y la información recabada ha sido extraído del portal web oficial del INDECOPI. (Recuperado en <https://www.indecopi.gob.pe/inicio>)

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) fue creado en noviembre de 1992, mediante el Decreto Ley N° 25868.

El INDECOPI es un Organismo Público Especializado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, con personería jurídica de derecho público interno. En consecuencia, goza de autonomía funcional, técnica, económica, presupuestal y administrativa (Decreto Legislativo N° 1033).

Como resultado de su labor en la promoción de las normas de leal y honesta competencia entre los agentes de la economía peruana, el INDECOPI es concebido en la actualidad, como una entidad de servicios con marcada preocupación por impulsar una cultura de calidad para lograr la plena satisfacción de sus clientes: la ciudadanía, el empresariado y el Estado. (Recuperado en: <https://www.indecopi.gob.pe/inicio>)

2.1.2.1.1. Principios de INDECOPI.

Basados en la norma ISO 9000. (Portal Web de INDECOPI.)

- a) Organización orientada al cliente.
- b) Liderazgo
- c) Participación del personal.
- d) Enfoque basados en procesos.
- e) Enfoques de Sistema para la gestión.
- f) Mejora continua.
- g) Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.
- h) Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.

2.1.2.1.2. Funciones de INDECOPI.

Conforme se establece en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, las funciones que debe desarrollar la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor, y que serán ejecutadas por la DPC, son las siguientes:

- a) Ejecutar la política nacional de protección del consumidor y el Plan Nacional de Protección de los Consumidores.
- b) Proponer la normativa en materia de consumo, con la opinión de la más amplia gama de sectores (productivos, servicios y de consumo.
- c) Formular y ejecutar las acciones necesarias para fortalecer la protección del consumidor y los mecanismos para la defensa de sus derechos.
- d) Implementar los mecanismos para la prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo, de acuerdo con el ámbito de su competencia
- e) Implementar el sistema de información y orientación a los consumidores con alcance nacional.
- f) Coordinar la implementación del sistema de información sobre legislación, jurisprudencia y demás acciones y decisiones relevantes en materia de relaciones de consumo
- g) Coordinar la implementación del sistema de alerta y actuación oportuna frente a los productos y servicios peligrosos que se detecten en el mercado.

- h) Elaborar y presentar el informe anual del estado de la protección de los consumidores en el país así como sus indicadores.

2.1.2.1.3. Consejo Nacional de Protección del Consumidor.

Es un órgano de coordinación en el ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM). Se encuentra presidido por el INDECOPI en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor. El Consejo Nacional de Protección del Consumidor está conformado por quince (15) representantes (titulares) de catorce (14) Instituciones y es presidido por el INDECOPI en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y ente rector del Sistema. Conforme lo establece la Directiva del Consejo Nacional de Protección del Consumidor, los miembros del Consejo deben sesionar como mínimo una vez al mes.

2.1.2.1.3.1. Sus funciones son:

- a) Proponer y armonizar la política nacional de protección y defensa del consumidor, así como el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, que deben ser aprobados por la Presidencia del Consejo de Ministros.
- b) Priorizar acciones en determinados sectores de consumo y sobre la generación de normas sobre protección de los consumidores.
- c) Emitir opinión sobre programas y proyectos en materia de protección del consumidor que se someta a su consideración.
- d) Proponer la creación del sistema de información y orientación a los consumidores, con alcance nacional, en coordinación con los demás sectores público y privado.
- e) Promover la creación del sistema de información sobre legislación, jurisprudencia y demás acciones y decisiones relevantes en materia de relaciones de consumo.
- f) Promover el sistema de alerta y actuación oportuna frente a los productos y servicios peligrosos que se detecten en el mercado.

- g) Evaluar la eficacia de los mecanismos de prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo, con la progresiva participación de los gobiernos locales y regionales que hayan sido acreditados por la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor para tal función.
- h) Canalizar la comunicación entre el sector público y privado a fin de promover una cultura de protección de los derechos de los consumidores y lograr una visión conjunta sobre las acciones necesarias para ello.

Promover y apoyar la participación ciudadana, a través de asociaciones de consumidores, los que pueden gestionar ante los demás órganos del Estado y entes de cooperación el financiamiento para sus actividades y funcionamiento

2.1.2.2. El Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL)

Lo plasmado en estos puntos de investigación y la información recabada ha sido extraído del portal web oficial del OSIPTEL.

Es el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones, una entidad pública descentralizada encargada de regular y supervisar el mercado de servicios públicos de telecomunicaciones, independiente de las empresas operadoras. El OSIPTEL está adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros. (Recuperado en: <https://www.osiptel.gob.pe/categoria/quienessomos>).

Fue creado el 11 de julio de 1993 mediante Decreto Legislativo N° 702, e inició sus actividades con la instalación de su primer Consejo Directivo el 26 de enero de 1994. (Recuperado en: <https://www.osiptel.gob.pe/categoria/quienessomos>).

Su Reglamento General (Decreto Supremo N° 008-2001-PCM) fue publicado en el diario El Peruano el 2 de febrero de 2001. (Recuperado en <https://www.osiptel.gob.pe/categoria/quienessomos>).

2.1.2.2.1. Objetivos

Tiene por objetivo general, regular, normar, supervisar y fiscalizar, dentro del ámbito de su competencia, el desarrollo del mercado de servicios públicos de telecomunicaciones y el comportamiento de las empresas operadoras, con las otras empresas y con los usuarios; garantizando la calidad y eficiencia del servicio; regulando el equilibrio de las tarifas y facilitando al mercado un uso eficiente de los servicios públicos de telecomunicaciones. (Recuperado en <https://www.osiptel.gob.pe/categoria/objetivos>)

Incrementar la competencia en los mercados de telecomunicaciones.
Mejorar la satisfacción del usuario con los servicios de telecomunicaciones.
Mejorar la gestión institucional buscando niveles de excelencia.

2.1.2.2.2. Materias reclamables.

De todo el juego de actos reclamables los que van relacionados al tema de investigación son los siguientes:

a) Calidad e idoneidad en la prestación del servicio, incluyendo veracidad de la información brindada al Usuario

Bajo este concepto se pueden reclamar:

- Los problemas derivados de un inadecuado funcionamiento de la red, que generan insatisfacción del usuario, tales como la comunicación imperceptible, el ruido y la interferencia en la línea, la imposibilidad de hacerse escuchar y el servicio intermitente.

- Los problemas que surgen como consecuencia de la prestación misma del servicio o del incumplimiento de la obligación de la Empresa Operadora de informar verazmente a los usuarios sobre el servicio o sobre el estado de los reportes y reclamos que hubieran formulado.

b) Procedimiento de Reclamos

El reclamo deberá presentarse directamente ante la Empresa Operadora prestadora del servicio, quien estará obligada a asignar un código o número

correlativo para el reclamo. La Empresa Operadora no podrá condicionar la atención del reclamo al pago previo de la retribución correspondiente al objeto del reclamo.

Pueden presentar reclamos y recursos administrativos los abonados y usuarios del servicio. La condición de usuario se acredita con la presentación del recibo objeto de reclamo o del último recibo.

En caso de presentarse un reclamo a nombre de una persona jurídica deberá presentarse el poder correspondiente. Asimismo, el abonado o usuario podrán designar un representante con poderes suficientes para presentar reclamo o para continuar con el procedimiento. (Recuperado en <https://www.osiptel.gob.pe/categoria/procedimiento-de-reclamos>).

2.1.2.3. Desarrollo legislativo de la protección al consumidor en el Perú.

2.1.2.3.1. Marco Constitucional.

2.1.2.3.1.1. Constitución Política del Perú del año 1979.

Al tener en cuenta los derechos otorgados al consumidor por medio de la noción abstracta, se considera que la única manera de ejercer estos derechos individualmente es mediante la emisión de normas jurídicas especiales de protección al consumidor. A fin de definir el ámbito de aplicación de estas normas, se realiza el análisis desde la denominada Noción Concreta que permite establecer la atribución de derechos al partícipe de determinados actos de consumo.

La protección al consumidor en el Perú se inició con la Constitución de 1979, en cuyo artículo 110 se señalaba lo siguiente:

“Artículo 110: El régimen económico de la República se fundamenta en principios de justicia social orientados a la dignificación del trabajo como fuente principal de riqueza y como medio de realización de la persona humana. El Estado promueve el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción y de la productividad, la racional utilización de los recursos, el pleno empleo y la distribución equitativa del ingreso. Con igual finalidad, fomenta los diversos sectores de la producción y defiende el interés de los consumidores.”

El Decreto Supremo 036-1983-JUS del 22 de julio de 1983 “Normas de Protección a los Consumidores”; Decreto Supremo emitido en relación con el artículo 110 de la Constitución de 1979. “Artículo 4. Para los efectos de este Decreto Supremo se denominan:

1. Consumidor, a quien mediante contrato verbal o escrito adquiere bienes, fungibles o no, o a la prestación de algún servicio.”

Decreto Legislativo 716 – Ley de Protección al consumidor. El 07 de noviembre de 1991 el Congreso promulgó el Decreto Legislativo N° 716 que incluyó derechos considerados esenciales en otros Estados y por organismos internacionales. El Decreto Legislativo 716 marcó un punto de quiebre importante para el desarrollo del mercado al otorgar e instituir un mayor dinamismo a la figura del consumidor y al establecer un marco normativo encuadrado dentro de un sistema de libre mercado.

Artículo 3 del Decreto Legislativo 716:

Literal a) Consumidores o usuarios: Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios.

Esta noción fue complementada posteriormente mediante la Resolución 101-96-TDC emitida por la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual del INDECOPI, con fecha 18 de diciembre de 1996:

“Se considera como consumidor o usuario, de acuerdo a lo establecido en el inciso a) del artículo 3 del Decreto Legislativo 716, a la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta un producto o un servicio para fines personales, familiares o de su entorno social inmediato.

2.1.2.3.1.2. Constitución Política del Perú de 1993.

La Constitución Política del Perú de 1993 instituyó la protección al consumidor por medio del artículo 65:

“Artículo 65: El estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y

servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población”.

Entonces la Constitución Política del año 1993 instituyó la protección al consumidor por medio del artículo 65 el mismo que consideró lo establecido por El Decreto Legislativo 716 citado anteriormente, el Decreto Legislativo 691 (Normas de la publicidad en defensa del consumidor) y el Decreto Ley 26122.

Luego la noción de consumidor fue confirmada por la Resolución 001-2001-LIN-CPC/INDECOPI 102, y posteriormente la normativa referida a protección al consumidor así como las precisiones y modificaciones al Decreto Legislativo 716 fueron agrupadas en el Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor, aprobado por el Decreto Supremo 039-2000-ITINCI del 11 de diciembre de 2000.

Posteriormente, y en correspondencia con el interés del Estado de proteger a la parte contractual más débil, INDECOPI amplió el marco de protección ya anteriormente establecido por la Resolución 101-96-TDC al incluir a los pequeños empresarios mediante la Resolución 422-2004- TDC 103 emitida por la Sala de Defensa de la Competencia al observar que estos son afectados también por la desigualdad técnica típica en el consumidor.

Luego el INDECOPI emitió la Resolución 001-2006- LIN-CPC/INDECOPI confirmando la inclusión del pequeño empresario como objeto de protección.

En el año 2008 se emitió el Decreto Legislativo 1045, el cual modificó el concepto de consumidor incluido en el Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor definiéndolo de la siguiente manera:

- a) *Consumidores o usuarios: Las personas naturales que, en la adquisición, uso o disfrute de un bien o contratación de un servicio, actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional y, excepcionalmente, a los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios no relacionados con el giro propio del negocio. La presente ley protege al consumidor que actúa con diligencia ordinaria, de acuerdo a las circunstancias.*

La definición del Decreto Legislativo 1045 se mantuvo en el Decreto Supremo 006-2009-PCM del 30 de enero de 2009.

Finalmente, el 02 de septiembre de 2010 se publicó la Ley 29571 - “Código de Protección y Defensa del Consumidor”, con este Código se produce el cambio de paradigma: se trata al consumidor como una fuerza que impulsa el mercado, el cual tiene prevalente prioridad el cual define de la siguiente manera en el artículo IV.- Definiciones

1. Consumidores o usuarios

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. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.

2.1.3. Tercer Sub Capitulo: El Contrato de Consumo.

Generalidades: El contrato de consumo es el eslabón principal de la relación de consumo por lo cual es pertinente desarrollar este tercer sub capitulo como base de la investigación, y asimismo desglosamos las partes más importantes de dicha relación.

2.1.3.1. Concepto de contrato de consumo.

La propia definición del contrato de consumo en el “Código de Protección y Defensa del Consumidor” está ligada intrínsecamente con la propia definición del consumidor. Se denominan consumidores o usuarios a las personas naturales o jurídicas que obtienen, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios, materiales e inmateriales, (sub-numeral 1.1 del numeral 1 del Artículo IV del Título Preliminar del “Código de Protección y Defensa del Consumidor”). Esta definición es insuficiente. El concepto clave para determinar si se aplican o no las normas sobre protección al consumidor no es tanto el de “consumidor”, sino el de “contrato de consumo”, por ejemplo, un contrato entre un consumidor y un

empresario. Sin duda, el simple hecho de que una parte actúe en ejercicio de su actividad profesional, pero no la otra, crea un desequilibrio entre ambas. Pero, per se, no es un desequilibrio que el ordenamiento jurídico deba corregir. El elemento crucial para justificar una interferencia del sistema es la alteración de la libertad del consumidor a la hora de tomar una decisión libre y racional. Desde luego, tal disfunción solo existe en situaciones concretas y no simplemente por el hecho de que una persona actúe en calidad de consumidor. (Zimmermann, 2008, p. 260-261.)

El contrato de consumo es el celebrado a título oneroso entre un consumidor final –persona física o jurídica–, con una persona física o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada y que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los mismos por parte del primero, para su uso privado, familiar o social. (Stiglitz, 1994, p. 233).

Rinessi (2006) señala que: "contrato de consumo es el celebrado entre un consumidor final - persona física o jurídica- con una persona física o jurídica, pública o privada, que actuando profesional u ocasionalmente, en calidad de productora, importadora o distribuidora, comercialice bienes o preste servicios, y que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de estos por parte del primero, para su uso privado, personal o familiar". Igualmente, el código peruano de protección al consumidor define en el artículo 45 el contrato de consumo de la siguiente manera: "El contrato de consumo tiene como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica", debe destacarse que la reciente normatividad peruana en la materia es la única en que aparece definido el contrato de consumo" p. 67.

Lorenzetti (2003), señala que: "consiste en la modalidad de celebración de contratos en la que se tiene en cuenta la finalidad de las partes, por lo cual la definición de contrato de consumo en la doctrina Argentina está estrechamente relacionada con la noción de relación de consumo. En los extremos del vínculo obligacional que nace en los contratos de consumo necesariamente se encontraran un productor y un consumidor" p. 134

2.1.3.2. La Relación de Consumo

Debe tenerse en cuenta que la relación de consumo no consiste solamente en una relación formal directa, es decir, no es un mero acto traslativo de "cosa - precio" o "servicio - precio", sino que va mucho más allá. Es una relación de correspondencia entre quien presta el servicio con aquel que efectivamente lo recibe.

En el caso de las relaciones de consumo, el grado de especialización en la realización de una actividad determinada, así como el mayor acceso a recursos económicos e informativos, determinan que el proveedor está en mejor posición que los consumidores de identificar las características del mercado de un bien o servicio determinado. En ese sentido, todo proveedor que desea realizar una oferta al público, está en la obligación de llevar a cabo una adecuada planificación de su negocio, en la que más allá de definir las características de su producto; el público objetivo al cual éste va dirigido; el monto a invertir, o los beneficios que espera obtener, evaluará su factibilidad y la forma en la que espera que éste se desarrolle. Asimismo, en tanto es previsible que toda actividad económica también enfrente dificultades, el proveedor está en la obligación de identificar todos los imponderables que se podrán presentar a lo largo de su desarrollo, a efectos de adoptar las medidas necesarias para afrontarlos, así como para evitar incorporar a su oferta obligaciones que, de producirse éstos, no podrán ser cumplidas". (Resolución N° 1366-2005/TDC-INDECOP; Expediente N° 038-2005/CPC; Expediente N° 095-2005/CPC; (Acumulados); Fecha: 14 de diciembre de 2005)

2.1.3.2.1. Principios que regulan la relación de consumo.

Como se sabe, es una técnica legislativa común que determinados cuerpos normativos de especial trascendencia prevean ciertos principios que establecen las directrices de lo que el sistema jurídico busca a través de dicha regulación. Es el caso de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General; del TUO del Código Procesal Civil; del Decreto Legislativo N° 1017, Ley de Contrataciones del Estado; entre otras normas. Por eso, también, el Código de

Protección y Defensa del Consumidor ha establecido principios para la efectiva protección y defensa del consumidor contenidos en su artículo V. (Rodríguez, 2010, p. 9)

Los principios del Código de Protección y Defensa del Consumidor sirven como criterios interpretativos para la solución de los casos concretos y establecen directrices en el ámbito de protección al consumidor. Por lo que, como lo señala Robert Alexy, los principios no son normas que puedan ser cumplidos o incumplidos como en el caso de las normas-reglas, sino que debe exigirse en la mayor medida posible de acuerdo a las posibilidades jurídicas y fácticas (Rodríguez, 2010, p. 9)

Conforme a lo dispuesto en el artículo V del Código, los principios para la protección y defensa del consumidor son:

- 2.1.3.2.1.1. Principio de Soberanía del Consumidor.-** Las normas de protección al consumidor fomentan las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin de que con sus decisiones orienten el mercado en la mejora de las condiciones de los productos o servicios ofrecidos.
- 2.1.3.2.1.2. Principio Pro Consumidor.-** En cualquier campo de su actuación, el Estado ejerce una acción tuitiva a favor de los consumidores. En proyección de este principio en caso de duda insalvable en el sentido de las normas o cuando exista duda en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido más favorable al consumidor.
- 2.1.3.2.1.3. Principio de Transparencia.-** En la actuación en el mercado, los proveedores generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen. La información brindada debe ser veraz y apropiada conforme al presente Código.
- 2.1.3.2.1.4. Principio de Corrección de la Asimetría.-** Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de

desequilibrio que se presente entre los proveedores y consumidores, sea en la contratación o en cualquier otra situación relevante, que coloquen a los segundos en una situación de desventaja respecto de los primeros al momento de actuar en el mercado.

2.1.3.2.1.5. Principio de Buena Fe.- En la actuación en el mercado y en el ámbito de vigencia del presente Código, los consumidores, los proveedores, las asociaciones de consumidores, y sus representantes, deben guiar su conducta acorde con el principio de la buena fe de confianza y lealtad entre las partes. Al evaluar la conducta del consumidor se analizan las circunstancias relevantes del caso, como la información brindada, las características de la contratación y otros elementos sobre el particular.

2.1.3.2.1.6. Principio de Protección Mínima.- El presente Código contiene las normas de mínima protección a los consumidores y no impide que las normas sectoriales puedan dispensar un nivel de protección mayor.

2.1.3.2.1.7. Principio Pro Asociativo.- El Estado facilita la actuación de las asociaciones de consumidores o usuarios en un marco de actuación responsable y con sujeción a lo previsto en el presente Código.

2.1.3.2.1.8. Principio de Primacía de la Realidad.- En la determinación de la verdadera naturaleza de las conductas, se consideran las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan. La forma de los actos jurídicos utilizados en la relación de consumo no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre los verdaderos propósitos de la conducta que subyacen al acto jurídico que la expresa.

2.1.3.3. El Consumidor en la relación de consumo.

En cuanto al concepto de consumidor, el tratadista Berkemeyer dice: “que en la época antigua se pensaba consumidor a quien obtenía cualquier clase de producto. Ulteriormente, se amplió ese concepto con la incorporación del usuario al sistema de protección de normas que originariamente se refería sólo al

consumidor. (Berkemeyer, 1991, p. 20)

Según el Diccionario de términos de economía consumidor es: “individuo que hace uso final de los bienes y servicios que produce la economía de un país para la satisfacción de sus necesidades. (Espinoza, 2010, p. 54.)

Piris (2000) Señala que: “toda persona física o jurídica que adquiere bienes (cosas o servicios) como destinatario final de los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado. En otras palabras es el último eslabón en la cadena de producción, distribución y comercialización” p. 2.

En la ley española para la Defensa de los Consumidores de 1984 Ley 26/84, en su art 1°. definió a los consumidores como las personas físicas o jurídicas que adquieren o utilizan o disfrutan, como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan suministran o expiden. (Recuperado en http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1185/1/Cordova_cy.pdf.)

En la ley Brasileña, Ley N°8078 se define al consumidor en su artículo 2° indicando que es “toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza un producto o servicio como destinatario final”. El Código de Defensa de los consumidores es muy amplio, ya que incluye una definición para las relaciones contractuales y otra para la responsabilidad extracontractual, que refiere a todas las víctimas del evento dañoso causado por un producto o servicio (art. 17); en su artículo 2° equipara a los consumidores a la colectividad de personas que, aunque indeterminable, haya intervenido en las relaciones de consumo. (Recuperado en http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1185/1/Cordova_cy.pdf)

Para el Código de Protección y Defensa del Consumidor Ley N° 29571 (Perú) los define de la siguiente manera:

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. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.

Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.

En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.

2.1.3.3.1. Tipos de consumidores.

Durand (2008) Señala que: “existen diferentes modelos de consumidores los cuales han sido establecidos por los propios consumidores a través de asociaciones, como es el caso de la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC), la cual, como representante de la propia comunidad organizada en torno a la problemática de consumo, ha realizado un estudio con los consumidores del mercado peruano” p.140

➤ **Consumista.**

Es aquel consumidor compulsivo que no suele planificar sus compras, que casi nunca se informa antes de comprar. Que no compara precios ni calidad, le encantan las promociones y casi nunca reclama. (Durand, 2008, p.143)

➤ **Consumidor medio**

Es aquel consumidor que sólo a veces planifica sus compras, pero le gustan las ofertas. Sólo se informa del producto cuando algo le preocupa. No es muy acucioso ni cuidadoso en sus compras, no se fija mucho en los detalles y sólo reclama cuando la cosa es grave. (Durand, 2008, p.143)

➤ **Consumidor razonable**

Es aquel que lee las etiquetas especialmente las fechas de vencimiento.

Compara precios y calidades antes de comprar y lee con cuidado los contratos antes de firmarlos. (Durand, 2008, p.143)

➤ **Consumerista.**

Es el consumidor que compra responsablemente, pensando no sólo en su interés sino en su impacto en su familia, la comunidad y su medio ambiente. Este es el consumidor ejemplar, podría decirse que es el ideal del consumidor, aunque es escaso en una sociedad como la nuestra que por razones económicas generalmente se orienta a comprar lo más barato. Este tipo de consumidor no se logra de la noche a la mañana, sino que es producto de la evolución del propio mercado en la búsqueda constante por integrar las relaciones de negocio que se establecen entre compradores y vendedores todos los días. (Durand, 2008, p.143-144)

2.1.3.4. Proveedor en la relación de consumo.

El diccionario de la Lengua Española, define al proveedor como: “aquella persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etc. (Real Academia Española. Diccionario de la lengua española, p. 1,683)

Para el Código de Protección y Defensa del Consumidor Ley N° 29571 (Perú) los define de la siguiente manera:

Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes.- Las 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 establecimientos abiertos al público.

2. Productores o fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que

producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3. Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.

4. Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

2.1.3.5. El objeto de la relación de consumo.

2.1.3.5.1. Producto.

Según el Artículo IV, inciso 3 de la Ley N° 29571: Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no. (Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, Año 2010)

La Ley N° 8078 de Brasil define al producto (art 3°, párrafo 1°) como cualquier bien, mueble o inmueble, material o inmaterial. La ley del Paraguay dice: "Productos: a todas las cosas que se consumen con su empleo o uso y las cosas o artefactos de uso personal o familiar que no se extinguen por su uso". Ley núm. 8078, por la que se dispone sobre protección del consumidor, y se dictan otras disposiciones. Año 1990)

2.1.3.5.2. Servicio.

Como servicio denominamos, en líneas generales, la condición de servir, es decir, de dar o prestar apoyo o asistencia a alguien valiéndonos de un conjunto de medios materiales o inmateriales. La palabra, como tal, proviene del latín *servitium*.

Para Richard L. Sandhusen, "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

Según el Artículo IV, inciso 4 de la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor, es Cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No

están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.

La ley N°8078 de Brasil conceptúa al servicio como cualquier actividad ofrecida en el mercado de consumo, mediante remuneración, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito y seguridad, salvo las provenientes de las relaciones de carácter laboral (art. 3°, párrafo 2°).(Recuperado en http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1185/1/Cordova_cy.pdf)

2.1.4. Cuarto Sub Capítulo: Idoneidad en la Calidad de Servicios en el Sector Telecomunicaciones.

Generalidades:

En éste subcapítulo denominado Idoneidad en la calidad de servicios en el sector telecomunicaciones, es una de las más importantes, desarrollaremos minuciosamente lo concerniente a calidad y la importancia de ésta plasmada en la ley de Protección y Defensa del Consumidor, y análisis del Sector Telecomunicaciones desde la primera vez que se le consideró hasta la actualidad

2.1.4.1. Idoneidad en la calidad de servicios.

2.1.4.1.1. Concepto de Idoneidad

Como idoneidad denominamos la cualidad de idóneo. Como tal, se refiere a la aptitud, buena disposición o capacidad que algo o alguien tiene para un fin determinado. La palabra proviene del latín idoneitas, idoneitātis.

La idoneidad de un producto o servicio debe entenderse como la correspondencia entre lo ofrecido por un proveedor y lo que realmente recibe el consumidor en el marco de una relación de consumo. En ese sentido, la falta de idoneidad consiste en la inexistencia de esa correspondencia, es decir, ocurre cuando el proveedor defrauda las expectativas de un consumidor respecto del producto o servicio que se le ha ofrecido (Resolución 1008-2013/SPC-INDECOPI)

Para el Código de Protección y Defensa del Consumidor Ley N° 29571 (Perú) los define de la siguiente manera:

“Artículo 18°.- Idoneidad

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción (...)

Las autorizaciones por parte de los organismos del Estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sean necesarios, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor.

El deber de idoneidad corresponde a la etapa de ejecución de la relación de consumo, ya sea en la comercialización de productos o la prestación de servicios. Así, podemos establecer que el deber de idoneidad constituye la obligación general de todo proveedor de cumplir con los ofrecimientos efectuados al consumidor y con las expectativas de este, con respecto a la calidad, uso, duración, origen, contenido y demás características de los productos o del servicio contratado. Debe quedar claro que la idoneidad no implica que los proveedores deban entregar al consumidor todo lo que estos esperan del producto o servicio con independencia de los términos ofrecidos y contratados, sino que los límites de la obligación del proveedor se ajustan precisamente a lo ofrecido, negociado y contratado. Por lo tanto, no es obligación de los proveedores entregar la mejor calidad del producto o servicio disponible, sino aquel nivel de calidad ofrecido y contratado por el consumidor. Tampoco es obligación del proveedor cumplir con expectativas que el consumidor se haya formado y que no guarden relación con lo pactado y con lo que, en circunstancias razonables, se esperarían del producto o del servicio. (Northcote, C., Criterios del INDECOPI sobre el deber de idoneidad, Actualidad Empresarial N° 290-Primera Quincena de Noviembre 2013)

2.1.4.1.2. Concepto de Calidad.

El término calidad proviene del latín *qualitas* o *qualitatis*.

El diccionario de la Real Academia Española define el concepto de calidad como “a propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su misma especie”. Esta definición muestra las dos características esenciales del término. De un parte, la subjetividad de su valoración: de otra, su relatividad. No es una cualidad absoluta que se posee o no se posee, sino un atributo relativo: se tiene más o menos calidad. Centrándose en el producto, el término calidad se entiende como un concepto relativo no ligado solamente a aquél, sino más bien el binomio producto/cliente. Reúne un conjunto de cualidades relacionadas entre sí que todos los bienes y servicios poseen en mayor o menor medida. Constituye un modo de ser del bien o servicio: en consecuencia, es subjetivo y distinto según el punto de vista de quien la ofrece y de quien la consume

Para Juran (1990) “La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos.

1. La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.
2. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias”.

De manera similar Crosby la define de la siguiente manera: Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad” (Crosby 1988, p. 67).

Otro concepto importante son las Normas ISO (International Organization for Standardization) que traduce al español Organización Internacional de Estandarización, la cual se encarga de conformar y promover un sistema que permite la normalización internacional de una gran cantidad de productos y que además abarca diversas áreas. La organización se encarga de promover los parámetros y normas que deben cumplir la fabricación, comunicación y comercio de varias ramas industriales y que sirven también para la calidad de los procesos

productivos, control de las empresas y de las organizaciones internacionales que se dedican al perfeccionamiento de la calidad y seguridad de productos en el mundo. Se debe destacar que la aplicación y adaptación de las normas y parámetros referentes a la calidad y seguridad en los procesos productivos y de comercialización de los bienes y servicios son de carácter voluntario, es decir, que únicamente la aplican aquellas industrias y empresas que realmente desean mejorar su control de producción y de seguridad industrial, lo que a su vez siempre le brinda un valor agregado al producto final, que le permite incursionar en los más diversos mercados internacionales, ya que cumplen con dichos parámetros y normas de seguridad y producción.

Según el modelo de la Norma ISO 9000, la calidad es el “grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”, entendiéndose por requisito “necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria”. No obstante, en el enfoque de esta Norma está el cliente, de quien debe conocerse su percepción respecto del grado de satisfacción con el producto suministrado, devolviéndonos nuevamente a la perspectiva externa. partir de esta definición, la norma ISO 9001 propone un enfoque de la gestión de la calidad basada en un sistema conformado por múltiples elementos, interrelacionados entre sí (o que interactúan), y cuya gestión de manera definida, estructurada y documentada, debe permitir lograr un nivel de calidad que alcance la satisfacción del cliente, objetivo final de este modelo.

Conjunto de propiedades y características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas. (G. Taguchi)

Una visión más integral de la calidad pues éste considera la necesidad de que exista una participación de todos los departamentos para garantizar la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. (Fontalvo, 2009, p.56).

Según el Artículo VI, numeral 10 de la Ley N° 29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor” expresa: El Estado promueve la calidad en la producción de bienes y en la prestación de servicios a fin de que éstos sean

idóneos y competitivos. Con esta finalidad, impulsa y apoya el desarrollo de la normalización, a efectos de obtener los mejores estándares en beneficio y bienestar del consumidor.

2.1.4.1.3. Concepto de servicio.

El concepto de servicios lo define Harrington J. y Harrington J,S (1997), como una contribución al bienestar de los demás y mano de obra útil que nos proporciona un bien tangible. En el desarrollo de este texto definimos un proceso de servicios como la generación de un bien intangible que proporciona bienestar a los clientes.

Por otro lado, una organización de servicios la podemos entender como aquella que, dentro de los resultados con la interacción de sus clientes, se caracteriza por desarrollar transacciones en beneficio de éstos que proporcionan conocimientos o información a sus clientes.

Según el Artículo IV, inciso 4 de la Ley N° 29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor” es: “Cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia”.

La ley N°8078 de Brasil conceptúa al servicio como cualquier actividad ofrecida en el mercado de consumo, mediante remuneración, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito y seguridad, salvo las provenientes de las relaciones de carácter laboral (art. 3°, párrafo 2°).(Ley núm. 8078, por la que se dispone sobre protección del consumidor, y se dictan otras disposiciones. Año 1990)

2.1.4.1.3.1. Características de los servicios.

Estos elementos descansan en las características fundamentales de los servicios: la intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega, y la inseparabilidad de la producción y el consumo. (Parasuraman, 1985, pp.41-50.)

Cuando se analizan procesos de servicios encontramos que éstos presentan una serie de características y propiedades entre las cuales podríamos mencionar:

2.1.4.1.3.1.1. La intangibilidad.

La mayoría de los servicios son intangibles (Lovelock, 1983, p.9).

No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones uniformes de calidad propias de los bienes. Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios suele tener dificultades para comprender cómo perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta (Zeithaml, 1981, pp. 186-189).

2.1.4.1.3.1.2. La heterogeneidad.

Los servicios –especialmente los de alto contenido de trabajo– son heterogéneos en el sentido de que los resultados de su prestación pueden ser muy variables de productor a productor, de cliente a cliente, de día a día. Por tanto, es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa cree prestar puede ser muy diferente de lo que el cliente percibe que recibe de ella. (Zeithaml, 1981, pp. 186-189).

2.1.4.1.3.1.3. La inseparabilidad

En muchos servicios, la producción y el consumo son indisociables. En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación. (Grönroos, 1978, pp. 588-601).

2.1.4.1.3.2. Proceso de servicio.

Una tendencia en el estudio del proceso de servicio es lo que Albrecht llama los ciclos de servicio, fundamentados en los momentos de verdad. Este planteamiento se enfoca más como una ayuda para el productor, en este caso, el prestador de servicios. (Albrecht, 1992, p.145)

El concepto de ciclo de servicio ayuda a los miembros de las organizaciones a ofrecer asistencia a los clientes, permitiéndoles organizar las imágenes mentales de lo que ocurre, la construcción básica del servicio ya no solo es tarea

del empleado, sino que ahora se convierte en lo que Albrecht llama “un momento de verdad”, controlado por cada empleado y/o sistema que tenga contacto con el cliente. Un momento de verdad es cualquier situación en la que el cliente se pone en contacto con algún aspecto de la organización y obtiene una impresión sobre la calidad de su servicio (definida por Grönroos como elementos del process of service delivery, PSD). El empleado ya no presta un servicio, sino que es parte del mismo. La calidad ya no es una ejecución satisfactoria de la tarea asignada, sino que ahora se define como el resultado de los momentos de verdad que el consumidor y/o cliente ha experimentado. El conocimiento del ciclo del servicio y sus momentos de verdad ayudan al personal de servicio a conocer el punto de vista del cliente y a considerar a los clientes como los clientes los consideran a ellos. Este proceso podría hacer parte del modelo establecido por Grönroos. (Albrecht, 1992, p.150)

2.1.4.1.3.3. La idoneidad de los servicios y/o productos.

Al respecto Ferrand opina que “De esta forma, no es necesario establecer contractualmente una garantía para que el proveedor sea responsable por la falta de idoneidad. El deber de responder existe per se al haber comercializado el producto o servicio. Es pertinente precisar que la idoneidad se establece, además de tener en cuenta los usos y fines previsibles del producto o servicio, tomando en consideración las circunstancias que rodean la adquisición como son el lugar de compra, el precio, la información brindada por los vendedores (Ferrand, 2004, p.108).

La idoneidad de un producto o servicio debe entenderse como la correspondencia entre lo ofrecido por un proveedor y lo que realmente recibe el consumidor en el marco de una relación de consumo. En ese sentido, la falta de idoneidad consiste en la inexistencia de esa correspondencia, es decir, ocurre cuando el proveedor defrauda las expectativas de un consumidor respecto del producto o servicio que se le ha ofrecido

2.1.4.1.3.4. La calidad de servicio.

El diccionario de la Real Academia Española define servicio (del latín *servitium*) como acción y efecto de servir, como servicio doméstico e incluso como conjunto de criados o sirvientes

La calidad del servicio, el concepto de calidad se refiere a la calidad percibida, es decir “al juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto” (Zeithaml, 1988, p. 3). En términos de servicio significaría “un juicio global, o actitud, relacionada con la superioridad del servicio” (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988, p. 16). En este sentido, la calidad percibida es subjetiva, supone un nivel de abstracción más alto que cualquiera de los atributos específicos del producto y tiene una característica multidimensional. Finalmente, la calidad percibida se valora (alta o baja) en el marco de una comparación, respecto de la excelencia o superioridad relativas de los bienes y/o servicios que el consumidor ve como sustitutos.

Estos son los argumentos de los principales exponentes del concepto de calidad percibida del servicio, para señalar que en un contexto de mercado de servicios, la calidad merece un tratamiento y una conceptualización distinta a la asignada a la calidad de los bienes tangibles.

A diferencia de la calidad en los productos, que puede ser medida objetivamente a través de indicadores tales como duración o número de defectos, la calidad en los servicios es algo fugaz que puede ser difícil de medir (Parasuraman, 1988, pp. 12-40.).

La propia intangibilidad de los servicios origina que éstos sean percibidos en gran medida de una forma subjetiva (Grönroos, 1994, p. 37).

Dada esta diferenciación, Lewis y Booms (1983) fueron quizá los primeros en plantear el concepto de calidad del servicio como el ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas.

La calidad del servicio prestado por una determinada empresa es asociada a su cualidad en relación a la percepción de satisfacción y la calidad de un producto en general se refiere a la cualidad y durabilidad del bien.

La calidad, en relación a los productos y / o servicios, tiene varias definiciones, como que el producto se ajuste a las exigencias de los clientes, el valor añadido, algo que no tienen los productos similares, la relación costo / beneficio, etc.

Otro planteamiento en la misma dirección es que la calidad de servicio percibida depende de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido (Grönroos, 1994). Según Rust y Oliver (1994), los juicios de satisfacción son el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado.

2.1.4.1.3.4.1. Componentes de la calidad en el servicio.

Según Grande Esteban los clientes califican la calidad de servicio por medio de los siguientes componentes: (Grande, I; "Marketing de los servicios"; Madrid p. 322-324.)

➤ Confiabilidad.

La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez. Los consumidores pueden preguntarse si sus proveedores son confiables, por ejemplo; si la factura del teléfono, gas o la electricidad refleja fielmente los consumos efectuados.

➤ Accesibilidad.

Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido. Un negocio que responde a las llamadas por teléfono de los clientes, por ejemplo, cumple esta expectativa.

➤ Respuesta.

Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido. Queremos que se nos atienda sin tener que esperar. Los ejemplos de respuesta incluyen devolver rápidamente las llamadas al cliente o servir un almuerzo rápido a quien tiene prisa.

➤ Seguridad.

Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen peligros ni dudas sobre la bondad de las prestaciones; por ejemplo, un cliente no debería dudar de lo acertado de la reparación de su automóvil.

➤ **Empatía.**

Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente. Es ocupar el lugar del cliente en cuanto a tiempo el cual es valioso para él, en cuanto a conocer a fondo sus necesidades personales.

➤ **Tangibles.**

Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y limpio, así como los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

2.1.4.1.4. El Sector Telecomunicaciones en el Perú.

En el Perú, los primeros servicios de telecomunicaciones nacieron por iniciativa privada, con autorización del Estado. No obstante, bajo la consideración de que el sector telecomunicaciones era estratégico en la seguridad nacional, se nacionalizaron las empresas de telecomunicaciones, entre ellas la Compañía Peruana de Teléfonos (Ello ocurrió con la promulgación del Decreto Ley 17860 de fecha 15 de marzo de 1970.) y luego se expropiaron las acciones de la Compañía Nacional de Teléfonos en julio de 1972 creándose la empresa ENTEL PERU S.A. Posteriormente en el año 1973, ENTEL PERU absorbió a la Sociedad Telefónica del Sur S.A. que hasta ese momento, prestó servicios a la región del sur del país, con lo que desde la década de los noventa, el Estado fue el prestador de los servicios de telecomunicaciones en un régimen de exclusividad.

Luego de la privatización de las empresas Compañía Peruana de Teléfonos y ENTEL, en 1994, el impacto del ingreso de la empresa Telefónica se reflejó en una mayor inversión y expansión del sector. Según cifras de OSIPTEL, las conexiones de teléfonos fijos se incrementaron de 874,436 en 1994 a 2 millones en 1998, lo que significó una tasa de crecimiento promedio anual del 23%. Luego de esta vertiginosa expansión, el crecimiento se moderó y para el 2007 los teléfonos fijos superaron las 3 millones de líneas. Finalmente, para marzo del presente año, OSIPTEL registra alrededor de 3.6 millones de líneas telefónicas fijas en todo el Perú.

Pese a la expansión en la telefonía fija, es la telefonía móvil la que ha

presentado los avances más significativos. Según datos del Banco Mundial, en el año 2001, por cada 100 personas existían aproximadamente 7 suscripciones de telefonía celular; para el 2011, la cifra se incrementó a 100 suscripciones por cada 100 habitantes. Por otro lado, en lo que respecta a cobertura nacional, la cantidad de distritos viene incrementándose al punto que, de los 433 distritos cubiertos en diciembre del 2005 (24% del total nivel nacional), a fines del 2011 se cubrieron 1,673 distritos (91%).

En lo que respecta al desenvolvimiento del mercado de telecomunicaciones, encontramos que la empresa Telefónica del Perú posee un amplio dominio. Según data de OSIPTEL, en cuanto a teléfonos fijos, en el 2011, el 71% de las líneas instaladas pertenecía a Telefónica del Perú; luego se encuentran Telefónica Móviles, con el 12%; Telmex Perú, con el 9%; y las demás empresas, el restante 8%. La telefonía móvil, por su parte, tiene como líder a Telefónica Móviles, con el 62% de las líneas; después encontramos a América Móvil (cuya marca comercial es Claro), con el 34% del mercado. Por último se encuentra la empresa Nextel, con un participación del 4%.

Las nuevas operadoras representan el 6.4% del mercado. En tanto, Movistar pasó de cubrir el 55.3% al 54.4% del mercado y Claro retrocedió de 39.6% a 39.2%, al último trimestre del año pasado.

Las líneas móviles llegaron a 31 millones 860 mil al cierre del 2014, aumentando en 6% respecto al 2013.

Los primeros resultados de las medidas adoptadas por el OSIPTEL para promover la competencia, el ingreso de los nuevos operadores Entel Perú (reemplazo a Nextel) y Bitel, muestran un nuevo mapa de participación en el mercado de telefonía móvil. Al cierre del 2014, las nuevas operadoras significan un 6.4% del total, en tanto que Movistar y Claro redefinieron su participación en el mercado de 55.3% a 54.4% y Claro de 39.6% a 39.2%.

El mercado nacional de la telefonía móvil creció a 31 millones 860 mil líneas móviles en el 2014, lo que significa un crecimiento de 6.4% (1 millón 910 mil líneas entre nuevas). Movistar sigue liderando el mercado con 17.3 millones de líneas,

América Móvil (Claro) posee 12.5 millones de líneas, Entel Perú llegó a 1.7 millones y Bitel alcanza las 323 mil líneas.

2.1.4.1.5. El concepto de calidad de los servicios de telecomunicaciones

Para Abel Luis Mellado Ochoa en su tesis denominada “Análisis sobre la necesidad de regular la calidad del servicio de telefonía móvil en el Perú” , Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima – Perú, 2010, define a la calidad de servicio de la siguiente manera: por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (se trata de la organización más importante de las Naciones Unidas en lo que concierne a las tecnologías de la información y la comunicación), como “el efecto global del funcionamiento de un servicio que determina el grado de satisfacción de un usuario del mismo”. (En efecto, el texto original en inglés indica: “quality of service.- The collective effect of service performance which determine the degree of satisfaction of a user of the service)

Del mismo modo Mellado Ochoa (2010 p.40) nos define el grado de satisfacción del usuario con relación al servicio prestado, depende de la percepción que tenga éste de los siguientes aspectos de la calidad de funcionamiento del servicio:

Logística: aptitud de una organización para prestar un servicio y dar soporte y asistencia para su utilización. Por ejemplo, los servicios de orientación y atención al cliente, solución de reclamos, etc.

Facilidad de utilización: aptitud de un servicio para ser utilizado de forma satisfactoria y cómoda por el usuario. Por ejemplo, facilidad para efectuar recargas y consultas de saldo, realizar llamadas a números de emergencia, de atención al cliente, etc.

Seguridad: protección proporcionada contra la supervisión no autorizada, uso fraudulento, degradaciones maliciosas, utilización incorrecta, errores humanos y desastres naturales.

“Serveability”: término en inglés, que se refiere a la aptitud de un servicio para ser obtenido cuando lo solicite el usuario y para continuar siendo prestado sin degradaciones excesivas y con la duración deseada, dentro de las tolerancias y demás condiciones especificadas.

Según señala la UIT, la “serveability” es el elemento de la calidad de servicio más afectado e importante, el cual se subdivide a su vez en tres aspectos:

accesibilidad, retenibilidad e integridad del servicio, cuyas definiciones son las siguientes:

Accesibilidad: Aptitud de un servicio para ser obtenido, con las tolerancias y demás condiciones especificadas, cuando lo solicite el usuario. En el caso de la telefonía móvil, se refiere por ejemplo, a que las llamadas efectuadas por los usuarios se concreten de forma satisfactoria y se establezca la comunicación.

Retenibilidad: Aptitud de un servicio para que, una vez obtenido, continúe siendo prestado en condiciones determinadas durante el tiempo deseado. En el caso de la telefonía móvil, se refiere por ejemplo, a que las llamadas establecidas, no se interrumpan antes de que el usuario decida terminar la conversación.

Integridad: Grado en que un servicio, una vez obtenido, se presta sin degradaciones excesivas. En el caso de la telefonía móvil, se refiere por ejemplo, a que durante una llamada la voz de los locutores no sufra distorsiones que la hagan ininteligible.

2.2. NORMAS

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

Capítulo III

IDONEIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

TÍTULO PRELIMINAR

Artículo II.- Finalidad

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.

Artículo IV.- Definiciones

Para los efectos del presente Código, se entiende por:

1. Consumidores o usuarios

1.1 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. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.

2. Proveedores.- Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes.- Las 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 establecimientos abiertos al público.

2. Productores o fabricantes. - Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3. Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.

3. Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

4. Servicio.- Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.

5. Relación de consumo.- Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en

el artículo III.

Artículo 18º.- Idoneidad.

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso. La idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado. Las autorizaciones por parte de los organismos del Estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sea necesario, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor.

Artículo 19º.- Obligación de los proveedores.

El proveedor responde por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos; por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben sus productos o del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de conformidad entre la publicidad comercial de los productos y servicios y éstos, así como por el contenido y la vida útil del producto indicado en el envase, en lo que corresponda.

Artículo 45.- Contrato de consumo.

El contrato de consumo tiene como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica.

Las disposiciones del presente capítulo son aplicables a todos los contratos de consumo, sean celebrados por cualquier modalidad o forma, según la naturaleza y alcances correspondientes. En todo lo no previsto por el presente Código o en las leyes especiales, son de aplicación las normas del Código Civil en cuanto resulten compatibles con la naturaleza de estos contratos.

Artículo 24º.- Servicio de atención de reclamos

24.1. Sin perjuicio del derecho de los consumidores de iniciar las acciones correspondientes ante las autoridades competentes, los proveedores están obligados a atender los reclamos presentados por sus consumidores y dar respuesta a los mismos 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 del consumidor antes de la culminación del plazo inicial.

24.2. En caso de que el proveedor cuente con una línea de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares para dicha finalidad, debe asegurarse que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo al reclamo ante la empresa.

24.3 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

COMENTARIO: *El presente Código de protección y defensa del consumidor Ley N°29571 establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65° de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado.*

El Código de Protección y Defensa del Consumidor implica un cambio de visión, en beneficio de una mayor protección de tus derechos, a través de una actuación preventiva y proactiva, y coordinada con diversas instituciones del Estado, ciudadanos y empresariado; bajo la rectoría de la Autoridad Nacional.

Este Código es una norma integradora de lectura obligatoria, porque es un punto de partida para el conocimiento de tus derechos y cómo ejercerlos; además de informarte sobre un conjunto de disposiciones referidas a tu protección y tu relación con los proveedores en todo el país.

2.2.2. Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL

REGLAMENTO GENERAL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE TELECOMUNICACIONES

TÍTULO I

DISPOSICION GENERAL

Artículo 1°.- Objeto y alcance de la norma

El presente Reglamento tiene por objeto propiciar la mejora en la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones.

En tal sentido, se establecen los indicadores de calidad a ser aplicados a quienes cuentan con concesión, registro de valor añadido y/o los operadores móviles virtuales (OMV) que tengan control sobre la red, los cuales presten los siguientes servicios, en áreas urbanas:

- i. Servicio de Telefonía Fija, en la modalidad de abonados y de Teléfonos de Uso Público.
- ii. Servicio de Telefonía Móvil.
- iii. Servicio Público de Comunicaciones Personales (PCS).

TÍTULO II

INDICADORES Y PARÁMETROS DE CALIDAD

Artículo 2°.- Indicadores de calidad aplicables a múltiples servicios Se establecen los siguientes indicadores de calidad:

2.1 Tasa de Incidencia de Fallas (TIF): Definido como el porcentaje del número de averías reportadas por los abonados o usuarios de un determinado servicio público de telecomunicaciones, durante el período de un mes calendario, por cada cien (100) líneas en servicio o abonados, que sean atribuibles a la red de responsabilidad de la empresa operadora. Asimismo, la empresa operadora deberá calcular la proporción de averías reportadas que han sido reparadas antes de veinticuatro (24) horas. 5 El indicador de calidad TIF resulta aplicable para el servicio de telefonía fija en la modalidad de abonados, el servicio de acceso a Internet y el servicio de distribución de radiodifusión por cable. Este indicador resulta aplicable cuando el servicio sea comercializado de modo individual o en paquete.

2.2 Respuesta de Operadora (RO): Medido en dos tramos como el porcentaje de llamadas atendidas: (i) dentro de los primeros cuarenta (40) segundos de iniciada la llamada por parte del usuario hasta que se le presente la opción para comunicarse con un operador humano; y, (ii) dentro de los primeros veinte (20) segundos desde que el usuario elige la opción indicada en el numeral (i) hasta ser atendido por un operador humano. El presente indicador resulta aplicable para el servicio de acceso a Internet y el servicio de distribución de radiodifusión por cable para empresas operadoras que brinden el servicio a más de 50,000 abonados. Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición y Valor Objetivo de Calidad.

Artículo 3°.- Indicador aplicable al servicio de teléfonos de uso público

3.1. Tasa de Reparaciones (TR): Definido como el porcentaje mensual de averías reparadas en menos de veinticuatro (24) horas respecto al total de averías reportadas o detectadas, considerando todos los días calendario. El indicador de calidad TR resulta aplicable al servicio de teléfonos de uso público (TUP).

Artículos 5 °.- Indicadores aplicables al servicio público móvil Se establecen los siguientes indicadores de calidad:

5.1 Tasa de Intentos No Establecidos (TINE): Definido como la relación, en porcentaje, de la cantidad de Intentos No Establecidos sobre el Total de Intentos. Este indicador se evaluará considerando todos los intentos de llamadas que se originan en la red de la empresa operadora, así como los que ingresan a ésta a través de los puntos de interconexión.

5.2 Tasa de Llamadas Interrumpidas (TLLI): Definido como la relación, en porcentaje, de la cantidad total de Llamadas Interrumpidas sobre el total de Llamadas Establecidas.

5.3 Tiempo de Entrega de Mensajes de Texto (TEMT): Definido como el tiempo comprendido desde el envío de un mensaje de texto (SMS) desde un equipo terminal hasta su recepción en el equipo terminal de destino, dentro de una ventana de observación. Asimismo, se calculará la proporción de mensajes de texto enviados que son recibidos exitosamente dentro de una segunda ventana de observación.

5.4 Calidad de Cobertura de Servicio (CCS): Definido como el porcentaje de mediciones de nivel de señal que fueron superiores o iguales al valor de la intensidad de señal -95 dBm el cual garantiza el establecimiento y la retenibilidad de las llamadas que realizan los usuarios del servicio en la zona cubierta del centro poblado.

5.5 Calidad de la Voz (CV): Definido como la medida de inteligibilidad de la voz percibida por los usuarios durante la fase de conversación en una llamada. El OSIPTEL podrá realizar mediciones en campo sobre la accesibilidad y retenibilidad del servicio a nivel de centro poblado.

Artículo 8º.- Indicador Disponibilidad de Servicio Se establece el indicador Disponibilidad de Servicio (DS), aplicable a los servicios públicos de telecomunicaciones señalados en el artículo 1º del presente Reglamento, al cual se le aplica las siguientes disposiciones:

8.1 El indicador DS es el porcentaje del tiempo de servicio respecto del periodo de evaluación, durante el cual un servicio brindado por una empresa operadora, se encuentra operativo. Su evaluación es semestral, por cada departamento y servicio.

2.2.3. Resolución de Consejo Directivo Nº 047-2015-CD-OSIPTEL

REGLAMENTO PARA LA ATENCIÓN DE RECLAMOS DE USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS DE TELECOMUNICACIONES

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º.- Objeto y ámbito de aplicación.

El presente Reglamento establece las disposiciones que obligatoriamente deberán aplicar las empresas operadoras de servicios públicos de telecomunicaciones para la atención de los reclamos de usuarios.

Artículo 9.- Registro de reclamos

Las empresas operadoras deberán contar con un registro de reclamos, el cual consignará la siguiente información:

1. Código o número correlativo de identificación de cada reclamo presentado.
2. Nombres y apellidos completos del usuario.
3. Número o código del servicio o del contrato de abonado.
4. Materia de reclamo.
5. Fecha de presentación.
6. Número, fecha y sentido de las resoluciones emitidas; y,
7. Estado del procedimiento, incluyendo los datos referidos a la presentación de recursos o quejas por parte del usuario. En los casos de reclamos por calidad del servicio en los que debido a la naturaleza de la avería se requiera el desplazamiento de personal técnico de la empresa operadora al domicilio del usuario, las empresas operadoras asignarán al reclamo por avería un código o número correlativo de identificación. Adicionalmente, la empresa operadora registrará dicho código o número correlativo de identificación; así como la información a la que se refieren los numerales 2 al 5 y la fecha y hora de la reparación.

Artículo 10°. - Acceso al expediente y estado del trámite

En cualquier momento del procedimiento de reclamo, las partes tienen derecho a conocer el estado de su trámite, así como a tener acceso al expediente correspondiente. El acceso al expediente en trámite se concede de manera inmediata a la solicitud efectuada, en la oficina en la que éste se encuentre. El acceso al expediente concluido se concede en un plazo no mayor a tres (3) días hábiles contados a partir del día siguiente de la solicitud; debiéndose informar al usuario el día, la hora y el lugar en el que podrá consultar el mismo. El acceso al expediente no debe vulnerar el secreto a las telecomunicaciones u otros derechos reconocidos por disposiciones constitucionales y/o legales.

Artículo 11°- Mecanismos adicionales de acceso e información del expediente

Adicionalmente a lo previsto en el artículo anterior, tanto el OSIPTEL como las empresas operadoras que cuenten con una cantidad mayor a 500,000 abonados a nivel nacional, según corresponda, deberán implementar mecanismos idóneos que permitan a los abonados y/o usuarios acceder al expediente asociado a su

reclamo, en formato digital y con valor legal; así como conocer el estado de su tramitación y el plazo para obtener una respuesta al mismo, a través de: 1. Soportes o medios informáticos ubicados en las oficinas o centros de atención a usuarios de la empresa operadora y en las dependencias del OSIPTEL; y, 2. Mecanismos en línea en la página web de Internet de la empresa operadora y del OSIPTEL, mediante una cuenta o clave secreta que deberá ser proporcionada al usuario, cuando éste la solicite. En el caso de las empresas operadoras dichos mecanismos se incluirán en el vínculo denominado "Información a Abonados y Usuarios" de su página web de Internet. La información contenida en los expedientes, en formato digital y con valor legal, deberá actualizarse en un plazo no mayor de tres (3) días hábiles contados a partir del día siguiente de la realización de cualquier actuación procesal y deberá conservarse por un período mínimo de un (1) año contado desde la fecha que la resolución que puso fin al procedimiento haya quedado firme o haya causado estado. Cuando sea el usuario quien acceda al expediente, la empresa operadora y el OSIPTEL deberán establecer mecanismos que resguarden el secreto de las telecomunicaciones u otros derechos reconocidos por disposiciones constitucionales y/o legales. Asimismo, las empresas operadoras y el OSIPTEL podrán enviar, al servicio público móvil indicado por el usuario, mensajes cortos de texto (SMS) o implementar otros mecanismos adicionales para informar a los usuarios, entre otros, el estado del procedimiento asociado a su expediente, el plazo para obtener respuesta al mismo, así como la emisión de resoluciones u actos administrativos. Las empresas operadoras con más de 500,000 abonados a nivel nacional deberán implementar un sistema interconectado con el OSIPTEL, de tal manera que este Organismo tenga acceso permanente y directo a los expedientes de reclamo a los que se refiere este artículo, así como a la información registrada sobre su estado.

Artículo 12°.- Expedición de copias del expediente

Las partes podrán solicitar la expedición de copias simples o certificadas de todo o parte del expediente correspondiente al trámite de su reclamo. Dichas copias deberán encontrarse a disposición del solicitante en un plazo máximo de tres (3) días hábiles contados a partir del día siguiente de recibida la solicitud y estarán

sujetas al pago de los derechos respectivos, según el costo de su reproducción.

Artículo 16°.-Información en oficinas y en página web

La información prevista en el artículo anterior será publicada por las empresas operadoras en carteles, afiches de orientación o a través de otros mecanismos idóneos, en un lugar visiblemente notorio para los usuarios, en todas sus oficinas o centros de atención a usuarios.

Adicionalmente a lo establecido en las Condiciones de Uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, la empresa operadora que disponga de una página web de Internet deberá incluir en el vínculo denominado "Información a Abonados y Usuarios" la información a que se refiere el artículo 15", así como información relativa a la dirección de las oficinas o centros de atención a usuarios en los que se tendrá acceso a los expedientes de reclamos en primera instancia. Asimismo, las empresas operadoras que, conforme al artículo 11 ", deban contar con mecanismos adicionales de acceso al expediente, incluirán en el vínculo denominado "Información a Abonados y Usuarios" de su página web de Internet, un mecanismo en línea que permita a los usuarios la revisión de su expediente, vi a web.

Artículo 17°.- Oficinas o Centros de Atención a Usuarios

Las empresas operadoras están obligadas a recibir en sus oficinas o centros de atención a usuarios, los reclamos, recursos y quejas presentados por los usuarios, como mínimo, durante ocho (8) horas ininterrumpidas por día y cuarenta (40) horas a la semana. Esta obligación también es exigible en aquellos puntos de venta habilitados por la empresa operadora para la presentación de reclamos, recursos y quejas situados en las provincias en las que se preste el servicio y no existan oficinas o centros de atención a usuarios, según lo dispuesto en las Condiciones de uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones.

Esta obligación no será exigible a las empresas operadoras que cuenten con una cantidad menor a 500,000 abonados a nivel nacional. Sin embargo, dichas empresas deberán informar a sus usuarios, a través de afiches o carteles ubicados en sus oficinas o centros de atención a usuarios, acerca del horario de atención de sus oficinas o centros de atención a usuarios.

2.3. LEGISLACION COMPARADA

La regulación del tema de investigación en las legislaciones internacionales.

GENERALIDADES: Las legislaciones pertinentes seleccionadas con el fin de acreditar y darle mayor consistencia a los argumentos, los ubicamos en Brasil: Resolución N° 632 Reglamento General de Derechos del Consumidor de Servicios de Telecomunicaciones, consistente en la Defensa del consumidor, lo más importante que se consideró en el Capítulo II, con las reglas generales de atención. Chile: Decreto N° 18, Reglamento de Servicios de Telecomunicaciones, en busca de una nueva protección al usuario e implementación de la tecnología a fin de brindar un mejor servicio; y por último España, con la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones, introduce reformas estructurales en el régimen jurídico de las telecomunicaciones dirigidas a facilitar e despliegue de redes y la prestación de servicios por parte de los operadores, para que ello les permita ofrecer a los usuarios servicios más innovadores, de mayor calidad y cobertura, a precios más competitivos y con mejores condiciones. Pero al mismo tiempo se incluyen previsiones que dotan de garantías la adecuada prestación del servicio universal, se regulan las obligaciones de integridad y seguridad de las redes y la ampliación de los derechos de los usuarios finales, entre los cuales se encuentra el recibir adecuada información en relación con la calidad de los servicios.

2.3.1. BRASIL

RESOLUCIÓN N° 632, REGLAMENTO GENERAL DE DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Art. 7. Toda atención debe recibir un número de protocolo a ser informado al Consumidor.

1º A los fines de lo dispuesto en el caput, se utilizará secuencia numérica única en la Prestadora, conteniendo el año en su composición, para posibilitar al Consumidor el acompañamiento.

2º En las interacciones originadas por el Consumidor, el protocolo debe ser informado al inicio de la atención.

3º El protocolo debe ser enviado por medio de mensaje de texto al contacto telefónico informado por el Consumidor o mensaje electrónico, en hasta 24 (veinticuatro) horas de la postulación, conteniendo fecha y hora del registro, para todos los servicios cubiertos por el presente Reglamento.

Art. 21. La Atención por Internet debe estar disponible en la página de la Prestadora en Internet, por medio de espacio reservado al Consumidor, accesible mediante inserción de login y contraseña proporcionados en el momento de la contratación del servicio o en cualquier momento, a pedido del Consumidor.

1º Se prohíbe la imposición de cualquier condicionamiento o restricción al acceso libre del Consumidor a su espacio reservado en la página de la Prestadora.

2º El acceso debe ser asegurado al Consumidor por lo menos seis (seis) meses después de la rescisión contractual.

Art. 25. El Centro de Atención Telefónica de la Prestadora debe permitir acceso gratuito y funcionar ininterrumpidamente, durante 24 (veinticuatro) horas al día y 7 (siete) días a la semana.

1º El Centro de Atención Telefónica debe recibir llamadas originadas de terminales fijos y móviles

2º El Centro de Atención Telefónica de la Prestadora de Pequeño Porte debe estar accesible, como mínimo, en el período comprendido entre las 8h (ocho horas) y las 20h (veinte horas), en los días hábiles.

Art. 26. Es obligatoria la grabación de las interacciones entre Prestadora y Consumidor realizadas por medio del Centro de Atención Telefónica, independientemente del originador de la interacción.

1º La grabación debe ser mantenida en curso hasta que la atención sea finalizada, independientemente de transferencia entre asistentes.

2º Es obligatorio el mantenimiento de la grabación por el plazo mínimo de 6 (seis) meses de la fecha de su realización, durante el cual el Consumidor podrá requerir copia de su contenido.

4º La puesta a disposición de la copia de la grabación debe ocurrir en el plazo máximo de 10 (diez) días a contar de la solicitud, en el espacio reservado en la página de la Prestadora en Internet, por medio electrónico, por correspondencia o personalmente, a criterio del Consumidor, sin ningún tipo carga.

Art. 27. El Centro de Atención Telefónica debe garantizar al Consumidor, en el primer nivel del sistema de autoservicio, la opción de acceso al operador, de reclamación y de rescisión del contrato.

1º La Prestadora que no se encuadre como Prestadora de Pequeño Porte debe ofrecer la opción de rescisión del contrato de forma automatizada, sin intervención de operador.

2º La opción de acceso al operador debe constar de todos los niveles del sistema de autoservicio.

3º El tiempo máximo para el contacto directo con el operario, cuando esta opción sea seleccionada o cuando de la transferencia entre atendientes, debe ser de hasta 60 (sesenta) segundos

2.3.2. CHILE.

DECRETO N° 18, REGLAMENTO GENERAL DE SERVICIOS

Artículo 13º. Los proveedores de servicios de telecomunicaciones deberán publicar e informar la cobertura geográfica de sus servicios en su sitio web y canales de atención, diferenciando por tipo de tecnología, si corresponde. En el caso de las zonas urbanas, esta publicación e información deberá permitir para cada servicio, consultas por comuna y dirección específica.

Artículo 14º. El contrato de suministro de los servicios de telecomunicaciones previstos en este reglamento, deberá referirse explícitamente, a lo menos, a cada uno de los siguientes elementos y sus precios o tarifas, de ser el caso:

a) Cargo fijo del servicio y/o valor del plan contratado, en el caso de Ofertas Conjuntas deberá estipularse el cargo fijo de cada servicio y/o valor de cada plan contratado;

- b) Características del o los planes y servicios contratados;
- c) Información sobre servicios de asistencia técnica, comercial y de reclamos;
- d) Condiciones de funcionamiento y calidad con que se prestará el servicio;
- e) Corte y reposición del servicio;
- f) Traslado del servicio de telecomunicaciones;
- g) Suspensión transitoria del servicio, a requerimiento del suscriptor;
- h) Cambio de datos personales a solicitud del suscriptor;
- i) Servicio de facturación detallada de consumo y facilidades para la verificación de éste, y de envío del documento de cobro en formato papel o digital, según sea el caso;
- j) Habilitación de envío digital del documento de cobro, en caso que el proveedor disponga de este servicio;
- k) Procedimiento para que el suscriptor dé por terminado el contrato;
- l) Autorización al proveedor de servicios de telecomunicaciones respectivo para remitir información publicitaria, promocional, comercial y/o de entretenimiento, y los mecanismos para dejar sin efecto dicha autorización, sea gratuita, pagada o ambas;
- m) Servicios de mantención y reparación;
- n) Reposición de los equipos suministrados por el proveedor del servicio;
- o) Duración del contrato; y
- p) Mecanismos de reajustabilidad o indexación, según sea el caso, aplicables a los precios o tarifas de los servicios o prestaciones antes indicados.

Artículo 15º. La contratación, de uno o más de los servicios de telecomunicaciones regulados en el presente reglamento, deberá asegurar a los interesados y suscriptores, un procedimiento informado y transparente, debiendo observarse lo siguiente:

- a) El proveedor del servicio, sin importar el mecanismo de contratación que se utilice, deberá entregar o poner a disposición del suscriptor por medios físicos o electrónicos, una copia íntegra y fiel, del contrato de suministro del servicio, a más tardar dentro de los 5 días hábiles siguientes a su perfeccionamiento o modificación. Para estos efectos, se entenderá por mecanismo de contratación todo medio físico, telefónico o electrónico en que conste fehacientemente la

voluntad del interesado de contratar o modificar todas o alguna de las prestaciones suministradas por el proveedor del servicio;

b) Los proveedores de servicios de telecomunicaciones deberán guardar y mantener a disposición del suscriptor y autoridades competentes, una copia íntegra y fiel del contrato suscrito, incluyendo las posteriores modificaciones, independiente del mecanismo de contratación;

c) Para todos los actos conducentes a la celebración, modificación o término del contrato, los proveedores de servicios de telecomunicaciones deberán contemplar mecanismos que permitan garantizar la identidad de las partes;

d) Las acciones necesarias para el término y/o modificación del contrato por el suscriptor no podrán ser más gravosas que las requeridas para la contratación del servicio correspondiente; y

e) Los proveedores de servicios de telecomunicaciones que realicen Ofertas Conjuntas, deberán ofrecer individualmente cada uno de los servicios y planes que componen las mismas. De esta forma, no podrán atar, ligar o supeditar, bajo ningún modo o condición, la contratación de un servicio cualquiera a la contratación de otro.

Artículo 16º. El proveedor del servicio no podrá condicionar la contratación del suministro de cualquiera de los servicios por parte del interesado, a la entrega a cualquier título, de uno o más equipos terminales. En todo caso, el contrato relativo a la provisión del equipo terminal siempre será independiente del contrato de suministro del servicio de telecomunicaciones correspondiente.

Artículo 17º. Los proveedores de servicios de telecomunicaciones podrán ofrecer mecanismos de control de gasto al suscriptor. Estos mecanismos podrán contemplar la suspensión del suministro del servicio, previa notificación al suscriptor, ante lo cual este último podrá abonar el monto necesario para evitar la suspensión o restablecer el suministro del mismo, durante el correspondiente ciclo de facturación. Este mecanismo de control de gasto deberá ser autorizado expresamente por el suscriptor quien podrá modificarlo o dejarlo sin efecto.

2.3.3. ESPAÑA.

La Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones, introduce reformas estructurales en el régimen jurídico de las telecomunicaciones dirigidas a facilitar e despliegue de redes y la prestación de servicios por parte de los operadores, para que ello les permita ofrecer a los usuarios servicios más innovadores, de mayor calidad y cobertura, a precios más competitivos y con mejores condiciones. Pero al mismo tiempo se incluyen previsiones que dotan de garantías la adecuada prestación del servicio universal, se regulan las obligaciones de integridad y seguridad de las redes y la ampliación de los derechos de los usuarios finales, entre los cuales se encuentra el recibir adecuada información en relación con la calidad de los servicios.

CAPÍTULO III

La calidad de servicio en los contratos con los usuarios

Artículo 10. En los contratos que celebren los operadores con los consumidores que sean personas físicas y otros usuarios finales, se deberá precisar en relación con la calidad de servicio, los niveles individuales que el operador se compromete a ofrecer y los supuestos en que su incumplimiento dé derecho a exigir una indemnización, así como su método de cálculo.

2. Dicho compromiso se fijará, al menos, con respecto a los parámetros «tiempo de suministro de la conexión inicial» y «tiempo de interrupción del servicio».

3. El tiempo de suministro de la conexión inicial se define como el tiempo transcurrido desde la primera comunicación usuario-operador, por la que se acepta la solicitud de conexión a la red desde una ubicación fija del usuario, por parte del operador, hasta el momento en que el usuario tenga disponible el servicio.

El valor de compromiso de calidad relativo al tiempo de conexión inicial, a efectos de determinar las compensaciones que correspondan, se expresará en un número entero de días naturales.

El tiempo de interrupción del servicio se define como la suma de tiempos transcurridos, a lo largo de un período de observación, desde el instante en el que

se ha producido la rotura o inutilización por degradación del servicio o elemento del servicio hasta el momento en que se ha restablecido a su normal funcionamiento.

El instante de inicio de la cuenta será el primero de los dos sucesos siguientes:

- a) El de notificación por el abonado del aviso de avería al punto de contacto del operador, o
- b) El de registro por el operador de la incidencia causante de la interrupción total o parcial del servicio.

Adicionalmente, para los servicios móviles se entenderá que una interrupción del servicio en una zona afecta a un abonado, cuando se dé alguna de las siguientes circunstancias:

- a) El operador conoce a través de sus sistemas de información que dicho abonado se encontraba en la zona afectada en el momento de la interrupción.
- b) La interrupción afecta al área donde se encuentra el domicilio que figura en el contrato y el operador, a través de sus sistemas de información, no puede situarle en otra zona durante el período de la interrupción.
- c) El abonado comunica al operador, mediante declaración responsable, en el plazo de 10 días contados a partir del restablecimiento del servicio, que ha estado en un área afectada por la interrupción en el momento de producirse y dicha afirmación no resulta contradictoria con la obtenida de los sistemas de información del operador, circunstancia esta última que será debidamente comunicada por el operador al abonado.

El valor del compromiso de calidad relativo al tiempo de interrupción del servicio, a efectos de determinar las compensaciones que correspondan, se expresará en un número entero de horas naturales acumuladas a lo largo de un período de observación coincidente con el periodo de facturación o con un mes natural para el caso de los abonados sujetos a modalidades prepago.

En todo caso, la información a la que hacen referencia los supuestos anteriores, no podrá implicar el tratamiento de los datos de localización.

Artículo 11. Indemnización en caso de incumplimiento.

1. En los contratos que los operadores celebren con los usuarios finales de servicios de comunicaciones electrónicas, se deberá especificar el método de

cálculo de las indemnizaciones asociadas al incumplimiento de los compromisos de calidad con el nivel de detalle suficiente que permita el cálculo de la cuantía por parte del usuario.

Para el parámetro «tiempo de interrupción del servicio», esta indemnización se acumulará a la derivada de la aplicación de los artículos 15 y 16 de la mencionada Carta de derechos del usuario de comunicaciones electrónicas.

2. Los operadores especificarán, en los contratos con los usuarios, si las indemnizaciones se realizarán de forma automática o si se necesitará que medie algún tipo de petición, en cuyo caso especificarán, en términos razonables, su contenido y plazo de presentación, así como el momento y modo de hacer efectiva la indemnización.

En caso de ser necesaria una petición previa, esta se presentará a través del departamento o servicio de atención al cliente al que se refiere el artículo 26 de la Carta de derechos anteriormente mencionada, con las garantías allí establecidas.

CAPÍTULO III

DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD

CAPITULO III. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD

3.1. DESCRIPCION DE LA REALIDAD ACTUAL DE LOS RESPONSABLES, DEL TEMA DE INVESTIGACION

3.1.1. Resultados de los Responsables en relación a Planteamientos Teóricos del tema de investigación que se consideran y no se consideran.

A. El promedio de los porcentajes de planteamientos teóricos que No Consideran en opinión de los Responsables es de **20%**

La prelación individual para cada Planteamiento teórico en la siguiente tabla es de:

Tabla 02: Planteamientos teóricos **no considerados** por parte de los informantes.

Planteamientos Teóricos	Respuestas no contestadas	%
Decisión 638 del año 2006, Comisión de la Comunidad Andina	20	100%
Total	20	20%
Informantes	20	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

B. El promedio de los porcentajes de planteamientos teóricos que se Consideran en opinión de los Responsables es de **80%**

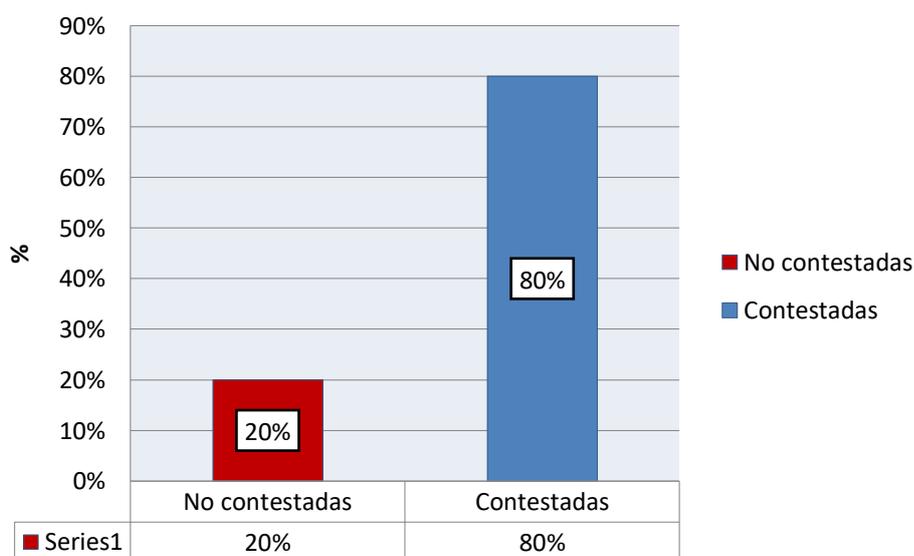
La prelación individual para cada Planteamiento teórico en la siguiente tabla es de:

Tabla 03: Planteamientos teóricos que **se consideran** en relación al tema de investigación.

Planteamientos Teóricos	Respuestas contestadas	%
Derechos del Consumidor	20	100%
Contrato de Consumo	20	100%
Estándares y requisitos mínimos de calidad	20	100%
Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones	20	100%
Total	80	80%
Informantes	20	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

Figura 01: Nivel de planteamientos Teóricos considerados y no considerados



Fuente: Investigación propia.

Descripción:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 20% de los informantes opinan que no se consideran los planteamientos teóricos, mientras que un 80% opina que si los consideran

3.1.1.1. Razones o Causas de No Considerar los planteamientos teóricos, en los Responsables.

Tabla 04: Razones o causas de los Responsables para no considerar los planteamientos teóricos.

Razones	N°	%
No se aplican	20	100%
Informantes	20	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

Figura 02: Razones de los Responsables para no considerar las alternativas El 100% de los informantes que no contestaron el cuestionario con respecto al índice de planteamientos teóricos, consideran que la razón es no se aplican con respecto al tema de investigación.

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

Descripción:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que de los informantes, se observa que las razones o causas de no Considerar los planteamientos teóricos es: **100%** no consideradas, pues consideran que la razón es no se aplican con respecto al tema de investigación.

3.1.2. Resultados de los responsables en relación a las normas del ordenamiento jurídico nacional que se consideran y no se consideran en relación al tema de investigación.

- A. El promedio de los porcentajes de las normas que No Consideran las normas del ordenamiento jurídico en opinión de los responsables respecto a las normas que siempre deberían ser tomada en cuenta es de **56%**

Según la prelación individual para cada ordenamiento jurídico en la siguiente tabla es de:

Tabla 05: Las normas de nuestro ordenamiento jurídico que **no se consideran** en relación al tema de investigación.

Normas	Respuestas no contestadas	%
Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571	5	20%
Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65.	5	20%
Reglamento General del OSIPTEL.	10	50%
T.U.O. del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones.	20	100%
Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones	10	50%
Reglamento de Supervisión	10	50%
Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios	10	50%
Ley 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, art. 219	20	100%
Total	90	56%
Informantes	20	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

- B. El promedio de los porcentajes de las normas que **Se Consideran** en opinión de los Responsables respecto a las normas que siempre deberían ser tomadas en cuenta es de **44%**

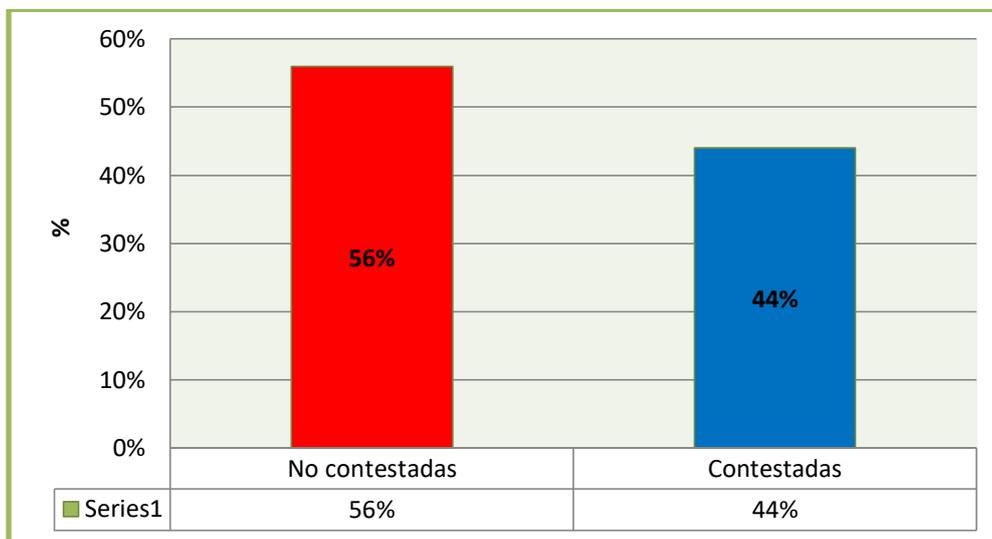
Según la prelación individual para cada Norma en la siguiente tabla es de:

Tabla 06: Las normas de nuestro ordenamiento jurídico que **se consideran** en relación al tema de investigación.

Normas	Respuestas contestadas	%
Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571	15	75%
Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65.	15	75%
Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL.	10	50%
Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones	10	50%
Reglamento de Supervisión	10	50%
Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios	10	50%
Total	70	44%
Informantes	20	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

Figura 03: Normas de nuestro ordenamiento jurídico considerados y no considerados.



Fuente: Investigación Propia.

Descripción:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 56% de los informantes opinan que no se consideran las normas del ordenamiento jurídico nacional respecto al tema de investigación, mientras que un 44% opina que si se debe considerar.

3.1.2.1. Razones o Causas de No Considerar las normas del ordenamiento jurídico.

Tabla 07: Razones o causas de los Responsables para no considerar las normas de nuestro ordenamiento jurídico.

Razones	N°	%
No se aplican	20	100%
Informantes	20	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

Figura 04: Razones de los Responsables para no considerar las alternativas.

El 100% de los informantes que no contestaron el cuestionario con respecto a las normas del ordenamiento jurídico, consideran que la razón es no se aplican con respecto al tema de investigación.

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

Descripción

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que de los informantes, se observa que las razones o causas de no Considerar las normas del ordenamiento jurídico es: 100% no consideradas, pues consideran que la razón es no se aplican con respecto al tema de investigación.

3.1.3. Resultados los responsables en relación a la legislación comparada que se consideran y no se consideran en lo referente al tema de investigación.

- A. El promedio de los porcentajes de la legislación comparada que **No Consideran** en opinión de los Responsables respecto a la legislación que ayudaría a solucionar el problema referente al tema de investigación es de 100%.

Según la prelación individual para cada legislación comparada en la siguiente tabla es de:

Tabla 08: La legislación comparada que **no se consideran** en relación al tema de investigación, los responsables en su totalidad no consideraron las alternativas presentadas en el cuestionario, teniendo como resultado un 100% de respuestas no contestadas

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

B. El promedio de los porcentajes de la legislación comparada que **Se Consideran** en opinión de los Responsables respecto a la legislación que ayudaría a solucionar el problema referente al tema de investigación es NULA.

Según la prelación individual para cada legislación comparada en la siguiente tabla es de:

Tabla 09: La legislación comparada que **se consideran** en el desarrollo de la idoneidad de la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones.

Los resultados del cuestionario aplicado a los responsables expresa en su totalidad que la legislación comparada aplicable a la solución del tema de investigación, es nula.

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo.

Figura 05: Nivel de Legislación Comparada considerados y no considerados.

La comunidad Jurídica, en su totalidad no consideró la legislación comparada para la solución del problema respecto al tema de investigación.

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados.

Descripción

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 100% de los informantes opinan que **no se considera** la Legislación Comparada respecto al tema de investigación.

Tabla 10: Razones de los Responsables para no considerar la legislación comparada.

Razones y Causas	N°	%
No se aplican	20	100%
Total	20	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados.

Figura 06: Razones de los Responsables para no considerar las alternativas.

Los responsables que no consideraron la alternativa, porque en su 100% establecen que no se aplican respecto al tema de investigación.

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados.

Descripción:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 100% de los informantes opinan que **no se considera** la Legislación Comparada respecto al tema de investigación.

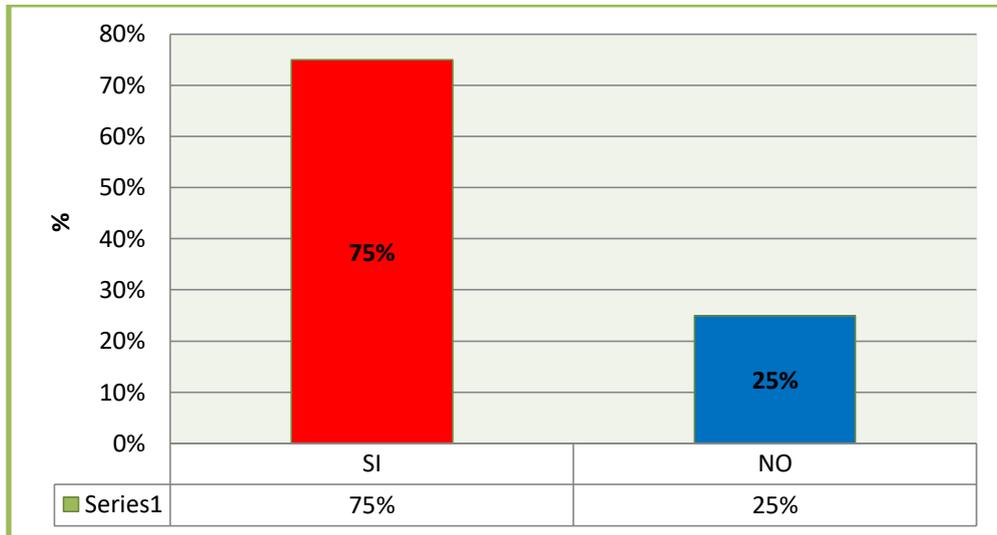
3.1.4. Resultados de pregunta complemento 1

Tabla 11: ¿Considera Usted que la legislación comparada daría solución al problema de la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones?

Pregunta complemento 1	N°	%
SI	15	75%
NO	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Funcionarios de OSIPTEL e INDECOPI Sede Chiclayo

Figura 07: ¿Considera Usted que la legislación comparada daría solución al problema de la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones??



Fuente: Investigación propia.

Descripción

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 75% de los informantes consideran que la solución al problema materia de investigación es la Legislación comparada, mientras que un 25% señala que No

3.2. DESCRIPCION DE LA REALIDAD ACTUAL DE LA COMUNIDAD JURIDICA, RESPECTO AL TEMA DE INVESTIGACIÓN.

3.2.1. Resultados de los planteamientos teóricos que se consideran y no se consideran en relación al tema de investigación.

La comunidad jurídica, considera en un 50% del total de los informantes que no se consideran los planteamientos teóricos.

La prelación individual para cada Planteamiento teórico en la siguiente tabla es de:

Tabla 12: Planteamientos teóricos que **no se consideran** en relación al tema de investigación.

Planteamientos Teóricos	Respuestas no contestadas	%
Estándares y requisitos mínimos de calidad	129	100%
Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones	129	100%
Total	258	50%
Informantes	129	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados.

El promedio de la comunidad jurídica que considera los planteamientos teóricos básicos es de 50%.

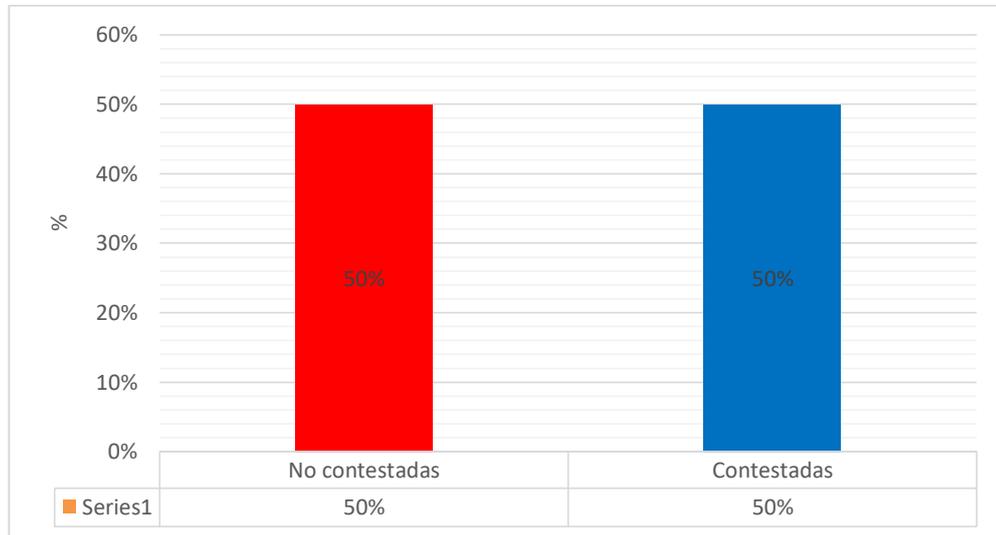
La prelación individual para cada Planteamiento teórico en la siguiente tabla es de:

Tabla 13: Planteamientos teóricos que **se consideran** en relación a la Idoneidad de la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones Periodo 2014- Lambayeque

Planteamientos Teóricos	Respuestas contestadas	%
Derechos del Consumidor	129	100%
Contrato de Consumo	129	100%
Total	258	50%
Informantes	129	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados

Figura 08: Nivel de Planteamientos Teóricos considerados y no considerados.



Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados

Tabla 14: Razones de la comunidad Jurídica para no considerar los planteamientos teóricos del ordenamiento jurídico.

Razones	N°	%
Desconocimiento	258	100%
Informantes	129	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados

Figura 09: Razones de la comunidad jurídica para no considerar las alternativas. La comunidad jurídica que no consideraron las alternativas presentadas en el cuestionario, consideran que el motivo fue el desconocimiento.

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados.

3.2.2. Resultados de las normas del ordenamiento jurídico nacional que se consideran y no se consideran en relación al tema de investigación.

A. El promedio de los porcentajes de planteamientos teóricos que **No Consideran** en opinión de la Comunidad Jurídica respecto a las normas que siempre deberían ser tomadas en cuenta es de **55%**

Según la prelación individual para cada ordenamiento jurídico en la siguiente tabla es de:

Tabla 15: Las normas del ordenamiento jurídico que **no se consideran** en relación al tema de investigación.

Normas	Respuestas no contestadas	
		%
Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571	80	62%
Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL.	78	60%
T.U.O. del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones.	90	70%
Ley 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, art. 219	104	81%
Total	352	55%
Informantes	129	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados

B. El promedio de los porcentajes de planteamientos teóricos que **Se Consideran** en opinión de la comunidad Jurídica respecto a las normas que siempre deberían ser tomadas en cuenta es de **45 %**

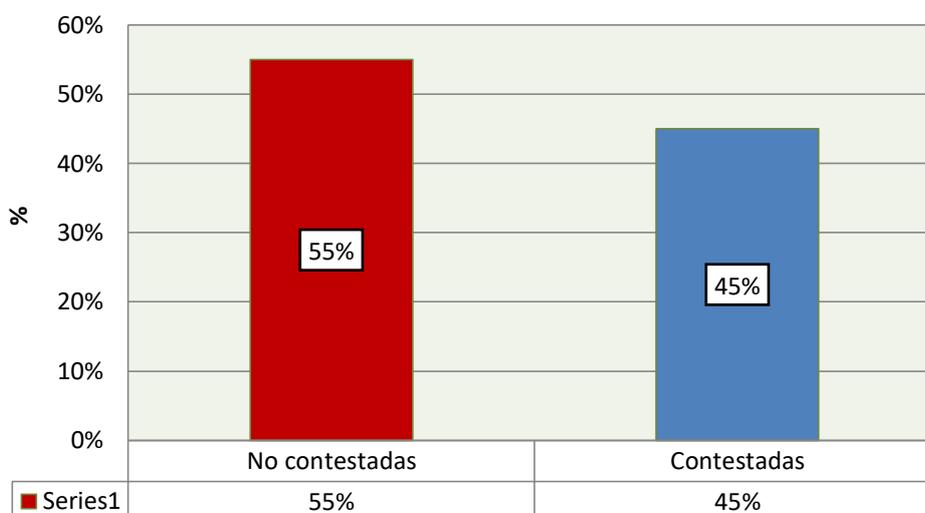
Según la prelación individual para cada ordenamiento jurídico en la siguiente tabla es de:

Tabla 16: Las normas del ordenamiento jurídico que **se consideran** en relación al tema de investigación.

Normas	Respuestas contestadas	%
Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571	49	38%
Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65.	129	100%
Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL.	51	40%
T.U.O. del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones.	39	30%
Ley 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, art. 219	25	19%
Total	293	45%
informantes	129	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados

Figura 10: Índice de normas considerados y no considerados



Fuente: Investigación Propia.

Descripción

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 55% de los informantes opinan que no se consideran las normas de nuestro ordenamiento jurídico nacional respecto al tema de investigación, mientras que un 45 % opina que si se debe considerar.

3.2.2.1. Razones o Causas de no considerar las Normas, en la Comunidad Jurídica.

Tabla 17: Razones o causas de la Comunidad Jurídica para no considerar las normas de nuestro ordenamiento jurídico.

Razones	N°	%
Falta de Capacitación	200	56%
Desconocimiento	152	44%
Informantes	129	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados

Figura 11: Razones de la Comunidad Juridica para no considerar las alternativas.

Los responsables consideraron que el desconocimiento es la razón por la cual no consideraron las normas en la idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en la región Lambayeque.

Fuente: Cuestionario aplicado a los Abogados especializados

Descripción

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que de los informantes, se observa que las razones o causas de no Considerar normas de nuestro ordenamiento jurídico es: 100% no consideradas y es causa el desconocimiento.

CAPITULO IV

ANALISIS DE LA REALIDAD

4. CAPITULO IV: ANALISIS DE LA REALIDAD

4.1. Análisis de la situación encontrada en los Responsables respecto al tema de investigación.

4.1.1. Análisis de los Responsables respecto a la norma.

Las normas y disposiciones de nuestro ordenamiento jurídico nacional y de Organismos Reguladores que deben considerar en relación al tema de investigación en los Responsables, pero en la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **FIGURA 03** que: el promedio de los porcentaje sobre la Idoneidad en la calidad de los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en opinión de los operadores del derecho, con una prelación individual para cada respuesta como a continuación veremos:

- A. El promedio de los porcentajes de **NO CONSIDERAR** las normas del ordenamiento jurídico nacional en relación al tema de investigación es de **56%** con un total de 90 respuestas no contestadas; que lo interpretamos como negativo; y, lo interpretamos como: **Incumplimientos**.
- B. El promedio de los porcentajes de **considerar** las normas de nuestro ordenamiento jurídico nacional en relación al tema de investigación en los responsables es de **44%** con un total de 70 respuestas contestadas; que lo interpretamos como positivo y, lo interpretamos como: **Logros**

4.1.1.1. **Apreciaciones resultantes del análisis en los Responsables respecto a la Norma.**

A. **Incumplimientos en los Responsables, respecto a la Norma.**

56% de Incumplimientos en los Responsables respecto a la Norma.

La prelación individual de porcentajes de **Incumplimientos** en los **Responsables**, respecto a la Norma, es de:

Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571 con 12%, Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65. Con 12%, Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones con 50%, Reglamento de Supervisión con 50%, Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios con 50%.

B. Logros en los Responsables, respecto a la Norma.

44% de Logros de los Responsables del Derecho respecto a la Norma

La prelación individual de porcentajes de **Logros** en los **Responsables del derecho**, respecto a la Norma, es de:

Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571 con 12%, Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65. Con 12%, Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL, con 50%, Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones con 50%, Reglamento de Supervisión con 50%, Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios con 50%.

C. Principales Razones de los Incumplimientos en las normas.

En razón a los responsables para no considerar las normas del ordenamiento jurídico, lo cual se analiza un promedio de: 100% no consideradas, pues consideran que la razón es no se aplican con respecto al tema de investigación

4.2. Análisis de la situación encontrada en la Comunidad Jurídica respecto al tema de investigación.

4.2.1. Análisis de los Incumplimientos en la comunidad jurídica respecto a la norma.

Las normas y disposiciones del ordenamiento jurídico nacional y de Organismos Reguladores que deben considerar en relación al tema de investigación en la comunidad jurídica pero en la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **FIGURA 10**

que: el promedio de los porcentaje sobre la Idoneidad en la calidad de los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en opinión de los operadores del derecho, con una prelación individual para cada respuesta como a continuación veremos:

A. El promedio de los porcentajes de no considerar las normas del ordenamiento jurídico en relación al tema de investigación de la comunidad jurídica es de **55%** con un total de 352 respuestas no contestadas; que lo interpretamos como negativo; y, lo interpretamos como: **Incumplimientos.**

B. El promedio de los porcentajes considerar las normas del ordenamiento jurídico en relación en relación al tema de investigación en la comunidad jurídica es de **45%** con un total de 293 respuestas contestadas; que lo interpretamos como positivo y, lo interpretamos como: **Logros.**

4.2.1.1. Apreciaciones resultantes del análisis en la comunidad jurídica respecto a la Norma.

A. Incumplimientos de la Comunidad Jurídica, respecto a la Norma.

55% de Incumplimientos de la comunidad jurídica, respecto a la Norma.

La prelación individual de porcentajes de Incumplimientos de la comunidad jurídica, respecto a la Norma es de:

62% Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571, 60% Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL, 70% T.U.O. del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones. 81% Ley 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, art. 219

B. Logros de la comunidad jurídica, respecto a la norma.

45% de Logros de la comunidad jurídica, respecto a la Norma.

La prelación individual de porcentajes de logros de la comunidad jurídica, respecto a la Norma es de:

38% Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571, 100% Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65, 40% Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL, 30% T.U.O. del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones. 19% Ley 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, art. 219.

C. Principales causas de los Incumplimientos en las normas

En razón a la comunidad jurídica para no considerar las normas del ordenamiento jurídico, la comunidad jurídica considera que la falta de capacitación con un 56% y el desconocimiento un promedio de: 44%, con respecto al tema de investigación.

4.3. Análisis de la situación encontrada en los Responsables respecto al tema de investigación.

4.3.1. Análisis de los responsables respecto de los Planteamientos teóricos.

Se conoce que, entre los planteamientos teóricos que se deben considerar en opinión de la Responsables, pero en la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **FIGURA 01** que: el promedio de los porcentajes que **no consideran los planteamientos teóricos** jurídico respecto a al tema de investigación por parte de los responsables es de 20%, mientras que el promedio de los porcentajes de que **si consideran** los planteamientos teóricos del tema, es de 80%, con una prelación individual para cada planteamiento teórico como a continuación veremos:

- A.** El promedio de los porcentajes de **no considerar** los planteamientos teóricos respecto a la Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en la región Lambayeque es del **20%** con un

total de 20 respuestas no contestadas; que lo interpretamos como negativo; y, lo interpretamos como: **empirismos aplicativos**.

- B. El promedio de los porcentajes de planteamientos teóricos que **se consideran** en opinión de los Responsables es de **80%** con un total de 80 respuestas contestadas, que lo interpretamos como positivo y, lo interpretamos como: **Logros**.

4.3.1.1. Apreciaciones resultantes del análisis a los Empirismos Aplicativos de los responsables respecto a los planteamientos teóricos.

A. Empirismos aplicativos en los Responsables, respecto a los planteamientos teóricos.

20% de empirismos aplicativos de los responsables, respecto a los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes de empirismos aplicativos de los Responsables, respecto a los planteamientos teóricos es de: Comisión de la Comunidad Andina con 20%

B. Logros de los responsables, respecto planteamientos teóricos

80% de empirismos aplicativos de los responsables, respecto a los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes de logros de empirismos aplicativos de los responsables, respecto a los planteamientos teóricos es de: Derechos del Consumidor con 100%, Contrato de Consumo con 100%, Estándares y requisitos mínimos de calidad con 100%, Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones con 100%.

C. Principales Razones de los responsables respecto para no considerar las a los planteamientos teóricos.

En razón a los responsables para no considerar los planteamientos teóricos lo cual se analiza un promedio de 100% respecto a que No se aplican.

4.3.2. Análisis de los responsables respecto de las normas.

Las normas del ordenamiento jurídico nacional que se deben considerar respecto al tema de investigación en los responsables, pero en la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **FIGURA 03** que: el promedio de los porcentaje sobre la Idoneidad en la calidad de los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en opinión de los Responsables, con una prelación individual para cada respuesta como a continuación veremos:

- A. El promedio de los porcentajes de **no considerar** las normas del ordenamiento jurídico nacional en relación al tema de investigación es de **56%** con un total de 90 respuestas no contestadas; que lo interpretamos como negativo; y, lo interpretamos como: **Empirismos aplicativos.**
- B. El promedio de los porcentajes de normas que **se consideran** en opinión de los Responsables es de **44%** con un total de 70 respuestas contestadas, que lo interpretamos como positivo y, lo interpretamos como: **Logros.**

4.3.2.1. Apreciaciones resultantes del análisis a los empirismos aplicativos de los responsables respecto a la norma.

A. Empirismos aplicativos de los responsables, respecto a la norma.

56% de Empirismos Aplicativos en la comunidad jurídica respecto a la norma.

La prelación individual de porcentajes de Empirismos Aplicativos en la comunidad jurídica respecto a la norma, es de:

Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571 con 20%, Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65 con 20%, Reglamento General del OSIPTEL con 50% T.U.O. del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones con 100%, Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones con 50%, Reglamento de Supervisión con 50%, Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios con 50%, Ley 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, art. 219 con 100%

B. Logros de los responsables, respecto a la norma.

44% de Logros de los Responsables del Derecho respecto a la Norma

La prelación individual de porcentajes de **Logros** en los **Responsables**, respecto a la Norma, es de:

Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571 con 12%, Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65. Con 12%, Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL, con 50%, Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones con 50%, Reglamento de Supervisión con 50%, Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios con 50%.

C. Principales causas de los empirismos aplicativos de los responsables en la norma.

En razón a los responsables para no considerar los planteamientos teóricos lo cual se analiza un promedio de 100% respecto a que No se aplican.

4.3.3. Análisis de los empirismos aplicativos de los responsables, respecto a legislación comparada.

La legislación que se debe considerar respecto Al tema de investigación en los responsables, pero en la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **FIGURA 05** que: el promedio de los porcentajes que **no consideran la legislación Comparada**, jurídico respecto a la regulación Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en la región Lambayeque por parte de los responsables es de 100%, por lo que evidentemente ningún informante decidió considerar los planteamientos teóricos; con una prelación individual para cada planteamiento teórico como a continuación veremos:

- A. El promedio de los porcentajes de **no considerar** La legislación comparada respecto a la Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en la región Lambayeque es del **100%** con un total de 60 respuestas no contestadas; que lo interpretamos como negativo; y, lo interpretamos como: **empirismos aplicativos**.

- B. El promedio de los porcentajes de la legislación comparada que **Se Consideran** en opinión de los Responsables respecto a la legislación que ayudaría a solucionar el problema al tema de investigación es de es NULA con 0 respuestas contestadas, que lo interpretamos como positivo y, lo interpretamos como: **Logros**.

4.3.3.1. Apreciaciones resultantes del análisis a los Empirismos Aplicativos en los responsables respecto a la Legislación Comparada.

A. Empirismos aplicativos de los responsables, respecto a la Legislación Comparada.

100% de Empirismos Aplicativos de los responsables respecto a la Legislación Comparada

De la prelación individual de porcentajes Empirismos aplicativos de los responsables, respecto a la Legislación Comparada, es de: Brasileira con 100%, Legislación Chilena con 100%, Legislación Española con 100%

B. Logros de los responsables, respecto a la legislación comparada.

No se han encontrado logros en la prelación individual de porcentajes Empirismos aplicativos de los responsables.

C. Principales Razones de los Incumplimientos en la legislación comparada.

En razón a los responsables para no considerar la legislación comparada lo cual se analiza un promedio de 100% respecto a que No se aplican, en el tema de investigación.

57.3 % integrando los porcentajes de los empirismos aplicativos de los responsables con respecto a los planteamientos teóricos, las normas y a la legislación comparada de la Idoneidad en la calidad de los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones.

42.7% integrando los porcentajes de Logros de los empirismos aplicativos de los responsables con respecto a los planteamientos teóricos, las normas y a la legislación comparada de la Idoneidad en la calidad de los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones.

4.3.4. Análisis Pregunta complemento 1.

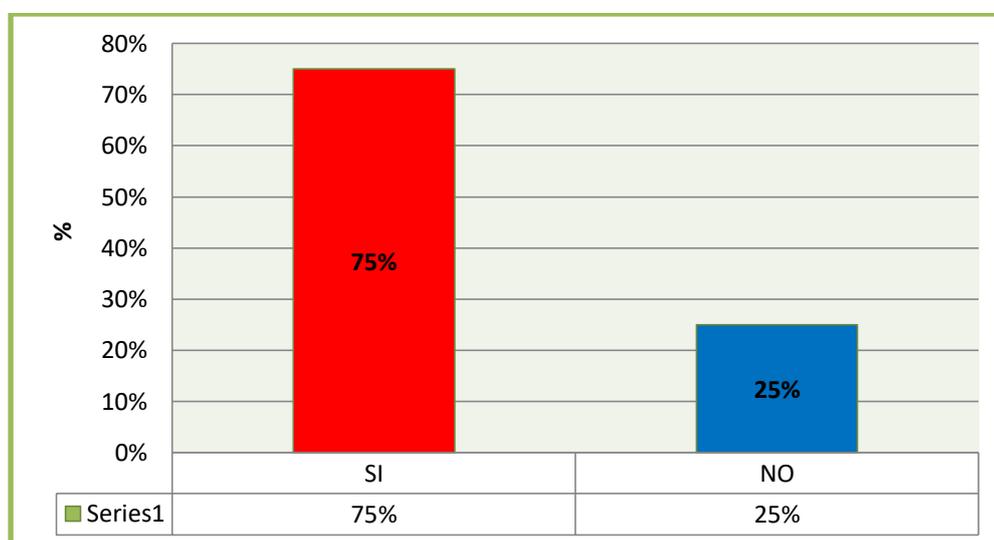
Se puede establecer los informantes manifiestan que la solución más adecuada y conveniente para el tema de investigación es la legislación comparada.

De la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **FIGURA 07** que: el promedio de los porcentajes sobre si la legislación comparada daría

solución al problema de la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones

En opinión de los responsables, con una prelación individual para cada respuesta como a continuación veremos y que lo interpretamos como negativo, son:
Empirismos Aplicativos

Tabla 11: Considera Usted que la legislación comparada daría solución al problema de la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones.



Fuente: Cuestionario aplicado a los funcionarios de OSIPTEL E INDECOPI sede Chiclayo.

4.3.4.1. Apreciaciones resultantes sobre **cuál que es la solución al problema de la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones.**

- A. El 75% de los responsables consideran que la solución al problema materia de investigación es la Legislación comparada
- B. El 25% de los responsables no consideran que la solución al problema materia de investigación es la Legislación comparada

4.4. Análisis de la situación encontrada en la Comunidad Jurídica respecto al tema de investigación.

4.4.1. Análisis de los empirismos aplicativos en la Comunidad Jurídica respecto a planteamientos teóricos.

Se conoce que, entre los planteamientos teóricos que se deben considerar en opinión de la Comunidad Jurídica, pero en la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **FIGURA 08** que: el promedio de los porcentajes que **no consideran los planteamientos teóricos** jurídico respecto a al tema de investigación por parte de la comunidad jurídica es de **50%**, mientras que el promedio de los porcentajes de que **si consideran** los planteamientos teóricos del tema, es de **50%**, con una prelación individual para cada planteamiento teórico como a continuación veremos:

- A. El promedio de los porcentajes de **no considerar** los planteamientos teóricos respecto a la Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en la región Lambayeque es del **50%** con un total de 258 respuestas no contestadas; que lo interpretamos como negativo; y, lo interpretamos como: **empirismos aplicativos**.

- B. El promedio de los porcentajes de planteamientos teóricos que **se consideran** en opinión de la comunidad jurídica es de 50% con un total de 258 respuestas contestadas, que lo interpretamos como positivo y, lo interpretamos como: **Logros**.

4.4.1.1. Apreciaciones resultantes del análisis a los Empirismos Aplicativos de la Comunidad Juridica respecto a los planteamientos teóricos.

A. Empirismos aplicativos en la Comunidad Juridica, respecto a los planteamientos teóricos.

50% de empirismos aplicativos de los responsables, respecto a los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes de empirismos aplicativos de la Comunidad Juridica, respecto a los planteamientos teóricos es de: Estándares y requisitos mínimos de calidad 100%, Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones 100%.

B. Logros de los Comunidad Juridica, respecto planteamientos teóricos

50% de empirismos aplicativos de la Comunidad Jurídica, respecto a los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes de logros de empirismos aplicativos de la Comunidad Juridica, respecto a los planteamientos teóricos es de: Derechos del consumidor 100%, Contrato de consumo 100%.

C. Principales Razones de la Comunidad Juridica respecto para no considerar las a los planteamientos teóricos.

En razón a la Comunidad Juridica para no considerar los planteamientos teóricos lo cual se analiza un promedio de 100% respecto a Desconocimiento

4.4.2. Análisis de los empirismos aplicativos en la Comunidad Jurídica respecto a la norma.

Las normas que se deben considerar respecto al tema de investigacion en la comunidad juridical pero en la realidad, de la opinión de los informantes se ha

obtenido como resultado, según la **FIGURA 10** que: el promedio de los porcentajes que **no consideran** los planteamientos teóricos jurídico respecto a la regulación Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones en la región Lambayeque por parte de los responsables es de **55%**, mientras que el promedio de los porcentajes de que **si Consideran** los planteamientos teóricos del tema, es de **45%**, con una prelación individual para cada planteamiento teórico como a continuación veremos:

- A.** El promedio de los porcentajes las normas que **No Consideran** en opinión de la Comunidad Jurídica respecto a las normas que siempre deberían ser tomadas en cuenta es de **55%** con un total de 354 respuestas no contestadas; que lo interpretamos como: **Emperismos Aplicativos.**

- B.** El promedio de los porcentajes de planteamientos teóricos que **Se Consideran** en opinión de la Comunidad Jurídica respecto a las normas que siempre deberían ser tomadas en cuenta es de **45%** con un total de 293 respuestas contestadas; que lo interpretamos como: **Logros.**

4.4.2.1. Apreciaciones resultantes del análisis de los empirismos aplicativos en la Comunidad Jurídica respecto a la norma

A. Empirismos aplicativos en Comunidad jurídica respecto a la norma.

55% de Empirismos aplicativos en Comunidad jurídica respecto los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes de Empirismos aplicativos en Comunidad jurídica respecto los planteamientos teóricos, es de: Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571 con 62%, Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65 con 0%, Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL con 60%, T.U.O. del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones con 70%, Ley 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, art. 219 con 81%

B. Logros de la Comunidad Jurídica, respecto a la norma.

45% de Logros de la comunidad jurídica respecto a la Norma

La prelación individual de porcentajes de Logros de la Comunidad Jurídica, respecto a los planteamientos teóricos, es de: Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571 con 38%, Constitución Política del Perú, artículos 62 y 65 con 100%, Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL con 40%, T.U.O. del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones con 30%, Ley 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, art. 219 con 19%

C. Razones de no considerar las normas, por parte de la Comunidad Jurídica.

En razón a la comunidad jurídica para no considerar las normas del ordenamiento jurídico, la comunidad jurídica considera que el desconocimiento y la falta de capacitación son las razones por la cual se analiza un promedio de: 100% no consideradas, pues consideran que la razón es el desconocimiento y falta de capacitación con respecto al tema de investigación.

52.5 % integrando los porcentajes de los empirismos aplicativos de los responsables con respecto a los planteamientos teóricos y las normas de la Idoneidad en la calidad de los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones.

47.5% integrando los porcentajes de Logros de los empirismos aplicativos de los responsables con respecto a los planteamientos teóricos, las normas y a la de la Idoneidad en la calidad de los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones. legislación comparada

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1. CONCLUSION PARCIAL.

5.1.1. Conclusión parcial 1

5.1.1.1. Contrastación de la sub hipótesis “a”

En el sub numeral 1.3.2. a), planteamos la sub hipótesis “a”, mediante el siguiente enunciado:

Se observan Incumplimientos, por parte de los **Responsables**, en relacion al tema de investigacion debido a que existe la norma, pero no se está aplicando correcta y adecuadamente para salvaguardar el derecho del consumidor.

Fórmula: $-X_1; A_1; -B_2$

Arreglo: $-X; A; -B$

La sub hipótesis “a” se prueba parcialmente mayoritariamente, pues los resultados arrojan un 56% de Incumplimientos. Y simultáneamente, la sub hipótesis “a”, se disprueba parcialmente minoritariamente, pues los resultados arrojan un 44% de logros.

5.1.1.2. Enunciado de la conclusión parcial 1

El resultado de la contrastación de la sub hipótesis “a”, nos da base o fundamento para formular la Conclusión Parcial 1, mediante el siguiente enunciado:

La regulación nacional respecto al tema de idoneidad en la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones, a pesar de la existencia de esta, adolece de un 56% de Incumplimientos, a razón que los responsables no hacen cumplir lo establecido en las normas porque no se aplican, Y consecuentemente en promedio un 44% considera y aplica dicha regulación.

5.1.2. Conclusión parcial 2

5.1.2.1. Contrastación de la sub hipótesis “b”

En el sub numeral 1.3.2. b), planteamos la sub hipótesis “b”, mediante el siguiente enunciado:

Se aprecian **Incumplimientos**, por parte de la **Comunidad Jurídica**, debido

a que ellos son los gestores para realizar las acciones pertinentes para hacer de conocimiento la falta de idoneidad en la calidad del servicio, asimismo para hacer llegar la realidad de los usuarios a los responsables, para que estos tomen las medidas pertinentes ante las empresas encargadas de brindar los servicios de telecomunicaciones.

Fórmula: $-X_1; A_2; -B_2$

Arreglo: $-X; A; -B$

La sub hipótesis “a” se prueba parcialmente mayoritariamente, pues los resultados arrojan un 55% de Incumplimientos. Y simultáneamente, la sub hipótesis “a”, se disprueba parcialmente minoritariamente, pues los resultados arrojan un 45% de logros.

5.1.2.2. Enunciado de la Conclusión Parcial 2

El resultado de la contrastación de la sub hipótesis “b”, nos da base o fundamento para formular la Conclusión Parcial 2, mediante el siguiente enunciado:

La comunidad jurídica especializada en estos temas, considera que las normativas existentes en los temas relacionados a la idoneidad en la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones a pesar de la existencia de esta adolecen en un 55% de incumplimientos a razón de que la Comunidad Juridica no hace llegar la realidad de los usuarios a los responsables y la razón es por falta de conocimiento, y consecuentemente en promedio un 45% considera y conoce la regulación.

5.1.3. Conclusion parcial 3

5.1.3.1. Contrastación de la sub hipótesis “c”

En el sub numeral 1.3.2. c), planteamos la sub hipótesis “c”, mediante el siguiente enunciado:

Se aprecian **Empirismos aplicativos**, por parte de los **Responsables**, con **respecto al tema de investigación**, debido a que toman planteamientos teóricos

o conceptos básicos en conjunto con las normas, que difieren de la legislación comparada.

Fórmula: -X₂; A₁; -B₁; -B₂; -B₃

Arreglo: -X; A; -B

La sub hipótesis “c” se prueba parcialmente mayoritariamente, pues los resultados en promedio arrojan un **57.3 % de Empirismos aplicativos** y, simultáneamente, la sub hipótesis “c”, se disprueba parcialmente minoritariamente, pues los resultados arrojan un **42,7% de Logros**.

5.1.3.2. Enunciado de la Conclusión Parcial 3

El resultado de la contrastación de la sub hipótesis “c”, nos da base o fundamento para formular la Conclusión Parcial 3, mediante el siguiente enunciado:

Los planteamientos teóricos y la regulación nacional referida a velar por la idoneidad en la calidad de servicio en el sector telecomunicaciones, adolece de un 57,3 % de Empirismos aplicativos, a razón de que ellos son los supeditados a conocer y supervisar que los planteamientos teóricos vayan de acorde a la regulación nacional y que estos se refleje en la realidad concreta y la razón es por que no se aplica, y consecuentemente en promedio un 42,7% considera que si se aplica y conoce los planteamimientos teóricos y la regulación nacional.

5.1.4. Conclusion parcial 4

5.1.4.1. Contrastación de la sub hipótesis “d”

En el sub numeral 1.3.2. d), planteamos la sub hipótesis “d”, mediante el siguiente enunciado:

Se aprecian **Empirismos aplicativos**, por parte de la **Comunidad Jurídica**, debido a que ellos están en constante contacto con los planteamientos teóricos en su labor diaria y debería ser los primeros en darse cuenta que los planteamientos teóricos están siendo vulnerados en la realidad.

Fórmula: -X₂; A₂; -B₁; -B₂

Arreglo: -X; A; -B

La sub hipótesis “d” se prueba parcialmente mayoritariamente, pues los resultados en promedio arrojan un **52,5 % de empirismos aplicativos** y, simultáneamente, la sub hipótesis “d”, se disprueba parcialmente minoritariamente, pues los resultados arrojan un **47,5 % de Logros**.

5.1.4.2. Enunciado de la Conclusión Parcial 4

El resultado de la contrastación de la sub hipótesis “c”, nos da base o fundamento para formular la Conclusión Parcial 3, mediante el siguiente enunciado:

Que la comunidad jurídica social que está representada por los abogados especializado en Derecho del Consumidor adolece de un 52,5 %, no están velando por los derechos de los consumidores o usuarios en el sector telecomunicaciones, porque a pesar de que ellos palpan la realidad y observan que los planteamientos teóricos no van de acorde a la norma, y estos no favorecen la realidad de los consumidores y consecuentemente en promedio un 47.5% considera que si se aplica y conoce los planteamimientos teóricos y la regulación nacional.

5.2. CONCLUSION DE LA PREGUNTA COMPLEMENTO.

5.2.1. Contrastación de la sub hipótesis de la pregunta complemento 1

¿Considera Usted que la legislación comparada daría solución al problema de la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones?

- a) El 25% de los responsables **No consideran** que la solución al problema materia de investigación es la Legislación comparada
- b) El 75% de los responsables **consideran** que la solución al problema materia de investigación es la Legislación comparada

Las anteriores premisas, nos dan base para establecer el Resultado de la contrastación de la sub hipótesis de la pregunta complemento 1.

La sub hipótesis de la pregunta complemento 1 se prueba parcialmente mayoritariamente, pues los resultados en promedio arrojan un **75% si consideran** que Legislación comparada es la solución adecuada al tema de investigación y, simultáneamente, la sub hipótesis de la pregunta complemento 1 se disprueba parcialmente minoritariamente, pues los resultados arrojan un **25% de Logros**.

5.2.2. Enunciado de la conclusión parcial de la pregunta complemento 1.

El resultado de la contrastación de la sub hipótesis de la pregunta complemento 1, nos da base o fundamento para formular la Conclusión Parcial, mediante el siguiente enunciado:

La legislación comparada es la solución adecuada para el problema materia de investigación con el 75%, toda vez que los responsables así lo han manifestado, y un 25% no lo considera así.

5.3. CONCLUSIÓN GENERAL

5.3.1. Contrastación de la Hipótesis Global

La falta de idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones, se ve reflejado en los altos índices de las tasas de reclamos presentados a OSIPTEL, problema que es afectado por **Incumplimientos y empirismos aplicativos** que están relacionados con los funcionarios de OSIPTEL y abogados especializados en Derecho del consumidor, los cuales entran en conflicto al no brindar las debidas garantías en la protección del consumidor y favoreciendo a las empresas prestadoras del servicio, en sus roles de Responsables y Comunidad Jurídica; invita a que tenga una participación más incisiva con respecto a la protección del consumidor, considerando los autores que se organice cursos de capacitación en las que se abarquen temas relacionados como: La regulación del sector telecomunicaciones, Implicancia de la aplicación de los principios en las resoluciones, La idoneidad como factor social, también proponer diplomados, cursos especializados y cursos de capacitación

ante La Oficina Descentralizada de OSIPTEL, asimismo proponer la implementación de artículos en la Resolución N° 123-2014-CD/OSIPTEL y Resolución N° 047-2015-CD-OSIPTEL para evitar que se continúe vulnerando los derechos del consumidor o usuarios del sector telecomunicaciones y actualizar, unificar y precisar los planteamientos teóricos del derecho del consumidor y asimismo de las resoluciones que se aplican en este sector, con el fin de brindar solución a uno de los problemas más graves considerados por los consumidores, con el propósito de reducir los incumplimientos y empirismos aplicativos, pudiendo tener en cuenta la legislación de Brasil, Chile y España.

CONCLUSIÓN PARCIAL	PRUEBA	DISPRUEBA	TOTAL
Conclusión Parcial 1	56%	44%	100.00%
Conclusión Parcial 2	55%	45%	100.00%
Conclusión Parcial 3	57,3%	42,7%	100.00%
Conclusión Parcial 4	52,5%	47,5%	100.00%
Conclusión Parcial (Pregunta complemento 1)	75%	25%	100.00%
Promedio Global Integrado	59,2%	40,8%	100.00%

Fuente: Investigación Propia

Podemos establecer el resultado de la contratación de la hipótesis global:

La Hipótesis Global se prueba en 59,2%, y se disprueba en 40,8%.

5.3.2. Enunciado de la Conclusión General

Tomando como premisas las conclusiones parciales podemos formular la conclusión general:

➤ Enunciado de la Conclusión Parcial 1

La regulación nacional respecto al tema de idoneidad en la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones, a pesar de la existencia de esta, adolece de un 56% de Incumplimientos, a razón que los responsables no hacen cumplir lo establecido en las normas porque no se aplican, y consecuentemente en promedio un 44% considera y aplica dicha regulación.

➤ Enunciado de la Conclusión Parcial 2

La comunidad jurídica especializada en estos temas, considera que las normativas existentes en los temas relacionados a la idoneidad en la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones a pesar de la existencia de esta adolecen en un 55% de incumplimientos a razón de que la Comunidad Juridica no hace llegar la realidad de los usuarios a los responsables y la razón es por falta de conocimiento, y consecuentemente en promedio un 45% considera y conoce la regulación.

➤ Enunciado de la Conclusión Parcial 3

Los planteamientos teóricos y la regulación nacional referida a velar por la idoneidad en la calidad de servicio en el sector telecomunicaciones, adolece de un 57.3 % de Empirismos aplicativos, a razón de que ellos son los supeditados a conocer y supervisar que los planteamientos teóricos vayan de acorde a la regulación nacional y que estos se refleje en la realidad concreta y la razón es por que no se aplica, y consecuentemente en promedio un 42.7% considera que si se aplica y conoce los planteamientos teóricos y la regulación nacional.

➤ Enunciado de la Conclusión Parcial 4

Que la comunidad jurídica social que está representada por los abogados

especializado en Derecho del Consumidor adolece de un 52,5 %, no están velando por los derechos de los consumidores o usuarios en el sector telecomunicaciones, porque a pesar de que ellos palpan la realidad y observan que los planteamientos teóricos no van de acorde a la norma, y estos no favorecen la realidad de los consumidores y consecuentemente en promedio un 47.5% considera que si se aplica y conoce los planteamientos teóricos y la regulación nacional.

➤ **Enunciado de la Conclusión (pregunta complemento 1)**

La legislación comparada es la solución adecuada para el problema materia de investigación con el 75%, toda vez que los responsables así lo han manifestado, y un 25% no lo considera así.

Desde nuestra perspectiva de todo lo que hemos desarrollado en la presente investigación con respecto a la idoneidad en calidad en los contratos de consumo sector de telecomunicaciones Región Lambayeque – 2014, que:

El problema que dio origen a nuestra investigación es que la existente legislación que se encarga de velar por la idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones y la falta de conocimiento por parte de la comunidad jurídica nos lleva a plantear las siguientes recomendaciones y soluciones para el tema materia de investigación,

Por parte de los responsables: Organizar un curso de capacitación en las que se abarquen temas relacionados como: La regulación del sector telecomunicaciones, Implicancia de la aplicación de los principios en las resoluciones, La idoneidad como factor social.

La comunidad jurídica debe proponer diplomados, cursos especializados y cursos de capacitación ante La Oficina Descentralizada de OSIPTEL, sobre el uso correcto de la normatividad sobre la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones, y que estos haciendo uso de la tecnología y las redes sociales, se difundan de manera adecuada.

Este punto es el más significativo puesto que proponer la implementación de artículos en la Resolución N° 123-2014-CD/OSIPTEL y Resolución N° 047-2015-CD-OSIPTEL para evitar que se continúe vulnerando los derechos del consumidor o usuarios del sector telecomunicaciones quedando de la siguiente manera:

Primero.- Impleméntese al artículo 9° del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 9° Parte in fine: El reclamo debe ser enviado por medio de mensaje de texto al contacto telefónico informado por el Consumidor o mensaje electrónico, en hasta 24 (veinticuatro) horas de la presentación, conteniendo fecha y hora del registro, para todos los servicios cubiertos por el presente Reglamento.

Segundo: Modifíquese el artículo 9° del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 10°.- Acceso al expediente y estado del trámite

El consumidor tiene derecho a conocer el estado de su trámite, el acceso al expediente debe estar disponible en el portal web de la empresa operadora, por medio del espacio reservado al Consumidor, accesible mediante inserción de login y contraseña proporcionados por la empresa operadora al momento de realizarse la contratación.

1° Se prohíbe la imposición de cualquier condicionamiento o restricción al acceso libre del Consumidor a su espacio reservado en la página de la empresa operadora.

2° El acceso debe ser asegurado al Consumidor por lo menos seis (seis) meses después de la rescisión contractual.

3° Opcionalmente el acceso al expediente físico en trámite se concede de manera

inmediata a la solicitud efectuada, en la oficina en la que éste se encuentre.

Tercero: Modifíquese el artículo 11° del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 11°.- Mecanismos adicionales de acceso e información del expediente.

La atención por Internet es la atención prestada por medio del portal web de la empresa operadora del servicio en Internet que permite el registro y el tratamiento de solicitudes de información, reclamaciones y solicitudes de servicios, rescisión o cualquier otro reclamo relacionado al servicio de la empresa operadora.

Adicionalmente en el espacio reservado, el consumidor debe tener acceso, como mínimo:

1. A la copia de su contrato, del Plan de Servicio de su opción y otros documentos aplicables al plan que está vinculado.
2. Al resumen del contrato, conteniendo las principales informaciones sobre el Plan de Servicio contratado, incluyendo reajustes de precios y tarifas, cambios en las condiciones de provisión del servicio y promociones a expirar.
3. Los nuevos servicios contratados.
4. Los recibos de cobro de los últimos 6 (seis) meses;
5. Al informe detallado de los servicios prestados de los últimos 6 (seis) meses.
6. A la opción de solicitud de copia de la grabación de sus reclamos, cuando sea el caso.
7. Al histórico de sus reclamos registradas en los últimos 6 (seis) meses.
8. Al perfil de consumo de los últimos 3 (tres) meses.
9. Al registro de reclamación, solicitud de servicios, solicitudes de información y rescisión de su contrato, o cualquier otra reclamo relacionado al servicio de la empresa operadora.
10. Deben estar disponibles al Consumidor, las opciones de descarga a los documentos consultados en el espacio reservado, y de remitirlos a la dirección de correo electrónico de preferencia.

11. La rescisión del contrato por medio del espacio reservado debe ser procesada de forma automática, sin intervención de operador.

Cuarto: Modifíquese el artículo 17° del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 17° Mecanismo adicional de Atención a Usuarios

17.1. Las empresas operadoras están obligadas a recibir en sus oficinas o centros de atención a usuarios, los reclamos, recursos y quejas presentados por los usuarios, como mínimo, durante ocho (8) horas ininterrumpidas por día y cuarenta (40) horas a la semana. Esta obligación también es exigible en aquellos puntos de venta habilitados por la empresa operadora para la presentación de reclamos, recursos y quejas situados en las provincias en las que se preste el servicio y no existan oficinas o centros de atención a usuarios, según lo dispuesto en las Condiciones de Uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones. Se podrá realizar la atención al usuario en el establecimiento autorizado en la página oficial de la empresa operadora y en cualquier otro establecimiento asociado a la marca de la empresa operadora.

17.2. El Centro de Atención Telefónica de la empresa operadora debe permitir acceso gratuito y funcionar ininterrumpidamente, durante 24 (veinticuatro) horas al día y 7 (siete) días a la semana. El Centro de Atención Telefónica debe recibir llamadas originadas de terminales fijos y móviles. En caso de discontinuidad de la llamada, la empresa operadora debe reestablecer inmediatamente la conexión al Consumidor.

Quinto: Implementar en la parte in limine del artículo 2° del Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 2°. Los proveedores de servicios de telecomunicaciones deberán

publicar e informar la cobertura geográfica de sus servicios en su sitio web y canales de atención, diferenciando por tipo de tecnología, si corresponde. En el caso de las zonas urbanas, esta publicación e información deberá permitir para cada servicio, consultas por territorio.

Los proveedores de servicios de telecomunicaciones que realicen ofertas conjuntas, deberán ofrecer individualmente cada uno de los servicios y planes que componen las mismas. De esta forma, no podrán atar, ligar o supeditar, bajo ningún modo o condición, la contratación de un servicio cualquiera a la contratación de otro.

Y finalmente actualizar, unificar y precisar los planteamientos teóricos del derecho del consumidor y asimismo de las resoluciones que se aplican en este sector antes mencionado.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

Cada recomendación parcial, se basa o fundamenta, en una conclusión parcial: la que, a su vez, se obtuvo de contrastar una sub hipótesis.

La orientación básica de las recomendaciones es que: los logros se deben consolidar y de ser posible, mejorar o superar; en tal sentido que se de una mejor regulación de la idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones en la región Lambayeque 2014, actualización de las normas nacionales y tener presente la legislación, con el propósito de disminuir los incumplimientos y empirismos aplicativos.

Para redactar las recomendaciones parciales hay que considerar el resultado de la contratación de la sub hipótesis-conclusión parcial, por lo tanto la recomendación parcial se realizará de acuerdo a cada sub hipótesis parciales y conclusiones parciales, lo que nos permitirá formular las recomendaciones parciales:

6.1. Recomendación parcial 1

De los resultados obtenidos del capítulo 3, contrastándose con la realidad y con las sub-hipótesis “a”, nos ha permitido indicar que dicha hipótesis se prueba en un **54%**, que equivale incumplimientos presentes en el ordenamiento legal y **46%** de logros, equivalente a la disprueba, por parte de los responsables, a razón del cuerpo normativo legal existente es deficiente y no brinda la seguridad jurídica necesaria para velar por los derechos de los consumidores o usuarios del sector telecomunicaciones, por lo que se **RECOMIENDA**: Organizar un curso de capacitación en las que se abarquen temas relacionados como: La regulación del sector telecomunicaciones, Implicancia de la aplicación de los principios en las resoluciones, La idoneidad como factor social.

6.2. Recomendación parcial 2

Según resultados obtenidos del capítulo 3, contrastándose con la realidad y con la sub hipótesis “b” nos ha permitido poder indicar que dicha hipótesis se prueba en un **55%** que equivale a las Incumplimientos y **45%** de logros, equivalente a la disprueba, por parte de la comunidad jurídica, es decir que la

comunidad jurídica no está teniendo participación respecto a estos temas de suma importancia para la sociedad, por lo que se **RECOMIENDA:** Proponer diplomados, cursos especializados y cursos de capacitación ante La Oficina Descentralizada de OSIPTEL, sobre el uso correcto de la normatividad sobre la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones, y que estos haciendo uso de la tecnología y las redes sociales, se difundan de manera adecuada.

6.3. Recomendación parcial 3

De los resultados obtenidos en el capítulo 3 contrastándose con la realidad y con la sub hipótesis “c” nos ha permitido poder indicar que dicha hipótesis se prueba en un **57,3%** equivalente a las Empirismos aplicativos y **42,7%** de logros, equivalente a la disprueba, por parte de los responsables; es decir que es mayor la no consideración de los planteamientos teóricos, la norma y la legislación relacionados con la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo , por lo que se **RECOMIENDA:** Proponer la implementación de artículos en la Resolución N° 123-2014-CD/OSIPTEL y Resolución N° 047-2015-CD-OSIPTEL para evitar que se continúe vulnerando los derechos del consumidor o usuarios del sector telecomunicaciones.

6.4. Recomendación parcial 4

Según resultados obtenidos del capítulo 3, contrastándose con la realidad y con la sub hipótesis “d” nos ha permitido poder indicar que dicha hipótesis se prueba en un **52.5%** equivalente a las empirismos aplicativos y **47.5%** de logros, equivalente a la disprueba, por parte de la comunidad jurídica; es decir que es mayor la no consideración de los planteamientos teóricos y la norma relacionados con la idoneidad en la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones, por lo que se **RECOMIENDA:** Actualizar, unificar y precisar los planteamientos teóricos del derecho del consumidor y asimismo de las resoluciones que se aplican en este sector antes mencionado.

6.5. Recomendación parcial de la pregunta complemento 1

Según resultados obtenidos del capítulo 3, contrastándose con la realidad y con la sub hipótesis de la pregunta complemento 1 nos ha permitido poder indicar que dicha hipótesis- es decir nuestra investigación- se prueba en un 75% que corresponden a los responsables quienes señalan que la implementación y adecuada adaptación de las legislaciones comparadas ayudarían a mejorar la idoneidad en la calidad del servicio en el sector telecomunicaciones y 25% de logros, referente a que no es adecuado usar la legislación comparada, porcentaje que comparado con el 75% de aprobación, se tiene que nuestra investigación si es viable; observándose realmente la legislación comparada solucionaria los problemas del tema de investigación por lo que se **RECOMIENDA**: implementar la Resolución N° 123-2014-CD/OSIPTEL y Resolución N° 047-2015-CD-OSIPTEL para evitar que se continúe vulnerando los derechos del consumidor o usuarios del sector telecomunicaciones.

CAPÍTULO VII

REFERENCIAS Y ANEXOS

7.1. Referencias consultadas

- Albrecht, Karl, (1992) Servicio al cliente interno: cómo solucionar la crisis de liderazgo en la gerencia intermedia. Barcelona: Paidós.
- Alterini, Atilio Aníbal, (1999.) Contratos. Civiles – comerciales – de consumo. Teoría general, Buenos Aires, Abeledo-Perrot
- Ariño Ortiz, Gaspar (2004) Régimen jurídico tradicional del servicio público. En: Principios del Derecho Público Económico. Lima
- Berkemeyer, Hugo (1991) Protección jurídica del consumidor y usuario. Asunción Intercontinental Studio
- Bullard Gonzáles, Alfredo. (1996) «Ronald Coase y el sistema jurídico. Sobre el Nobel en Economía». En: Estudios de Análisis Económico del Derecho. Lima: Editorial ARA
- Bullard Gonzales; Alfredo. (1996) «Contratación en masa. ¿Contratación?». En: Estudios de Análisis Económico del Derecho. Lima: Editorial Ara,
- Bullard Gonzáles, Alfredo. (2002) « ¿Qué es el análisis económico del derecho?». En: Scribas, Revista de Derecho. Número 13
- Cairo Roldán, Omar, (1998) "El constitucionalismo económico y social: trayectoria y actualidad" en: Enlace 3, Revista de Sociología Jurídica. Lima
- Crosby, Philip Bayard (1988). La organización permanece exitosa. México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Durand Carrión, Julio Baltazar (2007) Tratado de derecho del consumidor en el Perú.
- Durand Carrión, Julio Baltazar (1995;) Tutela jurídica del Consumidor y de la Competencia; Editorial San Marcos; Lima
- .Ferrand Rubini, Enrique, (2004) La idoneidad del producto o servicio, en Ley de Protección al Consumidor, comentarios, precedentes jurisprudenciales, normas complementarias, Lima, Rodhas
- Grönroos, Christian. (1978). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. European Journal of Marketing.
- Grönroos, Christian, (1994). Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Madrid
- Ishikawa, Kaoru. (1986)¿Qué es control total de la calidad?, Editorial Norma

- Bogotá.
- Juran Joseph M, (1990) Juran y la planificación para la calidad, Díaz de Santos S.A. Madrid, DEMING W. Edwards, Calidad, productividad y competitividad, Díaz de Santos S.A. Madrid, 1989.)
- Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, Año 2010
- Lorenzetti, Ricardo Luis (2003). Consumidores. Rubinzal Culzoni Editores, Buenos Aires.
- Lorenzetti, Ricardo Luis, (2009), Consumidores, Segunda Ed., Santa Fe, Rubinzal-Culzoni.
- Lovelock, Christophe. H. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. Journal of Marketing.
- Northcote Sandoval, C (2013) Criterios del Indecopi sobre el deber de idoneidad, Actualidad Empresarial N° 290 – Primera Quincena de Noviembre 2013
- Malpartida Castillo, Víctor. (1996), Introducción al Derecho Económico. Análisis Económico del Derecho y Derecho al Desarrollo. Lima: Editorial San Marcos
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Journal of Marketing,
- Quispe Correa, Alfredo (2002) La Constitución Económica. Gráfica Horizonte S.A. Lima.
- Real Academia Española. Diccionario de la lengua española, p. 1,683
- Rinessi, Antonio Juan, (2006) Relación de consumo y derechos del consumidor. Editorial Astrea, Buenos Aires.
- Rivero Sánchez, Juan Marcos. (1997) ¿Quo vadis derecho del consumidor? Medellín, Biblioteca Jurídica Díké.
- Rodríguez, R., La Función Económica De La Contratación Masiva Revista Oficial del Poder Judicial: Año 4 - 5, N° 6 y N.º 7 / 2010-2011
- Stiglitz, Rubén S. y Stiglitz, Gabriel A. (1985) Contratos por Adhesión, Cláusulas Abusivas y Protección al Consumidor. Bs. As.: Editorial Depalma
- Stiglitz Rubén S. y Stiglitz Gabriel. A. (1994) Derechos y defensa del consumidor, Buenos Aires, La Rocca,
- Torres Carlos (1994) La constitución económica en el Perú. Desarrollo y Paz. Lima
- Vega Mere, Yuri. (2001) Contratos de Consumo. Consideraciones Preliminares Sistemáticas a Favor de su Construcción Dogmática. Lima: Editorial Grijley.

Zeithalm, Valarie.A. (1981). How Consumer Evaluation Processes Differ between Goods and Services. Marketing of Services,
Zimmermann, Reinhard. (2008) El nuevo derecho alemán de obligaciones, Un análisis desde la historia y el Derecho Comparado. Editorial Bosch, Barcelona.

Resoluciones.

Resolución N° 0445-2005/TDC-INDECOPI.

Resolución N°001-2006-lincpc/INDECOPI

Resolución 0102-2008/TDC-INDECOPI

Resolución N° 1366-2005/TDC-INDECOPI; Expediente N° 038-2005/CPC;

Expediente N° 095-2005/CPC; (Acumulados); Fecha: 14 de diciembre de 2005

LINKOGRAFIA

<http://www.indecopi.gob.pe/>

<http://www.osiptel.gob.pe/>

<http://www.cablesm.fr/breve%20histoire%20des%20telecoms%20au%20perou.pdf>

<http://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/viewFile/113/109>

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1185/1/Cordova_cy.pdf

7.2. ANEXOS

ANEXO N° 1: Selección del problema a investigar.

TEMAS: Derecho Tributario. Derecho del consumidor. Derecho de Familia Derecho Constitucional.	CRITERIOS DE SELECCIÓN					TOTAL DE CRITERIOS CON SI	PRIORIDAD
	a) Se tiene acceso a los datos relacionado del problema	b) Su solución Contribuiría a solución de otros problemas	c) Presenta incidencia social	d) Afecta negativamente la protección del Consumidor	e) Su solución brinda seguridad jurídica		
La correcta aplicación del principio persecutorio con respecto al tercero adquirente	SI	NO	SI	SI	SI	4	2
Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector Telecomunicaciones en la Región Lambayeque 2014	SI	SI	SI	SI	SI	5	1
El concubinato/ unión de hecho como impedimento matrimonial	NO	SI	NO	SI	SI	3	4
Límites a la libertad de empresa en el sector educativo	SI	SI	NO	NO	NO	2	5
Nuevos lineamientos respecto al reglamento de sanciones que se interpondrán a los programas de comunicación que infrinjan el horario de protección al menor	SI	SI	SI	NO	NO	3	3
Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector Telecomunicaciones en la Región Lambayeque 2014.	SI	SI	SI	SI	SI	5	1 Problema integrado que ha sido Seleccionado

ANEXO N° 2: Identificación del número de partes de un problema

<p>Idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones en la Región Lambayeque 2014.</p>	<p>↕</p>	<p>¿ALGUNA PARTE DE ESTE PROBLEMA TIENE RELACIÓN CON</p>	<p>⇒</p>	CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES DEL PROBLEMA SELECCIONADO	
				1	<p>¿PT ≠ ~ R? SI X NO (¿Empirismos aplicativos?)</p>
				2	<p>¿PT(A) ≠ ~ PT (B): R? SI NO X (¿Discrepancias teóricas?)</p>
				3	<p>¿PT ≠ ~ N.? SI NO X (¿Empirismos normativos?)</p>
				4	<p>¿N ≠ ~ R? SI X NO (¿Incumplimientos?)</p>
				5	<p>¿N (A) ≠ ~ N (B): → R? SI NO X (¿Discordancias normativas?)</p>

ANEXO N° 3: Priorización de las partes de un problema

Criterios de identificación con las partes del problema	CRITERIOS DE SELECCIÓN USADOS COMO CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN					Suma parcial	Prioridad de las partes del problema
	Se tiene acceso a los datos	Su solución Contribuirá a solución de otros problemas	Presenta incidencia social.	Vulnera el derecho del consumidor	No brinda seguridad jurídica		
4 ¿N ≠ ~ R? (¿Incumplimientos?)	1	1	1	1	1	5	1
1 ¿PT ≠ ~ R? (¿Empirismos aplicativos?)	2	2	2	2	2	10	2

INCUMPLIMIENTOS Y EMPIRISMOS APLICATIVOS EN LA IDONEIDAD EN LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS CONTRATOS DE CONSUMO SECTOR TELECOMUNICACIONES EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE 2014.

ANEXO N° 4: Matriz para plantear las sub-hipótesis y la hipótesis global.

Problema Factor X Incumplimientos y Empirismos Aplicativos	Realidad Factor A IDONEIDAD EN LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS CONTRATOS DE CONSUMO SECTOR TELECOMUNICACIONES EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE 2014.	Marco Referencial Factor B			Fórmulas de Sub-hipótesis
		Planeamientos Teóricos	Normas	Legislación Comparada	
		- B1	- B2	-B3	
-X1= Incumplimientos	A1= RESPONSABLES		X		-X ₁ ; A ₁ ; -B ₂ .
-X1= Incumplimientos	A2= COMUNIDAD JURIDICA		X		- X ₁ ; A ₂ ; - B ₂ .
-X2= Empirismos aplicativos	A1= RESPONSABLES	X	X	X	-X ₂ ; A ₁ ; -B ₁ ; -B ₂ , -B ₃
-X2= Empirismos aplicativos	A2= COMUNIDAD JURIDICA	X	X		-X ₂ ; A ₂ ; -B ₁ -B ₂
Total Cruces Sub-factores		2	4	1	
Prioridad por Sub-factores		2	1	3	

Leyenda:

Planeamientos Teóricos:

- B1= Conceptos básicos.

Normas:

- B2= Constitución Política Del Perú, Código de Protección y defensa del Consumidor Ley N° 29571, Resolución N° 123-2014-CD/OSIPTTEL y N° 047-2015-CD/OSIPTTEL

(Variables del Marco Referencial)

Legislación Comparada

Brasil, Chile y España

ANEXO N° 5: Matriz para la selección de técnicas, instrumentos e informantes o fuentes para recolectar datos.

Fórmulas de Sub-hipótesis	Nombre de las Variables consideradas en cada fórmula (sin repetición y sólo las de A y B)	Técnicas de Recolección con más ventajas y menos desventajas para cada variable	Instrumento de Recolección con más ventajas y menos ventajas para cada variable.	Informante o Fuente que corresponde al instrumento de cada técnica
-X1; A1;-B2	A ₁ = Responsables	Encuesta	Cuestionario	Informantes: Abogados Especializados en derecho del consumidor.
	B ₂ = Normas	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Código Civil, contratos de consumo, Código de Protección y defensa del consumidor, Constitución Política del Perú, Libros, revistas.
- X2; A2; - B2	A ₂ = Comunidad Jurídica	Encuesta	Cuestionario	Informantes: Abogados Especializados en derecho del consumidor.
	B ₁ = Normas	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Código Civil, contratos de consumo, Código de Protección y defensa del consumidor, Constitución Política del Perú, Libros, revistas.
-X2; A1;-B1, - B2;-B3	A ₁ = Responsables	Encuesta	Cuestionario	Informantes: Abogados Especializados en derecho del consumidor.
	B ₂ = Planteamientos teoricos	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Código Civil, contratos de consumo, Código de Protección y defensa del consumidor, Constitución Política del Perú, Libros, revistas.
	B ₂ = Normas	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Código Civil, contratos de consumo, Código de Protección y defensa del consumidor, Constitución Política del Perú, Libros, revistas
	B ₃ =Legislación Comparada	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Brasil, Chile y España
-X2; -B1;-B2;-	X ₂ = Comunidad Jurídica	Encuesta	Cuestionario	Informantes: Abogados Especializados en derecho del consumidor.
	B ₁ = Planteamientos teoricos	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Código Civil, contratos de consumo, Código de Protección y defensa del consumidor, Constitución Política del Perú, Libros, revistas.
	B ₂ = Normas	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Código Civil, contratos de consumo, Código de Protección y defensa del consumidor, Constitución Política del Perú, Libros, revistas

ANEXO Nº 6: Cronograma de ejecución del plan desarrollo del proyecto de tesis

ACTIVIDADES	TIEMPO (MESES)																						
	Agosto 2015		Setiembre 2015		Octubre 2015		Noviembre 2015		Diciembre 2015		Marzo 2016		Abril 2016		Mayo 2016		Junio 2016		Julio 2016				
	Semanas		Semanas		Semanas		Semanas		Semanas		Semanas		Semanas		Semanas		Semanas		Semanas				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1. Elaboración del plan de investigación	x	x	x	x	x	x																	
2. Elaboración y prueba de los instrumentos.						x	x																
3. Recolección de los datos.								x	x	x	x												
4. Tratamiento de los datos.										x	x	x	x										
5. Análisis de las informaciones.										x	x	x	x	x	x								
6. Contrastación de hipótesis y formulación de conclusiones.										x	x	x	x	x	x	x							
7. Formulación de propuesta de solución.														x	x	x	x						
8. Elaboración del informe final.						x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x					
9. Correcciones al informe final.							x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x					
10. Presentación.																						x	x
11. Revisión de la tesis.																						x	x
12. Sustentación																						x	x



**ANEXO N° 7
CUESTIONARIO N° 01**

DIRIGIDO A FUNCIONARIOS Y SERVIDORES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (INDECOPI) Y DEL ORGANISMO SUPERVISOR DE INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOMUNICACIONES (OSIPTEL).

Le agradecemos responder a este breve cuestionario que tiene como propósito obtener datos que nos permitan identificar las causas de los Incumplimientos y Empirismos aplicativos que giran en Torno a La Denominada Idoneidad en la Calidad de Servicios en los Contratos de Consumo Sector Telecomunicaciones en la Región Lambayeque 2014. A su vez es preciso aclarar que el presente instrumento es totalmente anónimo.

I. GENERALIDADES.

1.1. Cargo u ocupación que desempeña:

- a) Funcionario del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) ()
- b) Funcionario de El Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) ()

II. Responsables.

2.1. De los siguientes conceptos que se consideran básicos; marque con una (x) todos los que usted conoce y aplica en la necesidad de establecer la Idoneidad en la Calidad de Servicios en los Contratos de Consumo Sector Telecomunicaciones.

- a) Derechos del consumidor. ()
- b) Contrato de consumo. ()
- c) Estándares y requisitos mínimos de calidad. ()
- d) Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones. ()
- e) Decisión 638 del año 2006, Comisión de la Comunidad Andina. ()

2.2. De las siguientes alternativas; marque con una (x) la razón o causa por las que no ha marcado en la pregunta anterior (solo una alternativa).

- a) Falta de capacitación ()
- b) No se aplican ()
- c) Desconocimiento ()

2.3. De las siguientes normas que se consideran básicas; marque con una (x) todas los que usted conoce y aplica en la necesidad de establecer la Idoneidad en la Calidad de Servicios en los Contratos de Consumo Sector Telecomunicaciones.

- a) Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571 ()
- b) Constitución Política del Perú de 1993, artículos 62 Libertad de contratar y artículo 65 Protección del consumidor. ()
- c) Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL, norma reglamentaria de

las Leyes N°. 27332 y 27336. Decreto Supremo N° 008-2001-PCM, promulgado el 01 de Febrero del 2001.

()

d) Texto Único Ordenado del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones. Decreto Supremo N° 020-2007-MTC. Promulgado a 03 de Julio del 2007

()

e) Reglamento de Calidad de la Atención a Usuarios por parte de Operadoras de Servicios de Telefonía Fija Y Servicios Públicos. Resolución De Consejo Directivo N° 127-2013-CD-OSIPTEL, promulgada el 05 de setiembre de 2013.

()

f) Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones Resolución De Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL, promulgada el 10 de octubre de 2014

g) Reglamento General De Supervisión, Resolución De Consejo Directivo N° 023-2015-CD/OSIPTEL

()

h) Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones RESOLUCION DE CONSEJO DIRECTIVO N° 047-2015-CD-OSIPTEL

()

2.4. De las siguientes alternativas; marque con una (x) la razón o causa por las que no ha marcado en la pregunta anterior (solo una alternativa).

a) Falta de capacitación ()

b) No se aplican ()

c) Desconocimiento ()

2.5. De la siguiente Legislación Comparada que se menciona; marque con una (x) todos los que usted considera que se encuentran bien aplicados en el país de procedencia, respecto a la Idoneidad en la Calidad de Servicios en los Contratos de Consumo Sector Telecomunicaciones.

a) Legislación Brasileira: Resolución nº 632, Reglamento General de Derechos del Consumidor de Servicios de Telecomunicaciones
Artículo 20. La atención por Internet es la atención prestada por medio de la página de la Prestadora en Internet que permite el registro y el tratamiento de solicitudes de información, reclamaciones y solicitudes de servicios, rescisión o cualquier otra demanda relacionada al servicio de la Prestadora. ()

b) Legislación Chilena: Decreto N° 18 Nuevo Reglamento de Servicios de Telecomunicaciones.

Artículo 15º. La contratación, de uno o más de los servicios de telecomunicaciones regulados en el presente reglamento, deberá asegurar a los interesados y suscriptores, un procedimiento informado y transparente, debiendo observarse lo siguiente:

e) Los proveedores de servicios de telecomunicaciones que realicen Ofertas Conjuntas, deberán ofrecer individualmente cada uno de los servicios y planes que componen las mismas. De esta forma, no podrán atar, ligar o supeditar, bajo ningún modo o condición, la contratación de un servicio cualquiera a la contratación de otro. ()

c) Legislación Española: Orden IET/1090/2014, de 16 de junio, por la que se regulan las condiciones relativas a la calidad de servicio en la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas.

Artículo 10. Parámetros de calidad de servicio a incluir en los contratos.

1. De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 8 de la Carta de los derechos del usuario de los servicios de comunicaciones electrónicas, aprobada mediante el Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo, en los contratos que celebren los operadores con los consumidores que sean personas físicas y otros usuarios finales, se deberá precisar en relación con la calidad de servicio, los niveles individuales que el operador se compromete a ofrecer y los supuestos en que su incumplimiento dé derecho a exigir una indemnización, así como su método de cálculo.

2. Dicho compromiso se fijará, al menos, con respecto a los parámetros «tiempo de suministro de la conexión inicial» y «tiempo de interrupción del servicio».

3. El tiempo de suministro de la conexión inicial se define como el tiempo transcurrido desde la primera comunicación usuario-operador, por la que se acepta la solicitud de conexión a la red desde una ubicación fija del usuario, por parte del operador, hasta el momento en que el usuario tenga disponible el servicio.

El valor de compromiso de calidad relativo al tiempo de conexión inicial, a efectos de determinar las compensaciones que correspondan, se expresará en un número entero de días naturales.

4. El tiempo de interrupción del servicio se define como la suma de tiempos transcurridos, a lo largo de un período de observación, desde el instante en el que se ha producido la rotura o inutilización por degradación del servicio o elemento del servicio hasta el momento en que se ha restablecido a su normal funcionamiento.

2.6. De las siguientes alternativas; marque con una (x) la razón o causa por las que no ha marcado en la pregunta anterior (solo una alternativa).

- b) Falta de capacitación ()
- b) No se aplican ()
- c) Desconocimiento ()

2.7. ¿Considera Usted que Legislacion comparada es la solución al problema de la idoneidad en la calidad del servicio en los contratos de consumo en el sector telecomunicaciones?

- a) SI
- b) NO

“AGRADECEMOS SU AMABLE COLABORACIÓN”

**ANEXO N° 8
CUESTIONARIO N° 02**

DIRIGIDO A ABOGADOS ESPECIALIZADOS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR

Le agradecemos responder a este breve cuestionario que tiene como propósito obtener datos que nos permitan identificar las causas de los Incumplimientos y Empirismos aplicativos que giran en torno a la denominada idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones en la Región Lambayeque 2014. A su vez es preciso aclarar que el presente instrumento es totalmente anónimo.

III. Comunidad Jurídica

3.1. De los siguientes conceptos que se consideran básicos; marque con una (x) todos los que usted conoce y aplica en la necesidad de establecer la Idoneidad en la Calidad de Servicios en los Contratos de Consumo Sector Telecomunicaciones.

- a) Derechos del consumidor. ()
- b) Contrato de consumo. ()
- c) Estándares y requisitos mínimos de calidad. ()
- d) Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones. ()

3.2. De las siguientes alternativas; marque con una (x) la razón o causa por las que no ha marcado en la pregunta anterior (solo una alternativa).

- a) Falta de capacitación ()
- b) No se aplican ()
- c) Desconocimiento ()

3.3. De las siguientes normas que se consideran básicas; marque con una (x) todas las que usted conoce y considera se debe aplicar en la necesidad de establecer la Idoneidad en la Calidad de Servicios en los Contratos de Consumo Sector Telecomunicaciones.

- a) Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571 ()
- b) Constitución Política del Perú de 1993, artículos 62 Libertad de contratar y artículo 65 Protección del consumidor. ()
- c) Reglamento General del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL, norma reglamentaria de las Leyes N°. 27332 y 27336. Decreto Supremo N° 008-2001-PCM, promulgado el 01 de Febrero del 2001. ()
- d) Texto Único Ordenado del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones. Decreto Supremo N° 020-2007-MTC. Promulgado a 03 de Julio del 2007 ()
- e) Ley 27444- Ley del Procedimiento Administrativo General, art. 219.1. Procedimiento Trilateral ()

3.4. De las siguientes alternativas; marque con una (x) la razón o causa por las que no ha marcado en la pregunta anterior (solo una alternativa).

- a) Falta de capacitación ()
- b) No se aplican ()
- c) Desconocimiento ()

“AGRADECEMOS SU AMABLE COLABORACIÓN”

**ANEXO N°09: RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 0000-2016
CD/OSIPTTEL**



RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 0000-2016 CD/OSIPTTEL

Lima, 24 de mayo del 2016.

VISTOS:

- (i) El proyecto de norma presentado por Gerencia General, que modifica e implementa los artículos con la finalidad de equiparar la relación de consumo del usuario con los proveedores del servicio y asimismo brindar a los usuarios la protección de su derecho.
- (ii) El informe N° 135-GAL/2016, presentado por la Gerencia General que recomienda la publicación previa para comentarios del Proyecto de Norma al que se refiere el numeral precedente.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en Servicios Públicos, Ley N° 27332, modificada por las Leyes N° 27631 y N° 28337, el OSIPTTEL ejerce, en el ámbito y en materias de su competencia, los reglamentos y normas que regulen los procedimientos a su cargo;

Que, asimismo, el inciso b) del artículo 75° del referido Reglamento General del OSIPTTEL, dispone que son funciones del Consejo Directivo de OSIPTTEL, el expedir normas y resoluciones de carácter general o particular, en materia de su competencia;

Se ha considerado pertinente establecer las **DISPOSICIONES MODIFICATORIAS E IMPLEMENTACIONES** en los artículos siguientes:

Primero.- Impleméntese al artículo 9° del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo

N° 047-2015-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 9° Parte in fine: El reclamo debe ser enviado por medio de mensaje de texto al contacto telefónico informado por el Consumidor o mensaje electrónico, en hasta 24 (veinticuatro) horas de la presentación, conteniendo fecha y hora del registro, para todos los servicios cubiertos por el presente Reglamento.

Segundo: Modifíquese el artículo 9° del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 10°.- Acceso al expediente y estado del trámite

El consumidor tiene derecho a conocer el estado de su trámite, el acceso al expediente debe estar disponible en el portal web de la empresa operadora, por medio del espacio reservado al Consumidor, accesible mediante inserción de login y contraseña proporcionados por la empresa operadora al momento de realizarse la contratación.

1° Se prohíbe la imposición de cualquier condicionamiento o restricción al acceso libre del Consumidor a su espacio reservado en la página de la empresa operadora.

2° El acceso debe ser asegurado al Consumidor por lo menos seis (seis) meses después de la rescisión contractual.

3° Opcionalmente el acceso al expediente físico en trámite se concede de manera inmediata a la solicitud efectuada, en la oficina en la que éste se encuentre.

Tercero: Modifíquese el artículo 11° del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 11°.- Mecanismos adicionales de acceso e información del expediente.

La atención por Internet es la atención prestada por medio del portal web de la empresa operadora del servicio en Internet que permite el registro y el tratamiento de solicitudes de información, reclamaciones y solicitudes de servicios, rescisión o cualquier otro reclamo relacionado al servicio de la empresa operadora.

Adicionalmente en el espacio reservado, el consumidor debe tener acceso, como mínimo:

1. A la copia de su contrato, del Plan de Servicio de su opción y otros documentos aplicables al plan que está vinculado.
2. Al resumen del contrato, conteniendo las principales informaciones sobre el Plan de Servicio contratado, incluyendo reajustes de precios y tarifas, cambios en las condiciones de provisión del servicio y promociones a expirar.
3. Los nuevos servicios contratados.
4. Los recibos de cobro de los últimos 6 (seis) meses;
5. Al informe detallado de los servicios prestados de los últimos 6 (seis) meses.
6. A la opción de solicitud de copia de la grabación de sus reclamos, cuando sea el caso.
7. Al histórico de sus reclamos registradas en los últimos 6 (seis) meses.
8. Al perfil de consumo de los últimos 3 (tres) meses.
9. Al registro de reclamación, solicitud de servicios, solicitudes de información y rescisión de su contrato, o cualquier otra reclamo relacionado al servicio de la empresa operadora.
10. Deben estar disponibles al Consumidor, las opciones de descarga a los documentos consultados en el espacio reservado, y de remitirlos a la dirección de correo electrónico de preferencia.
11. La rescisión del contrato por medio del espacio reservado debe ser procesada de forma automática, sin intervención de operador.

Cuarto: Modifíquese el artículo 17° del Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 17° Mecanismo adicional de Atención a Usuarios

17.1. Las empresas operadoras están obligadas a recibir en sus oficinas o centros de atención a usuarios, los reclamos, recursos y quejas presentados por los usuarios, como mínimo, durante ocho (8) horas ininterrumpidas por día y cuarenta (40) horas a la semana. Esta obligación también es exigible en aquellos puntos de venta habilitados por la empresa operadora para la presentación de reclamos, recursos y quejas situados en las provincias en las que se preste el servicio y no existan oficinas o centros de atención a usuarios, según lo dispuesto en las Condiciones de Uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones. Se podrá realizar la atención al usuario en el establecimiento autorizado en la página oficial de la empresa operadora y en cualquier otro establecimiento asociado a la marca de la empresa operadora.

17.2. El Centro de Atención Telefónica de la empresa operadora debe permitir acceso gratuito y funcionar ininterrumpidamente, durante 24 (veinticuatro) horas al día y 7 (siete) días a la semana. El Centro de Atención Telefónica debe recibir llamadas originadas de terminales fijos y móviles. En caso de discontinuidad de la llamada, la empresa operadora debe reestablecer inmediatamente la conexión al Consumidor.

Quinto: Implementar en la parte in limine del artículo 2° del Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL, conforme al siguiente texto:

Artículo 2°. Los proveedores de servicios de telecomunicaciones deberán publicar e informar la cobertura geográfica de sus servicios en su sitio web y canales de atención, diferenciando por tipo de tecnología, si corresponde.

En el caso de las zonas urbanas, esta publicación e información deberá permitir para cada servicio, consultas por territorio.

Los proveedores de servicios de telecomunicaciones que realicen ofertas conjuntas, deberán ofrecer individualmente cada uno de los servicios y planes que componen las mismas. De esta forma, no podrán atar, ligar o supeditar, bajo ningún modo o condición, la contratación de un servicio cualquiera a la contratación de otro.

Que, de conformidad con lo dispuesto por el Artículo 24° del Reglamento General, el consejo Directivo es el órgano competente para ejercer de manera exclusiva la función normativa;

Que, el artículo 7° del citado Reglamento General, establece que toda decisión de este Organismo deberá adoptarse de tal manera que los criterios a utilizarse sean conocidos y predecibles por los administrados, y su artículo 27° dispone que constituye requisito para la aprobación de los reglamentos, normas y disposiciones regulatorias de carácter general que dice el OSIPTEL, el que sus respectivos proyectos sean publicados en el diario oficial El Peruano, con el fin de recibir las sugerencias o comentarios de los interesados;

En aplicación de las funciones previstas en el inciso b) del Artículo 25° y en el inciso b) del Artículo 75° del reglamento general de OSIPTEL, estando a lo acordado por el consejo directivo en su sesión N° 606:

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- Aprobar la publicación para comentarios del Proyecto de Norma que modifica el reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por Resolución del Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL.

Artículo Segundo.- Aprobar la publicación para comentarios del Proyecto de Norma que modifica Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 047-2015-

CD/OSIPTEL

Artículo Tercero.- Encargar a la Gerencia General disponer las acciones necesarias para que la presente resolución, conjuntamente con el proyecto normativo señalado en el artículo precedente, así como su Exposición de Motivos; sean publicados en el Portal Electrónico del OSIPTEL (Página web institucional: <http://www.osiptel.gob.pe>).

Artículo Cuarto.- Otorgar un plazo de quince (15) días calendario, contados a partir del día siguiente de la fecha de publicación de la presente resolución en el diario oficial El Peruano, para que los interesados remitan sus comentarios respecto del proyecto normativo, al correo electrónico sid@osiptel.gob.pe.

Artículo Quinto.- Encargar a la Gerencia del OSIPTEL el acopio, procesamiento y sistematización de los comentarios que se presenten, así como la presentación a la Alta Dirección de sus correspondientes recomendaciones.

Regístrese, comuníquese y publíquese.