FACULTAD DE DERECHO

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS

VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO 2015- CHICLAYO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

PRESENTADO POR:

BACH. MANAYAY DÁVILA, YANINA

BACH. MURO IPANAQUÉ, HUGO ANDRÉS

ASESOR METEDOLÓGICO:

ABG. JOSÉ LUIS SAMILLÁN CARRASCO

ASESOR ANALÍTICO:

JOSÉ ARQUÍMEDES FERNÁNDEZ VÁSQUEZ

Pimentel - PERÚ

2016

VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO 2015 - CHICLAYO.

Abg. Samillán Carrasco José Luis
Asesor Metodológico

Mg. Fernández Vásquez José Arquímedes
Asesor especialista

Mg. Chambergo Chanamé César
Presidente del Jurado de Tesis

Abg. Obiol Anaya Erik Francese
Secretario del Jurado de Tesis

Mg. Fernández Vásquez José Arquímedes
Vocal del Jurado de Tesis

DEDICATORIA

Dedicamos la presente investigación a Dios Por la sabiduría e inteligencia que día a día nos regala, y porque en cada instante está alentándonos, para de esta forma lograr todo lo que nos hemos trazado.

A nuestros padres por su constante lucha, por ser parte de nuestra vida y porque día a día se esfuerzan y sacrifican por hacer de nosotros la persona de hoy y mañana y a todos aquellos que de una u otra forma estuvieron alentándonos.

AGRADECIMIENTO

A nuestro Asesor, Mg. José Arquímedes Fernández Vásquez, por la dedicación constante en la presente investigación; y orientación brindada en el desarrollo y culminación de este trabajo de investigación.

A todas las personas que nos brindaron su tiempo y nos orientaron en la realización de la presente investigación.

Los autores.

RESUMEN

La presente tesis estudia la vigencia del derecho tuitivo en el servicio de telecomunicaciones, cuya investigación comprende el análisis de la evolución y desarrollo del derecho tutelar del consumidor y la protección brindada por parte del estado; el objetivo de esta investigación es analizar los criterios que deberían tomar en cuenta los reguladores de este servicio, frente a la vulneración de los derechos del consumidor, determinando así la eficacia del derecho tuitivo en las empresas que brindan el servicio de telecomunicaciones en telefonía móvil; asimismo, los incumplimientos de los derechos de los usuarios existentes en el Código de Defensa y Protección del Consumidor, y las discrepancias teóricas que a la vez no permitieron que haya una efectiva protección del consumidor de los servicios de telecomunicaciones. En tal sentido, se resalta la importancia del análisis realizado a los planteamientos teóricos, normativa nacional e internacional.

Por tanto, se pretendió establecer la protección tutelar del consumidor de los servicios de telecomunicaciones, respecto a los usuarios de las empresas operadoras de telefonía móvil; a través del tipo de investigación mixto, en el cual se utilizaron técnicas de análisis documental, encuestas para los informantes; obteniendo como resultado la existencia de los incumplimientos de los derechos del consumidor, derecho de información con la asimetría informática, y la existencia de discrepancias teóricas las cuales no permitieron que haya una efectiva protección tutelar del consumidor.

PALABRAS CLAVE: Derecho Tuitivo, Servicio de Telecomunicaciones.

ABSRACT

This thesis studies the effect of the protective law in the telecommunications service, whose research includes the analysis of the evolution and development of the law and protect the consumer protection provided by the state; The objective of this research is to analyze the criteria should take into account regulators this service, against the violation of consumer rights, thereby determining the effectiveness of the protective law in companies that provide telecommunications services in mobile telephony; also the breaches of the rights of those in the Code of Defense and Consumer Protection users, and theoretical discrepancies that while there did not allow effective consumer protection telecommunications services. In this regard, the importance of the theoretical analysis approaches, national and international regulations is highlighted.

Therefore, it was intended to establish safeguard consumer telecommunications services, with respect to users of mobile phone operators protection; through the mixed type of research, in which documentary analysis techniques were used, informants surveys; resulting in the existence of breaches of consumer rights, rights of computer information asymmetry, and the existence of theoretical discrepancies which did not allow effective protection is protect the consumer.

KEYWORDS: Right Tuitiva, Telecommunications Service.

INTRODUCCION

En la actualidad con el avance de la tecnología y el ingreso de nuevas empresas que brindan servicio de telecomunicaciones, es imprescindible que el Perú lleve a cabo la actualización de todo su sistema de normas jurídicas referidas a este tema. Es por ese motivo que la presente investigación estudia la vigencia del derecho tuitivo en el servicio de telecomunicaciones, pues el consumidor o usuario es el más afectado en esta relación de consumo por la falta de educación y divulgación de sus derechos como tal. Además el concepto de "Consumidor Razonable" adoptado por la sala de defensa del consumidor Indecopi; se considera que no es el adecuado, por ser una interpretación jurisprudencialmente limitativa, por ser un ideal que no es posible alcanzar en el país, debido a la existencia de un alto grado de analfabetismo y una precaria economía de mercado . Ello llevó a decir que, a nivel administrativo, se tenía un concepto "Limitativo" del consumidor, sin tomar en cuenta la dinámica de las relaciones de consumo, la experiencia jurídica comparada y, sobre todo, la realidad. En la actualidad, también se entienden como consumidores a "las personas naturales y jurídicas pertenecientes a la categoría profesional de los pequeños empresarios" que "son también sujetos afectados por la desigualdad informativa en la relación de consumo", es decir existe en el mercado asimetría informática que afecta a los usuarios de las empresas de telecomunicaciones, pues la legislación no establece la educación y divulgación de los derechos del consumidor como un derecho del consumidor, evidenciándose de esta forma una carencia en el sistema jurídico.

Por tanto, estudiando detalladamente la situación problemática de la investigación es necesario mencionar las causas relacionadas al derecho tuitivo en el servicio de telecomunicaciones, siendo una de

ellas la información asimétrica que brindan aquellas empresas que prestan el servicio de telecomunicaciones, del mismo modo la educación que se le brinda al consumidor o usuario es nula, a razón de que no está considerada como uno de sus derechos como consumidor. Por ende, analizando la base normativa nacional se encontró básicamente en el título I del código de protección y defensa del consumidor un vacío normativo respecto a la educación y divulgación de los derechos del consumidor como un derecho del consumidor

En la actualidad somos parte de una sociedad de consumo; en donde los derechos de los consumidores constantemente son vulnerados, no por falta de normas o reglamentos que regulen esta problemática, sino, por falta de conocimiento, en cuanto a los derechos que los protegen como consumidores y los reglamentos que establecen el procedimiento a seguir para hacer prevalecer sus derechos.

Entonces, en ese sentido se busca analizar lo relacionado estrechamente con la vigencia del derecho tuitivo en el servicio de telecomunicaciones y la normativa vigente que regula esta situación.

En la técnica de la encuesta se obtuvo como resultados el nivel de conocimiento en los informantes (Responsables de las empresas de Telecomunicaciones, Jefe de la oficina descentralizada de OSIPTEL y los usuarios de telecomunicaciones) concerniente los ítems de medición con referencia a los conceptos básicos, la normativa nacional directamente relacionada con la problemática, y sobre todo, qué, normativa internacional se debe tomar como referencia a la solución.
En consecuencia esta investigación comprendió sistemáticamente de siete capítulos entre ellos: CAPÍTULO I: Referente a la metodología desarrollada en la tesis, que estudia la problemática, entre los cuales

resalta el problema, sus antecedentes, la formulación propia del problema, justificación, limitaciones, objetivos, hipótesis, variables, tipo de investigación y método aplicado; CAPITULO II: Estudia las bases teóricas utilizadas en la tesis como son los planteamientos teóricos, normas nacionales y legislación comparada, formándose su desarrollo en los siguientes Sub Capítulos: sub capítulo I Derechos del Consumidor, Sub capítulo II Las Telecomunicaciones, sub capítulo III La Contratación en las Telecomunicaciones, sub capítulo IV Derecho Tuitivo en la Legislación Nacional; CAPITULO III: Descripción de la realidad, este capítulo detalla cuales son las causas del problema materia de investigación; CAPITULO IV: Refiere al análisis de la realidad, en el mismo que se aprecia e interpreta los datos arrojados a través de los informantes que son la población encuestada; CAPITULO V: Establece las conclusiones, que son básicamente resúmenes y aspectos finales que se ha llegado después de haber detallado, calificado e interpretado los resultados obtenidos del estudio; CAPITULO VI: Detalla las recomendaciones, referente a las acciones que deben considerarse frente a al problema, es decir, son las soluciones a tomar en cuenta; CAPITULO VII: Nombra las referencias y anexos, pues en este capítulo es dependiente y respalda la descripción, estudio, calificación e interpretación de la investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA iii

AGRADECIMIENTO iv

RESUMEN v

ABSRACT vi

INTRODUCCION vii

ÍNDICE 10

CAPÍTULO I PLATEAMIENTO METODOLÓGICO 18

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO. 19

1.1 El problema. 19

A nivel internacional. 19

A nivel nacional 20

A nivel regional y local 21

1.1.1 Selección del problema 21

1.1.2 Antecedentes 21

A nivel Mundial 21

A nivel Nacional 22

A nivel Local 23

1.1.3 Formulación interrogativa del problema 25

1.1.4 Justificación de la investigación 26

1.1.5 Limitaciones y restricciones de la investigación 27

Limitaciones 27

Restricciones 27

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 27

1.2.1 Objetivo General 27

1.2.2 Objetivos específicos 27
1.3 HIPÓTESIS 28
1.3.1 Hipótesis global 28
1.3.2 Sub hipótesis 28
1.4 VARIABLES 29
1.4.1 Identificación de las variables 29
1.5 TIPO DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS 33
1.5.1 Tipo de investigación 33
1.5.2 Tipo de análisis 33
1.6 Diseño de la ejecución del plan como desarrollo de la investigación 33
1.6.1 El universo de la investigación. 33
1.6.2 Técnicas, instrumentos e informantes o fuentes, y variables a las que se aplicará cada instrumento. 34
1.6.3 Población de informantes 35
1.6.3.1 La muestra de la investigación 35
1.6.4 Forma de tratamiento de los datos 35
1.6.5 Forma de análisis de las informaciones 36
1.6.6 Fundamentación de la muestra por propiedad 36
CAPÍTULO II. MARCO TEÒRICO 40
2.1 PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS 40
2.1.1 SUB CAPÍTULO I: DERECHOS DEL CONSUMIDOR 40
2.1.1.1 Generalidades 40
2.1.1.2 DESARROLLO Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR. 40

2.1.1.3 TEORÍAS SOBRE LA NATURALEZA JURÍDICA DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR. 42

2.1.1.4 DETERMINACIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DISCIPLINA JURÍDICA AUTÓNOMA. 44

2.1.1.5 LAS ESCUELAS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR. 46

2.1.1.6 DEFINICIÓN DE CONSUMIDOR Y USUARIO. 49

2.1.1.7 Derechos de los consumidores en la legislación comparada. 50

2.1.1.8 Derechos de los consumidores establecidos en la legislación nacional. 54

2.1.2 SUB CAPÍTULO II: LAS TELECOMUNICACIONES..... 59

2.1.2.1 Generalidades.....59

2.1.2.2 DEFINICIÓN DE LAS TELECOMUNICACIONES 59

2.1.2.3 HISTORIA DE LAS TELECOMUNICACIONES.....60

2.1.2.4 Empresas operadoras de telecomunicaciones de telefonía móvil...61

2.1.2.5 SERVICIOS DE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES 62

2.1.2.6 LAS TELECOMUNICACIONES EN LA ECONOMIA.....63

2.1.2.7 INSTITUCIÓN ENCARGADA DE REGULAR LOS SERVICIOS DE LAS EMPRESAS OPERADORAS DE TELECOMUNICACIONES 65

2.1.2.8 Derechos de los usuarios en el servicio de telecomunicaciones.....69

2.1.3 Sub Capítulo III: LA CONTRATACIÓN EN LAS TELECOMUNICACIONES 72

2.1.3.1 Generalidades.....72

2.1.3.2 CONTRATOS.....72

2.1.3.3 Definición de servicios.....76

2.1.3.4 Definición de Bienes 78

Sub capítulo IV: EL DERECHO TUITIVO EN LA LEGISLACIÓN COMPARADA Y NACIONAL..... 79

2.1.4.1 Generalidades.....79

2.1.4.2 EL DERECHO TUITIVO EN LA LEGISLACIÓN COMPARADA 80

2.1.4.3 EL DERECHO TUITIVO EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL.....81

CAPÍTULO III DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD 85

3.1 DESCRIPCIÓN ACTUAL DE LOS RESPONSABLES RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO – 2015..... 86

3.1.1 Resultados de los responsables respecto a Las Discrepancias Teóricas (planteamientos teóricos), con referencia a la Vigencia del Derecho Tuitivo en el Servicio de Telecomunicaciones. Periodo – 2015..... 86

3.1.1.1 Planteamientos teóricos considerados como criterios para resolver los reclamos. 86

2.1 DESCRIPCIÓN ACTUAL DE LA COMUNIDAD JURÍDICA RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO - 2015 95

2.1.1. RESULTADOS DE LA COMUNIDAD JURÍDICA EN RELACIÓN A LOS PLANTEAMIENTOS TEÒRICOS (NORMA, LEGISLACIÓN COMPARADA), RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO- 2015..... 95

2.1.1.1 Resultados del nivel de conocimiento de los derechos como consumidor 95

2.1.1.2 Resultado de las discrepancias teóricas (planteamientos teóricos) en el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque. OSIPTEL 101

2.1.2 RESULTADOS DE LA COMUNIDAD JURÍDICA, EN RELACIÓN A LOS INCUMPLIMIENTOS (NORMA, LEGISLACIÓN COMPARADA) RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO - 2015 101

2.1.2.1 Resultado de los incumplimientos (norma y Legislación) comparada por los usuarios. 101

2.1.2.2. Resultado de los incumplimientos (norma y legislación comparada) por el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque. OSIPTEL 112

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE LA REALIDAD..... 113

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ENCONTRADA DE LOS RESPONSABLES RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO – 2015 114

4.1.1 Análisis de los responsables respecto a los planteamientos teóricos. 114

4.1.1.1 Apreciaciones resultantes del análisis en los responsables respecto a los planteamientos teóricos. 117

4.1.2 Análisis Resultados de los responsables respecto a los incumplimientos de las normas que establecen los derechos de los usuarios. 118

4.1.1.1 Apreciaciones resultantes del análisis de los responsables respecto a los incumplimientos de las normas que establecen los derechos de los usuarios. 122

4.2 ANÁLISIS ENCONTRADA DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD JURÍDICA RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO - 2015 123

4.2.1 ANÁLISIS ENCONTRADA DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD JURÍDICA EN RELACIÓN A LOS PLANTEAMIENTOS TEÒRICOS (NORMA, LEGISLACIÓN COMPARADA), RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO- 2015 124

4.2.1.1 Resultados del nivel de conocimiento de los derechos como consumidor. 124

4.2.1.2 Análisis del resultado de las discrepancias teóricas (planteamientos teóricos) por el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL. 128

4.2.2 ANALISIS DE LA SITUACIÓN ENCONTRADA EN LA COMUNIDAD JURÍDICA, EN RELACIÓN A LOS INCUMPLIMIENTOS (NORMA, LEGISLACIÓN COMPARADA) RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO - 2015. 130

4.2.2.1 Análisis los Resultados de los incumplimientos (norma y Legislación comparada) por los usuarios. 130

4.2.2.2 Resultado de los incumplimientos (norma y legislación comparada) por el Jefe de la Oficina Descentralizada OSIPTEL. 138

CAPÍTULO V CONCLUSIONES 140

5.1 RESUMEN DE LAS APRECIACIONES RESULTANTES DE LOS ANALISIS. 141

5.1.1 Resumen de las apreciaciones con respecto a las partes o variables del problema. 141

5.1.1.1 Apreciaciones resultantes del análisis de los responsables respecto a los incumplimientos de las normas que establecen los derechos de los usuarios. 141

5.1.1.3 Apreciaciones resultantes de los incumplimientos de las normas y legislación comparada de la comunidad jurídica.....142

5.1.1.4 Apreciaciones resultantes del análisis en los responsables respecto a los planteamientos teóricos. 143

5.2 Conclusiones parciales 145

5.2.1 Conclusión parcial 1 145

5.2.2 Conclusión parcial 2 145

5.2.2.1 Conclusiones de los incumplimientos (norma y Legislación comparada por los usuarios. 146

5.2.3 Conclusión parcial 3 146

5.2.4 Conclusión parcial 4 147

5.2.4.1 Conclusión de las discrepancias teóricas (planteamientos teóricos descritos en la norma y Legislación comparada) en los usuarios. 148

5.3 Conclusión General. 148
5.3.1 Contrastación de la hipótesis Global. 148
5.3.2 Enunciado de la conclusión general. 150
CAPITULO VI RECOMENDACIONES 151
6.1 Recomendaciones parciales. 152
6.1.1 Recomendación parcial 1. 152
Conclusión en la que se basa.....152
Enunciado de la recomendación parcial1.....152
6.1.2 Recomendación parcial 2. 153
Conclusión en la que se basa.....153
Enunciado de la recomendación parcial 2.....153
6.1.3 Recomendación parcial 3. 153
Conclusión en la que se basa.....153
Enunciado de la recomendación parcial 3.....154
6.1.4 Recomendación parcial 4. 154
Conclusión en la que se basa.....154
Enunciado de la recomendación 4 154
6.2 Recomendación general. 155
ANEXOS 159
ANEXOS DEL PROYECTO 159
Anexo Nº 1: Selección del problema a investigar..... 159
Anexo Nº 2: Identificación del número de partes de un problema.. 160
Anexo Nº 3: Priorización de las partes de un problema 161
Anexo Nº 4: MATRIZ PARA PLANTEAR LAS SUB-HIPÓTESIS Y LA HIPÓTESIS GLOBAL 162

Anexo N° 05: Matriz para la selección de técnicas, instrumentos e informantes o fuentes para recolectar datos 163

Anexo N° 06 Cronograma de ejecución del plan desarrollo del proyecto de tesis 164

ANEXO DE LA TESIS 165

Anexo Nº 7 165

a) Cuestionario para Responsables y Comunidad Jurídica del Problema..... 165

ANEXO 8: PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA EL TÍTULO I, DEL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR 172

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO.

1.1 El problema.

La telefonía móvil llegó al país en 1990 como un producto de élite. Hoy es el medio de comunicación de las masas por excelencia; debido a que con el transcurrir del tiempo, este servicio, se ha convertido en un medio de gran importancia para satisfacer las necesidades socio económicas de la humanidad; ya que ha acercado a los usuarios mediante la rápida comunicación que otorga este servicio, no siendo necesario estar cerca para establecer una conversación, ya sea en el ámbito laboral, o en el ámbito familiar.

Es de esta forma, que al tornarse en un servicio de gran importancia para el hombre; ha aumentado la demanda, y con ello se observa en la realidad que existen deficiencias en el servicio brindado por las empresas de telefonía móvil, al verse plasmada en los innumerables reclamos recibidos en la cual se advierten su desconformidad por la calidad e idoneidad del servicio ofrecido. Por ejemplo en el año 2015 según portal web de OSIPTEL, se registraron a nivel nacional 316,083 reclamos resueltos sobre calidad e idoneidad del servicio, que es equiparable al 28.52% de los reclamos impuestos por los usuarios en las diversas empresas operadoras, lo que evidencian las carencias en el servicio ofrecido.
https://www.osiptel.gob.pe/articulo/115-primera-instancia-empresas-operadoras-reclamos-resue
Esta problemática, está afectando a los usuarios no solo en nuestra región, sino a nivel nacional e internacional, tal y como se describe en las siguientes líneas.

A nivel internacional.

En Argentina se reportan problemas de red en el servicio móvil de Movistar
La compañía confirmó los inconvenientes en el servicio de telefonía móvil; falta de señal y sin acceso a Internet fueron las quejas informadas por los usuarios en las redes sociales. Noticia recogida en la página web http://www.lanacion.com.ar/1838677-reportan-problemas-de-red-en-el-servicio-movil-de-movistar.

En México el 30 de noviembre del 2015, el 36% de los usuarios de telefonía móvil tuvo problemas con el servicio, según la tercera encuesta para conocer los patrones de consumo y experiencia de los usuarios de telecomunicaciones, realizada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Por otra parte, en cuanto al portal Soy Usuario que recibe las quejas y problemas de los usuarios en telecomunicaciones, el IFT encontró que durante el primer trimestre de operación, el sitio ha recibido un total de dos mil 588 inconformidades, de las cuales el 36.36% corresponden al servicio de telefonía móvil. Información correspondiente a la página web.

http://www.informador.com.mx/economia/2015/629662/6/usuarios-de-telefonia-movil-tienen-problemas-pero-pocos-se-quejan.htm.

En Chile, la voz del pueblo se ha hecho sentir en las redes sociales debido a un problema con el servicio de telefonía móvil de Movistar Chile, que ha provocado intermitencias en algunas comunas de Santiago y en algunos sectores de Valdivia, Temuco, Coronel, Chillán y otras zonas del sur del país. Noticia recogida de la página web.

https://www.wayerless.com/2012/03/chile-servicio-de-movistar-presenta-intermitencias/.

A nivel nacional

En el Perú a diciembre del 2015, según cifras proporcionados por OSIPTEL: Aumenta en 57.2 % los reclamos de los usuarios en primera instancia.

La facturación sigue siendo el motivo principal de los reclamos que realizan los usuarios a nivel nacional y se observa también un mayor crecimiento en las quejas por la calidad e idoneidad de los servicios que brindan las operadoras. Informe recogido de la página web.

http://www.osiptel.gob.pe/Archivos/Publicaciones/Reporte_estadistico_diciembre/reporte_estadistico_diciembre.html#3/z.

A nivel regional y local

En la Región Lambayeque se resolvieron 1,574 apelaciones y quejas. Datos recogidos de la página web.

https://www.osiptel.gob.pe/noticia/105098-osiptel-inaugura-sala-especializada-para-resolver-apelacione.

Frente a esta situación se realiza la presente investigación la cual se denomina VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO, EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES, PERIODO 2015 – CHICLAYO.

1.1.1 Selección del problema

Este problema ha sido seleccionado teniendo en cuenta los siguientes criterios:

a) Se tuvieron acceso a los datos relacionados al problema.
b) Su solución contribuyó a resolver otros problemas.
c) Fue uno de los que tuvo más incidencia social.
d) Afectó a la población.
e) En su solución estuvieron interesadas las personas en general. (Ver anexo 1 y 3).

1.1.2 Antecedentes

A nivel Mundial

Villaverde, H (2008) en su artículo realizado en Uruguay, y que lleva por título "Defensa del Consumidor en Uruguay: Contextualización Histórica, Legislación y Instituciones Públicas y Sociales. En el proceso de elaboración de este trabajo se recurrió a fuentes de información primaria, fundamentalmente entrevistas a actores sociales claves, y a fuentes secundarias, esto es, revisión bibliográfica y de medios de comunicación. La información fue sistematizada y analizada dentro de 4 grandes ítems: Instalación del tema en la agenda pública-política, Legislación, Institucionalidad Pública y Participación Ciudadana.

En las conclusiones del sistema de protección del estudio se reafirmó la debilidad del sistema de protección del consumidor en Uruguay frente al desarrollo de otros países de la región, situación que en gran manera se debe en gran medida a la relativa" reciente instalación del tema en la agenda político pública y a la aun baja incidencia de la participación ciudadana. Además, se reafirmaron las principales proyecciones y desafíos de los distintos actores involucrados en el tema: en los partidos políticos de todos los sectores, se requieren un involucramiento mayor y más consistente en el tema, un mayor esfuerzo por abordar los vacíos legales del sistema de defensa de los consumidores, y por generar políticas públicas pertinentes. Desde la institucionalidad pública, sigue siendo un desafío el conseguir un mayor impacto nacional de las acciones de la institucionalización con los organismos relevantes, para que estos asuman un rol más significativo y destacado en el tema. Para las asociaciones de los consumidores y la sociedad civil en general, sigue siendo un desafío fundamental el promover los derechos del consumidor (a través de su difusión y educación) para que ellos sea posible es necesario que sean apoyadas por la sociedad y el Estado, con el fin de desarrollar su capacidad de proteger los derechos colectivos de los consumidores. P. 2,3

A nivel Nacional

Malpartida. V. (2003), en su investigación realizada en Lima, titulada "El Derecho del Consumidor en el Perú y en el Derecho Comparado"; tiene como objetivo analizar los criterios que encierra el Decreto Legislativo Nº 176, así como los resultados en la protección del consumidor, así como aquellos que también tienen como objetivo la protección al consumidor.

En su metodología la investigación planteada se inicia con un carácter histórico-descriptivo, en cuanto a la configuración de sus fundamentos y la enunciación del derecho al consumidor.

Asimismo, hace un recuento de la normatividad respectiva, en lo internacional comparado y el ámbito nacional.

Igualmente, pensamos que la investigación planteada, tiene finalmente un carácter explicativo, para así alcanzar un nivel de propuesta para un mejor tratamiento de la protección del consumidor.

El autor llega a las siguientes conclusiones:

1. Dos apreciaciones finales tenemos como resultado:

   En la primera apreciación, referente al papel de INDECOPI en los que respecta a la protección del consumidor, se ha visto claramente que muchos de los reclamos solo se quedan en tales, sin pasar a formalizarse, es decir, convertirse en denuncias. Esto definitivamente abre una gran discusión sobre la vigencia de INDECOPI.

   La segunda apreciación es en lo concerniente a que tanto en los reclamos ante INDECOPI como en lo que acaece ante los organismos reguladores, los rubros más reclamados tienen relación con una situación de posición de dominio en el mercado. Ahora bien, el hecho no es solo que los reclamos sean mayoritarios en relación a dichas empresas, sino que alcanzan niveles que se mantienen altos, no existiendo propósitos de rectificación en muchos casos.

2. Hay entonces una indudable ligazón entre la posición de dominio en el mercado y la violentación de los derechos del consumidor. Entonces, lo anterior probaría de alguna forma que en la problemática d protección al consumidor no existe solo una asimetría informativa, sino que también habría que contemplar la asimetría en el poder económico entre dichos sujetos o polos. La ley de protección al consumidor peruana de manera increíble, no contempla esta última asimetría nombrada, produciéndose como consecuencia una asimetría en el derecho también.

A nivel Local

Checa Y Peña, (2013), en su investigación en Chiclayo y titulada “La Creación De Valor Del Cliente Como Ventaja Competitiva De Gestión En La Empresa Telefónica Servicios Comerciales S.A.C.-Filial Chiclayo, 2013”, la investigación tiene como objetivo Analizar la influencia de la creación de valor del cliente como ventaja competitiva de gestión de la empresa Telefónica Servicios Comerciales S.A.C. – Chiclayo, 2013.

Para desarrollar la tesis abarcaron la metodología descriptiva explicativa.
Su principal conclusión es que usualmente los clientes acuden a este lugar con el motivo de reclamar fallas de los servicios o productos, incrementos de tarifas y cobros injustificados; por lo que se recomienda a Telefónica enfocar en la mentalidad diaria del personal las actividades que crean valor a los clientes para que realicen su labor de manera efectiva.

Guerreo, Y. (2007) en su investigación en el Departamento de Lambayeque, denominada "El Derecho Del Consumidor En El Perú y En El Derecho Comparado", en su metodología planteada se inicia con un carácter histórico descriptivo en cuanto a la configuración de sus fundamentos y la enunciación de los derechos del consumidor. Asimismo se hace un recuento de la normatividad respectiva, en lo internacional y el ámbito nacional
Así existe una tesis literal sobre protección al consumidor, fundamentada del Decreto Legislativo Nº 716, esta parte da una idea incompleta de lo que constituye.

Y en sus Conclusiones la autora llega a la conclusión:

> Que el derecho del consumidor tiene sentido en la medida que es tomado como parte en la construcción de la ciudadanía, en la medida que se tiene en cuenta la protección de la persona en su totalidad.
>
> Por otro lado sostiene que hay dos formas de protección al consumidor:
>
> > **La Protección indirecta:** Se admite una protección en base a la intervención del estado, circunscrita a la corrección de las fallas del mercado, como en el caso de nuestro país, que como fundamento del Decreto Legislativo Nº 716 se expresa que tiende a combatir la asimetría informativa, y, a su vez corrige esta, será el mecanismo del mercado el que logre la satisfacción de la expectativa del consumidor. Aquí se encuentra el derecho a la libre competencia y derecho contra la competencia desleal.

Y la Protección Directa: Principalmente se encuentra el decreto legislativo Nº 716 Ley de Protección al consumidor, así como el decreto Legislativo Nº 691 Ley sobre publicidad comercial. Ambas normas son complementadas por lo regulado en el Código Civil a lo que respecta a la contratación en masa; lo dispuesto en el Código Penal en lo que respecta a los delitos contra el consumidor; y finalmente en lo que compete a la normatividad sobre órganos reguladores de los servicios públicos.

1.1.3 Formulación interrogativa del problema

El problema fue formulado interrogativamente mediante las siguientes preguntas:

Primera Parte del Problema: Incumplimientos

a. ¿Existieron incumplimientos por parte de la empresa de telecomunicaciones? ¿Cuáles fueron?
b. ¿Por qué existieron este tipo de incumplimientos?
c. ¿Cuáles fueron los factores que generan los incumplimientos por parte de las empresas operadoras de telecomunicaciones?
d. ¿Cuáles fueron las causas que explicarían esos incumplimientos?
e. ¿Qué mecanismos existieron para propiciar un cumplimiento adecuado de la normatividad (el art. 65º de nuestra Constitución política y el art. 2 del Código de los derechos del usuario) frente a la vulneración cometida por las empresas de telecomunicaciones?

Segunda parte del Problema: Discrepancias Teóricas

a. ¿Conoció el personal de las empresas de telecomunicaciones y el TRASU (tribunal de OSIPTEL) correctamente el derecho tuitivo en protección al usuario frente a las empresas operadoras de telecomunicaciones?

b. ¿Se observó la utilización del Derecho Tuitivo en los reclamos presentados por los usuarios de Telefonía Móvil?
c. ¿Los contratos de Servicios de Telefonía Móvil, son contratos que afectan el derecho del consumidor?

1.1.4 Justificación de la investigación.

En el presente trabajo de investigación se desarrollaron conceptos vinculados a la protección del consumidor, como es el caso del derecho tuitivo en defensa del consumidor del servicio de telefonía móvil, poniendo especial énfasis en la información brindada a los usuarios, con respecto a los derechos y obligaciones de la relación contractual brindado por las empresas operadoras de telecomunicaciones; asimismo se pretende, establecer o señalar la relación de asimetría que surge entre empresa-consumidor.

Los principales beneficiarios con la presente investigación fueron los usuarios del Servicio de Telecomunicaciones debido a que la aplicación del derecho tuitivo establecido en el derecho comparado, va a beneficiarlos con su aplicación en cuanto a sus reclamos presentados frente a la vulneración de sus derechos como tales, tutelando así sus derechos debido a que son la parte más débil en esta relación contractual, equiparando de esta forma el desequilibrio que frecuentemente se presenta en esta sociedad de consumo generada.

También respecto a los beneficiarios se consideró a OSIPTEL, debido a que es el organismo regulador de los derechos del usuario, y como tal está llamado a acudir en defensa del consumidor frente a la vulneración de sus derechos, beneficiado en el sentido de que esta investigación, podrá brindarle alcances en beneficio del consumidor, los cuales servirán para tutelar de manera eficaz los derechos en defensa del consumidor.

1.1.5 Limitaciones y restricciones de la investigación

Limitaciones

a. El espacio fue limitado; debido a que solo se hace un estudio a nivel de la Ciudad de Chiclayo.
b. El periodo de estudio fue el año 2015.

Restricciones

a. Los investigadores contaron con limitada disponibilidad de bibliografía relacionada al tema.
b. La investigación fue autofinanciada.
c. El tiempo utilizado para la elaboración de la siguiente investigación fue parcial.

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo General

Analizar los criterios que deberían tomar en cuenta los reguladores de este servicio, frente a la vulneración de los derechos de los usuarios, determinando así la eficacia del Derecho Tuitivo en las empresas que brindan el servicio de telecomunicaciones en telefonía móvil.

1.2.2 Objetivos específicos

a. Identificar los criterios que toman en cuenta las empresas en el rubro de telecomunicaciones; para establecer los contratos en la región Lambayeque.

b. Identificar los criterios tomados en cuenta por la institución reguladora de los servicios de telecomunicaciones, a la hora de resolver los reclamos presentados por los usuarios frente a la vulneración de sus derechos.
c. Determinar el nivel de participación del consumidor, al adquirir los servicios de las empresas operadoras.
d. Elaborar una alternativa legal para fortalecer el Derecho Tuitivo. En el servicio de Telecomunicaciones.

1.3 HIPÓTESIS (Anexo 4)

1.3.1 Hipótesis global

Se aprecian Incumplimientos por parte de los Responsables en cuanto a la aplicación de normas del art 2º del CPDC, con la asimetría informática, en cuanto a la protección del usuario; en el Servicio de telecomunicaciones; además de haber incumplimiento por parte de la Comunidad Jurídica y Responsables, en cuanto a la aplicación de las discrepancias teóricas, al no tomarse en cuenta, el Derecho Tuitivo, para de esta manera mejorar la protección del usuario.
Siendo estas discrepancias teóricas, las que buscan que los derechos de los usuarios de telefonía móvil no sean vulnerados, debido a los alcances del Derecho tuitivo regulado ya en normas existentes en la legislación comparada (Brasil, Argentina, Chile) como un modelo exitoso, en protección del derecho del consumidor. Véase (anexo 4)

1.3.2 Sub hipótesis (Anexo Nº 4)

a. Se apreciaron Incumplimientos por parte de los Responsables en cuanto a la aplicación de normas del art 2º del CPDC, con la asimetría informática, en cuanto a la protección del usuario; en el Servicio de telecomunicaciones.
   Fórmula : –X1; A1; B2
   Arreglo 1 : -X, A, B

b. Se apreciaron incumplimientos por parte de la Comunidad Jurídica en cuanto a las normas que protegen al usuario frente a la información asimétrica brindada por los Responsables, considerando la vigencia del derecho tuitivo en la legislación comparada (Brasil, argentina y chile).

   Fórmula : –X1; A2; -B2,-B3

   Arreglo 2 : -X, A, B

c. Se apreciaron Discrepancias Teóricas por parte de los Responsables, sobre protección de los derechos de los usuarios del servicio de telecomunicaciones, por no tomar en cuenta, el Derecho Tuitivo, para mejorar la protección de los derechos del usuario

   Fórmula : -X2; A1; -B1; -B2.

   Arreglo 3 : -X, A, B

d. Se apreciaron Discrepancias Teóricas por parte de la Comunidad Jurídica, que buscan que los derechos de los usuarios de telefonía móvil no sean vulnerados, debido a, que no se conoce los alcances del derecho tuitivo regulado en las normas existentes en la legislación comparada como un modelo exitoso, para una mejor protección del derecho.

   Fórmula : -X2; A2; -B2, -B3

   Arreglo 1 : -X, A, B

1.4 VARIABLES

1.4.1 Identificación de las variables

Dados los cruces que consideran las sub-hipótesis en la presente investigación, para poder contrastarlas; se requerirá obtener los datos de los dominios de los siguientes valores:

A = VARIABLES DE LA REALIDAD

A1 = Responsables

A2 = Comunidad Jurídica

-B = VARIABLES DEL MARCO REFERENCIAL

-B1 = Planteamientos Teóricos

-B2 = Normas Legales

-B3´ = Legislación Comparada

-X = VARIABLES DEL PROBLEMA

-X1 = Incumplimientos

-X2 = Discrepancias Teóricas

1.4.2 Definición de Variables

A1 = Responsables

Pertenecieron al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen la propiedad de explicitar lo referente a la protección de Derecho de los usuarios en las empresas de Telecomunicaciones, los cuales deberán brindar la información completa de los servicios y productos que ofrecen, considerando también como aquellos a "las personas que deben llevar a cabo distintas acciones (planificar, organizar y ejecutar) para lograr un objetivo"

O también "persona(s) obligada(s) a cumplir ciertas tareas o asumir ciertas funciones para el logro de objetivos". *(*Caballero, 2013 p. 217).

A2 = Comunidad Jurídica

Pertenecieron al dominio de esta variable todos los datos que en común tienen los usuarios, estudiantes y público en general que hacen un estudio sobre la protección de los derechos de los usuarios. *(*Cabanellas, 2002 p.100).

B1 = Planteamientos Teóricos

Pertenecieron al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicitar *la Vigencia del Derecho Tuitivo en el Servicio de Telecomunicaciones.* (Koontz y Weinrich, 1998 p. 246).

B2 = Normas Legales

Pertenecieron al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicitar “la norma o regla jurídica como un esquema o programa de defensa del usuario, frente a la vulneración de sus derechos. (Milla Batres, 1998 p. 8).

B3 = Legislación Comparada

Pertenecieron al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicitar la Ciencia cuyo objeto es el estudio de las semejanzas y diferencias entre los ordenamientos jurídicos de dos o más países”; referido a legislación “Se entiende por tal, según la definición de la Academia de la Lengua, “el conjunto o cuerpo de leyes por las cuales se gobierna un Estado o una entidad determinada, y también la ciencia de las leyes”. Con un sentido amplio, debe entenderse por leyes todas las normas rectoras del Estado y de las personas a quienes afectan; dictadas por la autoridad a quien esté atribuida esa facultad. (Cabanellas, 2002 p. 218).

X1 = Incumplimientos

Identificamos este tipo de problema cuando en la parte de la realidad en que las disposiciones de una norma deben cumplirse, estas no se han cumplido. (Caballero, 2008 p. 219)

X2= Discrepancias teóricas

Las identificamos cuando algunos conocen y propugnan la aplicación prioritaria de un planteamiento teórico, tal que A, y otros hacen lo mismo pero con otro planteamiento teórico, tal que B. (Caballero, 2008 p. 219).

1.4.3 Clasificación de las variables

VARIABLES	CLASIFICACIONES						
	Por la Relación causal	**Por la cantidad**	**Por la Jerarquía**				
			4	**3**	**2**	**1**	**0**
A = VARIABLES DE LA REALIDAD A1 = Responsables A2 = Comunidad Jurídica	interviniente interviniente	Cualitativa cualitativa	TA TA	MA MA	A A	PA PA	NA NA
-B = VARIABLES DEL MARCO REFERENCIAL -B1 = Planteamientos Teóricos -B2 = Normas Legales -B3´= Legislación Comparada	Independiente Independiente Independiente	Cualitativa Cantidad Discreta No cantidad	TA TAC TA	MA MAC MA	A AC A	PA PAC PA	NA NAC NA
-X = VARIABLES DEL PROBLEMA -X1 = Incumplimientos -X2 = Discrepancias Teóricas	Dependiente Dependiente	Cantidad Discreta Cantidad Discreta	— — —	— — —	– – – – –	— — —	— — — —

Leyenda:

T	=	Totalmente	E	=	Eficiente
M	=	Muy	A	=	Aplicables
P	=	Poco	C	=	Cumplible
N	=	Nada	AD	=	Adecuado
AC	=	Actualizado	AP	=	Aprovechable

1.5 TIPO DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

1.5.1 Tipo de investigación

Los estudios nos conllevan a un tipo de investigación explicativa porque trasciende los niveles explicativos y descriptivos que se usa para llegar al nivel explicativo.

Por lo tanto, están orientados a la comprobación de hipótesis; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes).

1.5.2 Tipo de análisis

El tipo de análisis es mixto porque recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en la misma investigación.

Usamos este método de enfoques cuantitativo y cualitativo para involucrar la conversión de datos cualitativos en cuantitativos y viceversa.

1.6 Diseño de la ejecución del plan como desarrollo de la investigación

1.6.1 El universo de la investigación.

El universo de la presente investigación comprende a la sumatoria de todas las variables que se han identificado en el punto 1.4.1. De la investigación la cual está constituida por los **Responsables**, representada por los administradores de las empresas operadoras de los servicios de telecomunicaciones de Telefonía móvil, asimismo por la **Comunidad Jurídica**, que está representada por los usuarios de los servicios de telecomunicaciones de telefonía móvil, de la misma forma los Planteamientos Teóricos que son todos los datos que en común tienen el atributo de explicitar la Vigencia del derecho Tuitivo en el servicio de

Telecomunicaciones, de igual modo las Normas Legales que son todos los datos que en común tienen el atributo de explicitar “la norma o regla jurídica como un esquema o programa de defensa del usuario, asimismo tenemos también la Legislación Comparada la que está representada por aquellas normas extranjeras de Brasil y Argentina referentes a la investigación, y los Incumplimientos los cuales son generados por las empresas operadoras).

1.6.2 Técnicas, instrumentos e informantes o fuentes, y variables a las que se aplicará cada instrumento.

De acuerdo a las variables presentes en la investigación, y la forma en cómo han sido cruzadas para la obtención de las sub-hipótesis, se requerirá aplicar o recurrir, a las siguientes técnicas de recolección:

1. **La técnica del análisis documental**: Para lo cual se utilizará como instrumentos de recolección de datos: Fichas Textuales y Resumen; teniendo como fuentes libros, textos y normas que servirán de apoyo para obtener información que nos permita una buena elaboración del proyecto de investigación; además esta recolección de datos nos permitirá conocer todo lo concerniente a los Planteamientos Teóricos, Normas y Legislación Comparada.
2. **La técnica de la encuesta:** Es una técnica que se utilizó para determinar los incumplimientos, que es el objeto de estudio, siendo 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; que tendrá como comunidad a los usuarios de las empresas operadoras de telecomunicaciones de la ciudad de Chiclayana.

1.6.3 Población de informantes

La población de informantes para el cuestionario se consideran a los usuarios del Servicio de Telecomunicaciones, personal de OSIPTEL y responsables de las empresas de los Servicios de Telecomunicaciones.

a) Responsables: Administradores de las empresas operadoras de los servicios de telecomunicaciones de telefonía móvil.
b) Comunidad Jurídica: Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque de OSIPTEL y Usurarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de Telefonía Móvil.

1.6.3.1 La muestra de la investigación.

La muestra es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características deben ser similares a la población de tal manera que se puedan garantizar los resultados a ella, la muestra se constituyó por:

RESPONSABLES, representada por 4 administradores de las empresas operadoras de telecomunicaciones de la ciudad de Chiclayo (Movistar, Claro. Entel, Bitel).
COMUNIDAD JURÍDICA, representada por el Jefe de la Oficina Descentralizada del OSIPTEL, y 99 usuarios de las empresas operadoras de telecomunicaciones de la ciudad de Chiclayo.

1.6.4 Forma de tratamiento de los 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 precisiones porcentuales para ser presentados como averiguaciones en forma de cuadros, gráficos estadísticos, etc.

1.6.5 Forma de análisis de las informaciones

De la información obtenida en resúmenes, cuadros, gráficos estadísticos, se formularán apreciaciones objetivas que se fueron contrastadas con nuestras sub-hipótesis, pudiendo obtenerse como resultado de ese proceso una prueba total, prueba parcial y disprueba parciales o disprueba total; de la cuales se tuvieron que formular una conclusión parcial (es decir que tendremos tantas conclusiones parciales como sub-hipótesis hayamos planteado). Estas conclusiones, sirvieron como premisas para validar la hipótesis general planteada, resultando de ello una conclusión general que determinó el curso de la investigación.

1.6.6 Fundamentación de la muestra por propiedad

Para obtener la muestra de pobladores se ha tenido en cuenta la Ciudad de Chiclayo, aplicándose una encuesta a 104 personas, entre ellas las siguientes:

a) Responsables: 4 administradores de las diferentes empresas operadoras de telecomunicaciones (Entel, Bitel, Movistar, Claro)
b) Comunidad jurídica: 1 representante de Osiptel, y 99 personas del Distrito de Chiclayo que cuenten con servicios de las empresas operadoras de telecomunicaciones.

Para demostrar las discrepancias y los incumplimientos, se realizó a través del análisis documental por la considerable información fidedigna que se ha encontrado por medios informativos.

Ahora, para poder delimitar el número de los encuestados se aplicó la siguiente fórmula:

El número total de los usuarios de las empresas operadoras de telecomunicaciones es difícil de encontrar, por solo encontrarse información respecto a líneas que se encuentran activas en el sistema por su uso, lo cual no nos ayuda para nuestra muestra, debido a que cada usuario puede contar con más de una línea telefónica registrada a su nombre, ya sea en la misma empresa operadora o en distintas empresas operadoras de telecomunicaciones. Debido a ello por interés de los

investigadores, es que nos estamos adhiriendo a los datos registrados en el INEI; datos que nos ayudaran a establecer nuestra población, para lo cual estamos cogiendo datos de la cantidad de población de los rangos establecidos entre 20 – 49 años de edad, llegando a una cifra total de 132,908 personas registradas en la provincia de Chiclayo; siendo así que esta cifra es muy elevada para nuestra muestra es que estamos utilizando el 0.1 % que es equivalente al 132.908 de personas del Distrito de Chiclayo.

Tabla 1: DATOS DE LOS INFORMANTES RESPECTO A LA INVESTIGACIÒN VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO 2015 – CHICLAYO

INFORMANTES	N°	%
ADMINISTRADORES DE LAS EMPRESAS OPERADORAS DE TELECOMUNICACIONES	4	3.8
REPRESENTANTE DE OSIPTEL	1	1
USUARIOS DE LAS EMPRESAS OPERADORAS DE TELECOMUNICACIONES	99	95.2
TOTAL DE INFORMANTES	104	100%

Fuente: Investigación propia

Ahora bien para delimitar nuestro número de encuestados se aplicó la siguiente formula:

Fórmula:

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

Dónde:

n = muestra

(N) = 132.908 "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"

$$\Rightarrow \quad n = \frac{(1.96)^2 (132.908)(0.25)}{(1.96)^2 (0.25) + (0.05)^2 (132.908-1)}$$

$$\Rightarrow \quad n = \frac{(3.8416)(132.908)(0.25)}{(3.8416)(0.25) + (0.05)^2 (131.908)}$$

$$\Rightarrow \quad n = \frac{127.6448432}{1.29017}$$

$$\Rightarrow \quad n = 98.93645 \quad \Rightarrow \quad n = 99$$

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II. MARCO TEÒRICO

2.1 PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS

2.1.1 SUB CAPÍTULO I: DERECHOS DEL CONSUMIDOR

2.1.1.1 Generalidades.

En este subcapítulo se describe el desarrollo y evolución histórica de los derechos del consumidor, las teorías sobre la naturaleza jurídica de los derechos del consumidor, así como las escuelas del derecho del consumidor, de igual manera las definiciones del consumidor y usuario; también los derechos del consumidor en la legislación comparada y los derechos de los consumidores en la legislación nacional.

2.1.1.2 DESARROLLO Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.

Para Durand, J. (2007); al surgir la empresa como un actor económico, trae el aumento de tráfico comercial, y una necesaria estructuración de nuevos mecanismos jurídicos que hagan factible la relación entre empresa y la comunidad que adquiera sus productos; es así que de esta relación surgen dos temas importantes, como los contratos por adhesión y todos aquellos contratos en masa P. 36

El ser humano en su condición de ser gregario, tiene la necesidad de que existan normas que hagan factible tal convivencia; es así que a todo este conjunto de normas, principios y costumbres se le denomina derecho y se adapta a los cambios en la vida del hombre.

No está demás afirmar al igual que Durand J.(2007), que el derecho del consumidor ha sido reglado de manera especial desde lo más primitivo como un azote, hasta lo más moderno que son las multas; lo cual, ha tenido como fin proteger al consumidor de los efectos nocivos y vicios ocultos de los bienes y o servicios al consumidor.

En la actualidad la sociedad se califica como una sociedad de masas; pues se caracteriza por marcados amplios con relaciones de consumo complejas, en el cual participan consumidores y productores.

2.1.1.2.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA

Para Durand, J. (2007); el origen del derecho del consumidor y de la relaciones entre productores y consumidores es muy antiguo, podemos encontrarlo en la biblia: “Tendrás un peso justo y exacto, e igualmente una medida justa y exacta para que se prolonguen tus días en la tierra, que Yavé, tu Dios, te da. Porque Yavé aborrece al que no hace tales cosas y a toda injusticia. P.37

Es debido a ello que se afirma. Que el hombre ha sido siempre consumidor, en donde el consumo ha sido parte de la sociedad, para satisfacer sus necesidades vitales, llegando a explotar todo aquello que la naturaleza le brindaba. Es así que en las antiguas civilizaciones se protegía al consumidor a través del derecho al alimento, ejemplo de ellos es que los egipcios protegían la carne, los griegos y romanos el vino prohibiendo su adulteración con agua.

Jhon F. Kennedy, al delimitar la tabla de derechos del consumidor el 15 de marzo de 1962; dejo con ello base para el desarrollo de la legislación moderna, al promover respeto para el consumidor y garantizar los derechos como el de seguridad, ser informado, poder escoger, y ser escuchado.

2.1.1.1.2 ÉPOCA ACTUAL

Durand, J. (2007); afirma que en la actualidad es necesario considerar al consumidor no como individuo, sino como parte de un estatus, el de los consumidores. P 43

El ámbito de aplicación del derecho consumidor es amplio, por lo que es difícil dar una definición final, no tiene límites debido a la complejidad de actividades que comprende, y día a día va ampliando su ámbito de acción.

2.1.1.1.3 EVOLUCIÓN LEGISLATIVA

Durand, J. (2007); afirma que el derecho romano protegía al consumidor a través de los vicios ocultos de las cosas; en la edad media las corporaciones imponían reglas éticas a los comerciantes respecto a la calidad del producto; sistema derogado en Francia por la sanción del Código Civil con la adopción del principio de voluntad. Posteriormente en Europa surge la legislación que combate el engaño y abuso que

padecían los consumidores, protegiendo de esta manera al consumidor por ser la parte más débil, desprotegido o poco avisado. P. 44

Es así que en la década de los 50 trae consigo el creciente desarrollo económico, y en consecuencia se multiplica la oferta de servicios, creándose de esta manera la demanda por la calidad y precios justos, habiendo desigualdad entre consumidores, productores y distribuidores; creándose así el movimiento consumerísta el cual propicio la protección adecuada de los derechos del consumidor. Tiempo después aparece la Directiva de la ONU, en el cual se brindaba protección al consumidor de la comunidad europea. Perú adopta un tratamiento con niveles jurídicos constitucionales seguido en varios países del mundo.

Las primera normas se dirigían a la protección de las empresas y a la competencia económica, por pensarse que el consumidor hallaría protección de las normas de manera indirecta, posteriormente se abre espacio para normas que protejan al consumidor.

2.1.1.3 TEORÍAS SOBRE LA NATURALEZA JURÍDICA DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR.

2.1.1.3.1 DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DERECHO CONSTITUCIONAL.

La Constitución política del Perú de 1979, establecía que el Estado promovía el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción y de la productividad, la racionalización de los recursos, fomentaba a los diversos factores de la producción y defendía el interés de los consumidores.

Del mismo modo la Constitución de 1993, expresa que el estado defiende el interés de los consumidores y usuarios, otorgándole rango constitucional a los derechos de la persona.

En tal sentido para Durand, J. (2007); la Constitución de Argentina señala que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de la salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a poder elegir y a recibir un trato equitativo y digno.

Tal constitución tiene un contenido amplio, al confirmar la importancia del consumidor en la relación de consumo. P. 48

La constitución peruana establece, que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para ello garantiza el derecho de información sobre los bienes y servicios que se encuentran en el mercado. Asimismo vela, por la salud y la seguridad de la población. Durand J. (2007), afirma que parte de la doctrina considera innecesario conceder rango constitucional a los derechos del consumidor, debido a poder convertirse en norma programática. Tal es el caso que es necesario contar con una legislación adecuada y medios eficaces para su observancia, a fin de que los consumidores y usuarios puedan hacer prevalecer sus derechos. P. 49

La protección del consumidor se basa en proteger su capacidad adquisitiva, su salud y su seguridad física, etc. Frente a los servicios o productos ofrecidos que adquiera a fin de satisfacer sus necesidades.

2.1.1.3.2 DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DERECHO DE LA PERSONA

El derecho del consumidor se entiende como un derecho subjetivo y personal, que al transgredirse se viola uno de los derechos de la persona, lo cual queda expuesto a una reparación.

El consumidor difícilmente puede influir en el mercado, es más se ve sometido a la publicidad mediática, lo cual reduce su capacidad crítica, al momento de elegir los bienes o servicios destinados a satisfacer sus necesidades.

El hombre debido a sus necesidades es protagonista del mercado por ser consumidor, por lo tanto tiene derecho a exigir información, tener seguridad, calidad, trato justo, etc.; prerrogativas tal y como lo indica Durand J. (2007); que no debieran ser negadas por el sistema jurídico, lo cual debiera permitir al consumidor optar por la decisión más eficiente, libre de influencias negativas que lo limiten o restrinjan su accionar. Es necesario poner a la persona humana como el centro de las referencias de las relaciones jurídicas; y donde se revalúe al rol del consumidor, entendiéndolo como que es el que da vida a la economía de mercado. P. 52

2.1.1.3.3 DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DERECHO MULTIDISCIPLINARIO

Durand, J. (2007); siguiendo a Rivas Belloti en su estudio sobre los derechos del consumidor afirma que en la protección del consumidor se consagran varias disciplinas; por ello tiene carácter interdisciplinario; es decir que intervienen diversas áreas del derecho. P. 52

El derecho del consumidor es multidisciplinario, porque recoge conocimientos de la ciencia económica, social, psicológica, etc. Siento esta multidisciplinaridad la mayor cualidad del derecho del consumidor, lo cual le otorga singularidad.

2.1.1.3.4 TEORÍA DE LOS INTERESES DIFUSOS

Serán intereses difusos del consumidor, todos los potenciales o efectivos adherente a clausulas uniformes contenidas e contratos estándar, lo cual lleva a solicitar su inhibición o nulidad cuando vulnera sus derechos económicos, los de todos aquellos que adquieran productos defectuosos elaborados en serie, todos los destinatarios de publicidades engañosas, y toda la masa de consumidores que dan vida al mercado y economía debido al consumo que día a día realizan.

2.1.1.4 DETERMINACIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DISCIPLINA JURÍDICA AUTÓNOMA.

2.1.1.4.1 CONSTRUCCIÓN DE LA NOCIÓN JURÍDICA DEL CONSUMIDOR AL INTERIOR DE LA DISCIPLINA JURÍDICA

Es el derecho del consumidor un conjunto de medidas legales, que tienen como fin defender la capacidad adquisitiva del consumidor, la finalidad es identificar al sujeto activo del derecho del consumidor. Se considera consumidor a toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute un bien o servicio determinado a fin de satisfacer sus necesidades.

Para Durand J. (2007), el consumidor individual o final está constituido por personas naturales que adquieren bienes con el fin de satisfacer sus necesidad individual y el consumidor colectivo es la persona de derecho público o privado que satisface una necesidad individual o colectiva. P. 62

Existen dos concepciones; la concepción objetiva: la cual tiene como componente positivo, que el acto de interrelación se haya realizado por un profesional del comercio y el negativo es que el consumidor no se dedica al comercio; en la concepción subjetiva la calidad del intermediador no es relevante y el componente positivo radica en el hecho de que destina los bienes a la satisfacción de su persona o familia.

Asimismo se debe aplicar el derecho del consumidor cuando estos reconocidos en la legislación se vean vulnerados, por ser variables del mercado que no deben ser desconocidos, ni negados.

2.1.1.4.2 EL DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DISCIPLINA JURÍDICA AUTÓNOMA

Durand J. (2007) afirma que el derecho del consumidor es el sistema global de normas, principios, instituciones e instrumentos consagrados por el ordenamiento jurídico en defensa del consumidor a fin de garantizar el equilibrio entre el consumidor y los empresarios proveedores en una relación de consumo. Este régimen cuenta con tres elementos importantes que es la consideración especial del consumidor dentro de un determinado rol, función de tutela y carácter imperativo en materia de orden público. P. 65

La autonomía del derecho del consumidor no es absoluta y está enmarcada por la multidisciplinaridad, debido a que el concepto de autonomía dentro de una rama jurídica es siempre relativo. Debido a ello se encuentra una particular relación entre las normas del derecho del consumidor y las normas del derecho civil y mercantil referido a las contrataciones; lo cual es una integración internormativa que no afecta la unidad que le compete a cada disciplina.

La autonomía de este derecho emana más de su contenido que de su propia manifestación, la naturaleza de la relación jurídica de consumo, la peculiaridad de sus sujetos y un método propio de procesos especiales de interpretación, formulación, problemática y la originalidad de sus instrumentos, son los factores que definen la autonomía de este mercado.

2.1.1.5 LAS ESCUELAS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR.

Durand J. determina que no existe construcción jurídica orgánica al respecto.

2.1.1.5.1 LA ESCUELA HISTÓRICA

Para Durand, J. (2007); esta escuela, nos permite determinar en qué momento la categoría jurídica del consumidor se traslada a las personas humanas y se convierte en un sistema jurídico de protección P. 99

Su importancia radica en un primer criterio a lo desarrollado por esta escuela, debido a que tenía como tarea determinar si esta constituía un derecho de protección al consumidor, o tenía como fin encauzar el comercio o eran disposiciones que buscaban mantener el equilibrio entre las partes en materia contractual debido a las primeras normas de contratación masiva; y en un segundo criterio es por lo que debido al relativismo se puede establecer los factores de carácter histórico que llevaron a construir la institución jurídica del derecho del consumidor, lo cual ayuda a deducir si es disciplina jurídica de conquista social o de concesión estatal.

2.1.1.5.2 ESCUELA DOGMÁTICA

Para fines de la investigación esta escuela es de singular aplicación, por permitir la integración del material positivo que opera en los conceptos jurídicos para fijar los dogmas; es decir que los principios generales ya establecidos en el ordenamiento legal ayuda a determinar la disciplina del derecho, haciendo construcciones conceptuales, compasivos y relaciones entre instituciones a estudiar.

Para Durand J. (2007), la aproximación metodológica constructiva y dogmática, permite anticiparse a la mutación de las instituciones, hecho que facilita el manejo de cada una de ellas, por contener la norma definiciones que al ser prefijadas se podra construir e integrar armónicamente un sistema. P. 100

Las formulas propuestas por Ibering, de análisis, concentración y construcción, son muy útiles para efectuar un ordenamiento sistémico, efectuar un ordenamiento sistemático, establecer un una terminología jurídica y el empleo hábil de las categorías que subsisten en la norma. P. 100

2.1.1.5.3 ESCUELA DEL SINCRETISMO

Durand J. (2007), afirma que el sincretismo de Carnelutti, constituye una escuela muy importante porque parte del estudio de la realidad para crear nuevas figuras jurídicas que surgen a partir de la realidad existente. P. 101

Es a través del sincretismo que se puede observar la realidad socioeconómica del país y ver como INDECOPI como órgano rector en materia del consumidor, recoge y procesa jurídicamente los fenómenos que le proporciona la realidad.

2.1.1.5.4 LA ESCUELA DEL DERECHO NATURAL

Se reconoce el respeto a la dignidad del consumidor como un principio de derecho natural que complementa el principio pro consumidor para armonizar la legislación que protege al consumidor por ser el principal protagonista del mercado.

El derecho del consumidor para el iusnaturalismo, es el instrumento que supervisa la desigualdad que existe entre el proveedor y consumidor; es por ello que se encuentra dirigido a proteger al individuo afectado, una de sus principales disposiciones es bienestar, justicia, seguridad, no discriminación y un trato equitativo.

El principio pro consumidor es un aporte de la escuela del derecho natural. Durand J. (2007), entiende a esto como un sistema normativo que recoge principios e instituciones que protegen al consumidor, en el cual su idea directriz es la debilidad del consumidor en el mercado; por ello busca restablecer el equilibrio de dicha relación de consumo dada entre el consumidor y empresario. Por ello cumple una triple función: función creadora, es decir que toda norma creada relacionada a este tema debe inspirarse en este principio; función interpretadora, es decir que el derecho para ser aplicado debe ser interpretado; y función integradora, en el sentido de que haya vacíos legales s recurra a este principio. P.105

2.1.1.5.5 LAS ESCUELAS DEL DERECHO Y SU RELACIÓN CON LA REALIDAD JURÍDICA DE CONSUMIDOR

Durand, J. (2007); siguiendo a Carnelutti, sostiene que el derecho es uno, y debido a las exigencias de la limitación humana se descompone en una pluralidad en ciencias

del derecho. Al revisar el principio metodológico de la unidad se puede ver que los diferentes temas jurídicos se integran en un todo. P. 109

2.1.1.5.6 ARGUMENTO DE AUTORIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR COMO DISCIPLINA JURÍDICA AUTÓNOMA

Para Durand, J. (2007); sostiene que es poca la existencia de estudios doctrinarios y textos normativos de protección al consumidor, que se considere argumento de autoridad. P. 113

2.1.1.5.6.1 LINEAMIENTOS GENERALES DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR ESTABLECIDOS POR LA NACIONES UNIDAS

El 12 de diciembre de 1973, se aprueba la resolución N° 3108, en el cual se recomienda la adopción de disipaciones uniformes sobre responsabilidad de productos en caso de daños ocasionados.

El 16 de abril de 1985 se aprueba la directiva N° 29/248 destinada a brindar ayuda a los países en defensa del consumidor a través de energías políticas de supervisión y control. En su artículo 28 y 29 señala que los gobiernos deben crear normas jurídicas de protección al consumidor y alienten a las empresas a cumplirlas. Lo cual implica que cada debía dentro de sus sistema promover una cultura de respeto al consumidor.

La directiva de la O. N. U establece como derechos del consumidor, la protección frente a riesgos de salud, seguridad, acceso a información adecuada. P. 115

2.1.1.5.6.2 DIRECTIVAS GENERALES DEL CONSUMIDOR EUROPEO ESTABLECIDAS POR LA UNIÓN EUROPEA

Durand, J. (2007); describe que el 17 de mayo de 1973 la asamblea consultiva del consejo de Europa aprueba la carta de protección del consumidor, el cual contiene derechos básicos que protegen a los consumidores y usuarios. P. 116

Además existen normas de carácter complementario como: La Directiva Del Consejo 84/450/CEE, del 10 de septiembre de 1984, que defiende al consumidor con referencia a la publicidad engañosa. La Directiva Del Consejo 89/552/CEE, del 3

octubre de 1889, relativa al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. El Plan Trienal Para La Para La Política De Protección De Los Consumidores En La Comunidad Económica Europea, (1990-1992) aprobado el 9 de noviembre de 1989. Directiva Del Consejo 92/28/CEE, del 31 de marzo de 1992, establece prohibiciones especiales en cuanto a medicamentos para uso humano. La Recomendación De La Comisión 92/295/CEE, del 7 de abril de 1922 establece códigos de conducta para proteger al consumidor con referencia a contratos negociados a distancia.

2.1.1.5.6.3 LEY MARCO SOBRE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO APROBADA POR EL PARLAMENTO LATINOAMERICANO, JUNIO DE 1997, GUAYAQUIL-ECUADOR

Durand, J. (2007); determina que la importancia de establecer un adecuado marco legal respecto de la materia del derecho del consumidor, llevo a que el parlamento latinoamericano y la oficina regional para américa latina y el caribe de consumers internacional – organismo no gubernamental sin fines de lucro, de carácter internacional, con estatuto consultivo del consejo económico y social de las naciones unidas, que representa organizaciones de Consumidores de todo el mundo. P. 118-119

2.1.1.6 DEFINICIÓN DE CONSUMIDOR Y USUARIO.

2.1.1.6.1 Definición de consumidor

En la opinión de Espinoza, J. (2006); debido a la interpretación cerrada hecha por la sala de defensa de la competencia, son consumidores solo los destinatarios finales, concepto topográfico debido a no tomarse en cuenta la legislación comparada y sobre todo la realidad del país. En la actualidad, son consumidores también las personas nnaturales y jurídicas que son afectadas por la desigualdad informativa en la relación de consumo. P. 13

1.1.6.2 Definición de usuario

En las palabras de Marín, F. (2007); el termino usuario es una conceptualización compleja, lo cual dificulta su comprensión, debido a la variedad de definiciones. Ejemplo se le puede denominar también como destinatario, receptor, cliente o consumidor. P. 5

Según el diccionario de la real academia española, usuario es aquel que usa ordinariamente una cosa, el término es genérico y se limita a describir la acción de una persona.

Para Tambussi, **El término usuario** es el mismo consumidor, pero en el caso, como protagonista de una relación con un prestador de servicio público. P.224 información obtenida de portal web.

http://www.pensamientocivil.com.ar/system/files/consumo_y_salud.pdf

2.1.1.6.3 Diferencias entre consumidor y usuario

Para Tambussi, la diferencia parte del sujeto con quien se entabla la relación, pero cierto es que también se particulariza en que el primero adquiere bienes o contrata servicios que terminan con su uso, mientras que el usuario aprovecha un servicio que no se agota ni consume por su uso, sino que se renueva y se presta con continuidad. P. 224 información obtenida de portal web.

http://www.pensamientocivil.com.ar/system/files/consumo_y_salud.pdf

2.1.1.7 Derechos de los consumidores en la legislación comparada.

2.1.1.7.1 Legislación Americana

Legislación de los Estados Unidos de América

Durand, J. (2007); determina que fue el presidente Jhon F. Kennedy quien a través de su discurso consagro la Tabla De Derechos De Los Consumidores, considerando el derecho a ser informado, a elegir, a ser escuchado, del mismo modo a la seguridad. Así nace la Unión De Consumidores, quien se encarga de hacer cumplir los derechos y defender a los consumidores. P. 427

Es así que el gobierno Americano establece una política del Consumer Educación Project, caracterizándose establecer la educación para el consumidor desde la primaria, editándose diferentes libros, enseñándose los derechos del consumidor y como hacerlos efectivos, creando conciencia de esta manera en el público respecto al rol del consumidor, dentro de la economía del mercado.

2.1.1.7.2 Legislación Argentina

Durand, J. (2007); describe que en Argentina existe la Ley 24.240, la cual establece que se consideran consumidores a las personas físicas o jurídicas, sin embargo la tutela jurídica se circunscribe a dichas personas que se encuentran ubicadas en el final del circuito económico, es decir el destinatario final; excluyendo al industrial o al revendedor o quien participe en el circuito económico sin que su finalidad sea la destrucción o inutilización inmediata de la cosa. P. 428

Es el estado quien debe incluir a todas las personas dentro del circuito garantizando la libertad a la hora de elegir, la no discriminación ni arbitrariedad pudiendo todos adquirir la misma calidad de producto, trato digno y equitativo evitando la indefensión ante las quejas y reclamos presentados.

En ese sentido existe el "principio favor debilis" que tiene como finalidad restablecer la relación de equivalencia; establecido en el Código Civil y Comercial de Argentina "***Art. 1095****.-Interpretación del contrato de consumo. El contrato se interpreta en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existen dudas sobre los alcances de su obligación, se adopta la que sea menos gravosa".*

Durand, J. (2007); del mismo modo la Legislación Argentina cuenta con un sistema de arbitraje de consumo a través del cual se resuelven de manera privada controversias y conflictos de intereses relacionados con la protección del consumidor. P. 431

2.1.1.7.3 Legislación Brasilera

Durand, J. (2007); describe que en Brasil, el estatuto de Defensa del Consumidor Brasilero obliga a los productores a dar previsiones a través de manuales, para esta

norma, deben concurrir cuatro elementos para responder por daños al consumidor, antijuricidad, daño, factor causal y hecho factico. Así mismo, Brasil cuenta con un organismo llamado Instituto de Defensa del Consumidor, que controla el cumplimento de los derechos del consumidor. P. 431

Durand, J. (2007); El código de defensa del consumidor en su Art. 51 se refiere a las cláusulas abusivas; afirmando que deben ser nulas de puro derecho, describe que dentro de ellas a las cláusulas contractuales que impongan onerosidad extrema al consumidor, que detraigan la responsabilidad del productor a indemnizar por los daños y perjuicios ocasionados, que establezcan obligaciones difíciles o sorprendan al consumidor estableciendo la carga dela prueba en su prejuicio. P. 431

Hay una similitud en relación al Código Civil de nuestro país en cuanto a los contratos de adhesión, en el cual se establecen clausulas unilaterales abusivas, que inducen al error y engañan de esta manera al consumidor.

En Brasil se ha otorgado legitimidad para obrar al Ministerio Público, Municipalidades, gobiernos estaduales y el Distrito federal; con lo que se garantiza plenamente la defensa a través de los intereses difusos.

Durand, J. (2007); describe que existe del mismo modo El Decreto Nº 52.025 del 20 de Mayo de 1963, que prohíbe el abuso de poder económico en todas y cada una de sus formas, considera forma de abuso de poder económico; “Provocar situaciones monopolísticas o dedicarse a especulaciones abusivas, con el fin de fomentar la elevación temporal de los precios mediante, la destrucción o inutilización de bienes de producción o de consumo; el acaparamiento de mercancías o materias primas, la retención de bienes de producción o de consumo en condiciones capaces de provocar escasez”. P. 432

2.1.1.7.4 Legislación Colombiana

Para Durand, J. (2007); Colombia la igual que Perú, por mandato constitucional garantiza la libertad de empresa y la iniciativa privada dentro de los límites del bien común y otorga al Estado la dirección de la Economía. En esta dirección de la economía, el Estado, tiene la potestad de intervenir en la producción, distribución,

utilización y consumo de los bienes y servicios públicos y privados para racionalizar y planificar la economía para lograr el desarrollo integral; a su vez, ese desarrollo económico tiene como objetivo principal la justicia social y el mejoramiento armónico e integrado de la comunidad. P. 433

Colombia cuenta con un Consejo Nacional de protección al consumidor, el cual tiene como objetico vigilar los precios y controlar la Superintendencia de Industria y Comercio. Dentro de su legislación está el Decreto Nº 3466 de 1982, el cual regula las normas que protegen al consumidor.

2.1.1.7.5 Legislación Chilena

En Chile la ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (Ley 19.496) establece que toda persona consumidora tiene seis derechos fundamentales e irrenunciables, los cuales también son deberes: Derecho a libre Elección, Derecho a una información veraz y oportuna, Derecho a no ser Discriminado arbitrariamente; Derecho a la seguridad en el consumo y a la protección de la salud y del medio ambiente, Derecho a reparación e indemnización, Derecho a la educación para un consumo responsable.

2.1.1.7.6 Legislación Mexicana

Es la ley especial la Ley Federal de Protección al Consumidor, la cual establece un sistema para protegerlo, definiendo los derechos y reglamentación. P. 435

Durand, J. (2007); describe que Mexicano cuenta con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), organismo descentralizado del Estado que viene operando más de 25 años , su misión es procurar la equidad y seguridad jurídica en la relación consumidor-proveedor. Esta orienta, asesora y educa a la población, para así prevenir abusos y fomentar una cultura de consumo responsable; la cual cumple sus funciones de acuerdo al Art. 28 de la constitución. P. 436

Dentro de los derechos de protección al consumidor encontramos los siguientes derechos: recibir información suficiente y veras sobre los productos adquiridos.,

recibir garantías en términos claros y precisos., recibir información que advierta sobre los riesgos y peligros de los productos, adquirir productos que se encuentren en existencia o la prestación de un servicio, sin negativa o condicionamiento, participar de los beneficios que se estipulan en las promociones y ofertas, recibir información detallada sobre condiciones y plazos de operaciones a crédito, condiciones justas en el cobro de intereses por compras a crédito.

2.1.1.8 Derechos de los consumidores establecidos en la legislación nacional.

2.1.1.8.1 Derecho del consumidor establecido en la constitución

En la Constitución política del país, en el artículo 65º sostiene que: "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".

Gutiérrez, W. (2005); siguiendo a Alpa G. sostiene que el consumidor, aquel que no hace comercio ni intercambio de bienes, ya no es aislado sino que es un elemento de masa, "que es objeto de campañas publicitarias y de presión por parte de grupos de producción y de distribución extremadamente organizados". P.876

Es debido a ello que la publicidad es "la principal arma de lucha entre los competidores y el gran puente de unión entre los empresarios y sus clientes, a quienes informan sobre los bienes y servicios que ofrecen".

Gutiérrez, W. (2005); afirma que "ser consumidor es participar en el proceso productivo, económico, social y político. Hoy por hoy, le compete al jurista optar por una posición, vale decir, "estar con el príncipe o estar con el súbdito, ponerse de parte de quien gobierna la economía o ponerse de parte de quien es, aún hoy,

'esclavo del mercado', del mercado de los bienes, de los servicios, de los productos financieros". P. 878

La constitución en su artículo 65º de la constitución, establece que el estado mantiene dos obligaciones genéricas para con el consumidor como: garantiza el derecho a informarse sobre bienes y servicios que se le ofrezcan (datos veraces, claros y accesibles) y velar por su salud y seguridad. Para Gutiérrez W. (2005), pese a existir este reconocimiento de derechos, sostiene que no son los únicos que traducen la real dimensión de defensa y tuitividad consagrados en la constitución, por existir pluralidad de casos referentes a ciertos atributos que al ser genéricos en su naturaleza y admitir manifestaciones objetivas al texto fundamental, suponen un "numerus apertus" a otras expresiones similares; es debido a ello que el artículo 3º de la Constitución prevé la individualización de nuevos derechos en base a la teoría de los derechos innominados , allí expuestos y sustentados.

Es por eso que el estado, a través de la Ley de Protección al Consumidor Decreto Legislativo N° 716 cuyo TUO fue aprobado mediante. N° 039-2002-ITINCI el (11/12/2000) ha regulado derechos vinculados con la información, salud seguridad, además comprende a otros de naturaleza análoga, por lo que al interpretar sistemáticamente los artículos 3º y 65º de la Constitución y la normativa de protección al consumidor, se concluye que los derechos del consumidor se extienden a todos aquellos derechos de naturaleza análoga; es decir que nos encontramos ante un elenco abierto de situaciones en las cuales se tutela al consumidor.

2.1.1.8.2 Derecho de los consumidores establecidos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Ley Nº 29571

Los consumidores tienen derecho a: una protección eficaz respecto de los productos y servicios, recibir información adecuada, la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminado, la reparación o reposición del producto y a una nueva ejecución del servicio, elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, la protección de sus derechos mediante

procedimientos eficaces y gratuitos, ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios, asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo, al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito. Es nula la renuncia a los derechos reconocidos por la presente norma, siendo nulo todo pacto en contrario.

2.1.1.8.3 Derechos de los consumidores establecidos en los reglamentos de OSIPTEL.

A. Las condiciones de uso

Es la norma que garantiza y determina los derechos y obligaciones de los abonados, usuarios y empresas operadoras de los servicios públicos de telecomunicaciones., son de cumplimiento obligatorio, debido a que establecen las condiciones mínimas para la contratación y prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones, estas son ejercidas exclusivamente por los abonados y usuarios.

- Los Abonados: son personas naturales o jurídicas que suscriben un contrato de prestación de servicios públicos de telecomunicaciones con alguna empresa operadora.

  En opinión de Alfonso, O. (2010); el abonado o cliente de que hablan los contratos ha de ser un usuario final. Queda fuera el que contrata para, a su vez, prestar servicios de comunicaciones electrónicas, incluso el mero revendedor de tales servicios. Usuario final es el que no opera en ninguno de los mercados de estos servicios. Puede ser una persona física que solicita la conexión y el servicio en su domicilio, o el que contrata el servicio telefónico móvil, o un empresario o profesional que los contrata para usar de ellos en su actividad empresarial o profesional, o una sociedad anónima o limitada, o una asociación, entre otras. Solo quedan fuera los empresarios de las telecomunicaciones. p. 58

Así mismo señala Alfonso, O. (2010); el abonado que ha contratado con un operador prestador de servicios, también se le llama cliente y puede ser o no consumidor. El abonado tiene una relación contractual duradera incluso en la llamada modalidad de prepago, entonces es adecuado hacer la distinción entre abonado y usuario final, usuario puede ser cualquier persona distinta del contratante, abonado es el que suscribe el contrato y contrae así las obligaciones correspondientes y usuario final es todo el que utiliza los servicios, aun sin haber contratado. p. 59

- Los usuarios: son aquellas personas jurídica o natural que tienen acceso o hacen uso de los servicios públicos de telecomunicaciones. Los usuarios pueden ejercer por sí mismos algunos derechos que establece la norma (tales como: la solicitud de información y asistencia, presentación de reclamos, entre otros), sin necesidad de contar con una determinada carta poder del abonado que los autorice a ello.

B. Derechos fundamentales de los abonados o usuarios de los servicios de Telecomunicaciones:

En cuanto al **abonado** tiene como derechos principales a: acceder a la contratación y al uso de los servicios públicos de telecomunicaciones, recibir información sobre: el servicio ofrecido, las opciones de planes tarifarios, los requisitos de acceso al servicio, las características, modalidades y limitaciones del servicio.

La periodicidad de la facturación, el plazo de la contratación, causales de resolución anticipada del contrato de abonado, penalidades, si las hubiera, y sobre todo, sus consecuencias e implicancias económicas, los alcances y uso de los equipos, el procedimiento de baja (corte definitivo), para el caso de los servicios que se ofrezcan bajo la modalidad prepago, la dirección de oficinas de pago, la existencia de restricciones en los equipos terminales, y la velocidad de transmisión contratada y velocidad mínima garantizada para el caso del servicio de acceso de Internet; en caso contrate el servicio (no se refiere al equipo terminal) sujeto a plazo forzoso, éste no debe exceder el plazo de seis (6) meses.

Asimismo, se encuentra prohibida la renovación automática del contrato sujeto a plazo forzoso; recibir un original del contrato suscrito por ambas partes, en caso éste último se realizara por escrito; que no se realicen modificaciones unilaterales en el contrato de abonado, salvo que se trate de modificaciones tarifarias de acuerdo a lo establecido en el Reglamento General de Tarifas de OSIPTEL, o modificaciones más beneficiosas para el abonado, que cuenten con la aprobación de OSIPTEL; la instalación del servicio dentro del plazo que se haya establecido en el contrato de abonado. En caso la empresa operadora no instalara el servicio dentro del plazo establecido en el contrato, el abonado podrá presentar un reclamo o solicitar la terminación de dicho contrato; ser informado mensualmente sobre el número telefónico del servicio de información y asistencia de la empresa operadora y de OSIPTEL; que se le cobre por los servicios efectivamente prestados (con posterioridad a la utilización del servicio, salvo que se haya pactado el pago por adelantado).

Tiene derecho el abonado a la entrega del recibo del servicio por lo menos tres (3) días calendario antes de la fecha de vencimiento, salvo que el servicio sea habilitado mediante la modalidad prepago; a recibir con una anticipación no menor de noventa (90) días calendario, información sobre la modificación de la fecha de vencimiento del recibo o del ciclo de facturación, que haya sido realizado por la empresa operadora, salvo que el servicio sea habilitado mediante la modalidad prepago; a que se le ofrezca un servicio continuo e ininterrumpido, y se realicen las correspondientes devoluciones o compensaciones cuando corresponda, a tener acceso a servicios de información y asistencia a través de un número telefónico establecido para tal efecto, durante doce (12) horas por día y seis (6) días a la semana como mínimo, a solicitar el cambio de titularidad del servicio y el cambio de nombre del abonado, a solicitar la suspensión temporal del servicio hasta por un periodo de dos (2) meses (consecutivos o no) por año de servicio. El período de la suspensión que se solicite no podrá ser menor a quince (15) días calendario. Información obtenida del portal web.

https://www.osiptel.gob.pe/preguntas-frecuentes/informacion-general.

El usuario tiene derecho a: solicitar información clara, oportuna, detallada y actualizada; recibir un servicio de calidad, recibir el contrato del servicio, pagar solo por los servicios que han sido contratados y expresamente aceptados, exigir un código de reclamo, dejar de pagar el monto que es materia de reclamo en un recibo, requerir el detalle de las llamadas entrantes. cambiar de empresa de telefonía y mantener el número, suspender temporalmente el servicio; dar por terminado el contrato de servicio, sin condiciones o pago alguno, salvo que se haya pactado un periodo mínimo de permanencia, a reclamar si se tiene problemas con los servicios brindados.

2.1.2 SUB CAPÍTULO II: LAS TELECOMUNICACIONES

2.1.2.1 Generalidades.

En este subcapítulo se desarrollará la definición de las telecomunicaciones, así como su historia, de igual manera se detalla las empresas operadoras de los servicios de telecomunicaciones en telefonía móvil, los servicios de las empresas de telecomunicaciones; también se describe las telecomunicaciones en la economía y la institución encargada de regular los servicios de las empresas operadoras de telecomunicaciones.

2.1.2.2 DEFINICIÓN DE LAS TELECOMUNICACIONES

El concepto de telecomunicaciones con el pasar del tiempo ha sido objeto de diferentes redefiniciones debido a la aparición constante de tecnologías, las cuales están basadas en la comunicación a distancia.

Así Madden, G. (2003); comenta que hace décadas era fundamentalmente la telefonía en sus diferentes tipos y servicios lo que se consideraba regulado bajo el rubro de las telecomunicaciones. En la actualidad, aunque hay algunas diferencias según el país de que se trate, las telecomunicaciones incluyen los distintos tipos de telefonía, las redes de transmisión de datos basadas en el protocolo IP, las redes de trasmisión de señales audiovisuales, tales como las redes de televisión por cable, satélite y radiodifusión, todo lo cual supone la aparición de distintos servicios multimedia, virtuales y otros que participan en la llamada nueva economía. p. 343

Arellano, W. (2009); afirma que debido al mencionado proceso de convergencia tecnológica, las telecomunicaciones se encuentran integradas con los medios audiovisuales e informáticos en múltiples servicios y dispositivos. De ahí que no puedan estudiarse por separado, ya que los tres sectores, en muchos casos, se han convertido en uno solo. p. 76

En el mismo sentido, según el Artículo 2.1 del Reglamento de las Telecomunicaciones Internacionales, la definición más acertada debería quedar como "Toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos"

Según Orozco, M. (2007); en su libro Concepto y Naturaleza Jurídica de las telecomunicaciones, manifiesta que frente a la definición común o básica de telecomunicaciones se encuentra la fijación conceptual del derecho, al poner énfasis en las actividades concretas que son objeto de la ley. Las actividades de telecomunicaciones se conducen bien a través de las categorías de servicios, indistintamente a través de las categorías de redes, servicios y equipos y sistemas de telecomunicaciones, que son los tres apartados básicos en que se concretan las telecomunicaciones en su conjunto. p.82

2.1.2.3 HISTORIA DE LAS TELECOMUNICACIONES

Gonzalo, R. (2014); en su libro el "Boom de las Telecomunicaciones" sostiene que a lo largo de la historia, se ha observado un desarrollo creciente de las telecomunicaciones, caracterizado por la presencia de los hitos fundamentales como la creación del telégrafo durante la primera mitad del siglo XIX, la invención del sistema telefónico por Grahan Bell en 1876, o la aparición del módem y las computadoras en la segunda mitad del siglo XX. En el caso de Perú, fechas memorables como la primera comunicación telegráfica entre Lima e Iquitos en 1912, la introducción del servicio telefónico Internacional en 1931 o la instalación satelital

terrena de Lurín en 1969 constituyen eventos que, sin duda, han marcado la evolución de esta industria en nuestro país.

No obstante, ello, durante los últimos veinte años, la innovación y convergencia tecnológica han dado lugar a un fenómeno nuevo y disruptivo que ha transformado la vida de todos los peruanos y al que hemos llamado el "boom" de las telecomunicaciones. P.8 portal web.

https://www.osiptel.gob.pe/Archivos/Publicaciones/boom_telecomunicaciones/boom_telecomunicaciones_osiptel.html#8/z.

2.1.2.4 Empresas operadoras de telecomunicaciones de telefonía móvil.

Las Empresas operadoras de telecomunicaciones de telefonía móvil son:

2.1.2.4.1 Movistar

Provee servicios de telefonía, es la mayor operadora de telefonía debido a que cuenta con más de 16.292.00 millones de clientes, con 125 puntos en los cuales atienden al cliente dentro del país. Actualmente esta red utiliza la tecnología GSM con servicios EDGE, UMTS y LTE; y el 2 de enero de 2014 Movistar Perú lanzó oficialmente el servicio 4G LTE MOVISTAR usando la banda de 1710-1730 MHz y 2110-2130 MHz.

2.1.2.4.2 Bitel

Es una marca comercial de telecomunicaciones en perú, con la cual se identifica la empresa vietnamita Viettel Telecom el cual ofrece sus servicios en el país desde el 10 de julio de 2014 y es el operador de telefonía móvil que cuenta con la red de fibra óptica más grande del país.

2.1.2.4.3 Claro

Es subsidiario de **América Móvil**, S.A.B. de C.V. y opera en el país desde el 10 de agosto de 2005. Se ha consolidado como una compañía líder en el país en el sector de telecomunicaciones, con mayor reputación corporativa en el rubro de acuerdo al Monitor de Reputación Corporativa – MERCO 2014.

Ofrece servicios como móvil: postpago, prepago, renovación, roaming, 4glte; telefonía fija: telefonía fija, fonoclaro, telefonía pública; internet: móvil, fijo, fijo inalámbrico, compartido, mide tu velocidad; Tv: claro tv digital, claro tv satelital, claro tv básico, claro video.

2.1.2.4.4 Entel Perú

Estructura corporativa

Somos la tercera mayor compañía de telefonía móvil en Perú, destacando por nuestro posicionamiento en el segmento Empresas y nuestro ya reconocido servicio al cliente. Además, contamos con una amplia presencia en las ciudades de la costa y en los departamentos de Cusco, Puno, Huaraz y Cajamarca, Los servicios que ofrecen son de Roaming internacional. Información encontrada en el portal web http://www.entel.pe/personas/informacion-corporativa/contacto-de-prensa/estructura-corporativa/#

2.1.2.5 SERVICIOS DE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES

De acuerdo DECRETO SUPREMO Nº 013-93-TCC, en su artículo Nº 8 sostiene que las telecomunicaciones en el Perú técnicamente se orientan hacia el establecimiento de una Red Digital Integrada de Servicios y Sistemas.

A este efecto los servicios de telecomunicaciones se clasifican en:

a. Servicios Portadores: son servicios portadores, aquellos servicios de telecomunicaciones que proporcionan el transporte de señales que permiten la prestación de servicios finales, de difusión y de valor añadido, se pueden desarrollar por empresas privadas o por empresas del mismo para lo cual requieren de concesión expresa para su funcionamiento.

   Los servicios portadores de acuerdo al TLC Perú – Estados Unidos de Norteamérica en su artículo 11 son:

a) Teleservicios o Servicios Finales como: el servicio telefónico, fijo y móvil, el servicio télex, el servicio telegráfico (telegramas), los servicios de radiocomunicación: radioaficionados, fijo, móvil y busca personas.
b) Servicios de Difusión son: servicio de radiodifusión sonora, servicio de radiodifusión de televisión, servicio de distribución de radiodifusión por cable, servicio de circuito cerrado de televisión.
c) Servicios de Valor Añadido: facsímil, videotex, teletexto, eleacción, telemando, telealarma, almacenamiento, transmisión de datos, teleproceso.

Y en su artículo 9º lo clasifica en cuanto a la utilización y naturaleza del servicio, los servicios de telecomunicaciones se clasifican en: públicos, privados y de Radiodifusión.

2.1.2.6 LAS TELECOMUNICACIONES EN LA ECONOMIA

En la actualidad es válido hablar en el mundo, sobre el ser humano y su consumo de bienes y servicios de soporte y acceso de telecomunicaciones, debido a que cada vez más crece, Perú al igual que muchos otros países no es ajeno a esta situación y con el paso del tiempo ha pasado de contar con tan solo una línea telefónica fija a contar con cada vez más líneas telefónicas y servicio de internet banda ancha, al igual que las empresas que cada vez exigen más a sus proveedores en cuanto al servicio que desean se les brinde.

Así Gonzales, F. (2007); en su libro La Regulación de las Telecomunicaciones, menciona que el sector de comunicaciones y de tecnologías de la información se constituye como líder en la economía nacional y por desempeñar un papel vital. Por ser empleados sus servicios en todos los sectores económico, tanto que se calcula que dos tercios del crecimiento de la economía se debe a las innovaciones de la tecnología. P. 37
Si hablamos de economía es necesario mencionar los siguientes factores que afectan también al sector telecomunicaciones

2.1.2.6.1 COMPETITIVIDAD

Las telecomunicaciones son el factor clave para el desarrollo de la economía, es el estado a través de las políticas públicas quien se preocupa por que las personas y familias cuenten con un medio de acceso a las telecomunicaciones.

Opina Gonzales, F. (2007); que el que las personas y empresas puedan acceder a estas tecnologías, es básico por fomentar el crecimiento y desarrollo económico, incidir en el bienestar social y determinar la productividad y competitividad del país. P. 44

2.1.2.6.2 COMPETENCIA

Según Gonzales, F. (2007); que al igual que los servicios de infraestructura y de economías de red, energía, transportes y ductos, el mercado de las telecomunicaciones ha hecho evidente la dificultad para la gestación de competencia. Un elemento común a esos sectores de infraestructura son sus elevadas economías de escala, implícitas en su operación, que se han derivado en estructuras de mercado en monopolio. p.45

El diccionario de la Real Academia Española define a la competencia como aquella situación propia de un mercado, en el cual existen varios oferentes y demandantes para un determinado bien o servicio. La competencia perfecta en el mercado es cuando los actores no tienen la posibilidad de poder fijar sus propios precios, y es la relación entre todos estos la que establece los valores. Al contrario contrario un mercado con distorsiones los precios no son fijados por el equilibrio de los actores.

Teniendo en consideración lo mencionado, es que el rango de precios en un país, estará determinado por el grado de competencia existente entre los servicios ofrecidos.

2.1.2.6.3 ELASTICIDAD

Gonzales, F. (2007); afirma que elasticidad se refiere a cuanto cambia la cantidad demandada/ofrecida cuando ha cambiado en un punto porcentual la variable requerida. p. 47

Los tipos más importantes de elasticidades son los siguientes:

Elasticidad del ingreso de la demanda: Relacionada con el ciclo del producto y como cambia la cantidad de demanda de un bien o servicio cuando aumenta el ingreso del consumidor en un punto porcentual.

Elasticidad del precio de la demanda: Vinculada con la estructura del mercado y la reacción de los consumidores al cambio en el precio, es decir, cuanto más está el consumidor dispuesto a comprar si baja el precio en un punto porcentual.

Elasticidad Cruzada: La sensibilidad del precio de un bien, ante los cambios en los precios de ciertos productos que están estrechamente relacionados con él.

2.1.2.7 INSTITUCIÓN ENCARGADA DE REGULAR LOS SERVICIOS DE LAS EMPRESAS OPERADORAS DE TELECOMUNICACIONES

La institución encargada de regular los servicios de telecomunicaciones es osiptel

2.1.2.7.1 OSIPTEL.

Gonzalo, R (2014); en su libro el Boom de las Telecomunicaciones afirma que OSIPTEL fue creado por la nueva Ley de Telecomunicaciones, emitida en noviembre de 1991. Asimismo, el 11 de enero de 1994 quedo constituido el organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL), como la autoridad encargada de regular y supervisar el desarrollo del mercado de telecomunicaciones, así como de velar por los derechos del usuario. La nueva ley de telecomunicaciones le otorgó a esta agencia autonomía técnica, económica, financiera, funcional y administrativa. P.31 portal web https//www.osiptel.gob.pe/Archivos/Publicaciones/boom_telecomunicaciones/boom_telecomunicaciones_osiptel.html/#8/2

OSIPTEL fue la primera entidad pública del Perú que realizó estudios sustentatorios de sus normas reguladoras, además de publicar los respectivos proyectos previamente a su aprobación, a fin de recibir comentarios, y sugerencias a las operadoras, de entidades públicas vinculadas al sector, al gobierno, expertos, académicos, asociaciones de usuarios y público en general.

OSIPTEL es el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones, descentralizado, encargado 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. Fue creado el 11 de julio de 1991 mediante Decreto Legislativo Nº 702, e inicia sus actividades con la instalación de su primer Consejo Directivo el 26 de enero de 1994. El Reglamento General (Decreto Supremo Nº 008-2001-PCM) fue publicado en el diario El Peruano el 2 de febrero de 2001. Portal web
https://www.osiptel.gob.pe/categoría/quienessomos.

2.1.2.7.1.1 **Finalidad**

El OSIPTEL tiene como fin garantizar la calidad y eficiencia del servicio de telecomunicaciones que se brindan al usuario y proteger el mercado de servicios públicos de telecomunicaciones de prácticas contrarias a la libre y leal competencia. Portal web https://www.osiptel.gob.pe/categoria/mision-vision-finalidad

2.1.2.7.1.2 **Objetivos de la Institución.**

Sus objetivos son: regular, normar, supervisar y fiscalizar, dentro del ámbito de su competencia, el desarrollo del mercado de servicios públicos de telecomunicaciones y el comportamiento que las empresas operadoras manifiestan entre ellas y con referencia al usuario, garantizando así la calidad y eficiencia del servicio; además regula el equilibrio de las tarifas y facilita al mercado un uso eficiente de los servicios públicos de telecomunicaciones.
Y como objetivos específicos: tiene el 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. Portal web https://www.osiptel.gob.pe/categoria/objetivos.

2.1.2.7.1.3 **Legislación básica de la institución**

a) Ley N° 27336 - Ley de Desarrollo de Funciones y Facultades del OSIPTEL
b) Ley N° 27332 - Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos
c) Decreto Supremo N° 042-2005-PCM. Reglamento de la Ley N° 27332
d) Decreto Supremo N° 042-2005-PCM. Reglamento de la Ley N° 27332
e) TUO de la Ley de Telecomunicaciones
f) Texto Único Ordenado de la Ley de Telecomunicaciones
g) TUO del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones
h) Texto Único Ordenado del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones

Portal web, https://www.osiptel.gob.pe/documentos/legislacion-basica-osiptel

2.1.2.7.1.4 **Funciones del OSIPTEL**

Las funciones de OSIPTEL son las siguientes:

Función Reguladora

Es la facultad de poder fijar tarifas de los servicios públicos de telecomunicaciones; como, poder establecer tarifas tope para determinados servicios.

Función Normativa

Es aquella que permite dictar reglamentos en cuanto a: sistemas tarifarios, procedimientos de reclamos, organización interna del OSIPTEL, proceso de aprobación de reglamentos, normas y regulaciones, lineamientos y criterios para la existencia de contabilidad separada en las empresas operadoras, lineamientos para la interconexión de servicios y redes, estándares de calidad y las condiciones de uso de los servicios que se encuentren bajo su competencia, relaciones entre las empresas comercializadoras y las empresas operadoras y, entre aquellas y los usuarios del servicio; en aquellos aspectos relativos a la comercialización de tráfico

de telecomunicaciones y otros. Además puede tipificar las infracciones que no estén previstas en la Ley de Telecomunicaciones y determinar las sanciones correspondientes, dentro de las categorías previstas en la referida Ley.

Función Fiscalizadora y Sancionadora.

Permite imponer sanciones y medidas correctivas a las empresas operadoras y demás empresas o personas por el incumplimiento de las normas aplicables, de las regulaciones y de las obligaciones contenidas en los contratos de concesión.

Función de Solución de Reclamos

Debido a esta función Osiptel puede conocer y resolver los reclamos presentados por usuarios contra EMPRESAS OPERADORAS, en segunda instancia que está relacionada con: Facturación o cobro del servicio, instalación o activación del servicio, traslado del servicio.

Función de Solución de Controversias

Esta función, autoriza a los órganos funcionales competentes del **OSIPTEL** a resolver en la vía administrativa los conflictos y las controversias que, dentro del ámbito de su competencia, surjan tanto, entre empresas operadoras, y entre éstas y el usuario. Además pueden conciliar intereses contrapuestos.

Función Supervisora.

A través de esta función se puede verificar el cumplimiento de las obligaciones legales, contractuales o técnicas por parte de las empresas operadoras así como de los reglamentos a los que deben ceñirse.

2.1.2.7.1.5 **Principios sobre los cuales se rige esta institución.**

Los principios son: el de Libre Acceso, de Neutralidad, de No Discriminación, de Actuación basado en el Análisis Costo – Beneficio, de Transparencia, de Promoción de la Competencia, de Imparcialidad, de Autonomía, de Subsidiariedad, de Supletoriedad, de Análisis de Decisiones Funcionales, de Eficiencia y Efectividad, de Celeridad.

2.1.2.7.1.6 **Política de calidad**

"En el **OSIPTEL** estamos comprometidos con mejorar la satisfacción de los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones, incrementando los niveles de competencia de los mercados de telecomunicaciones, mejorando la gestión institucional con niveles de excelencia; y, con el cumplimiento de los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad, contando para ello con personal competente y motivado para alcanzar los objetivos institucionales, basados en nuestra visión, misión y valores". Información recuperada de portal web.
https://www.osiptel.gob.pe/categoria/politica-de-calidad

2.1.2.8 Derechos de los usuarios en el servicio de telecomunicaciones

Los derechos de los usuarios en el servicio de telecomunicaciones son:

2.1.2.8.1 DERECHO A LA INFORMACION

El deber de información al cual se refiere la presente investigación, está regulado en el Art. 15 LPC, establecido de la siguiente manera:
"El proveedor está obligado a consignar en forma veraz, suficiente, apropiada muy fácilmente accesible al consumidor o usuario, la información sobre los productos y servicios ofertados. Tratándose de productos destinados a la alimentación y la salud de las personas, esta obligación se extiende a informar sobre sus ingredientes y componentes. Está prohibida toda información o presentación que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos".

Al respecto Espinoza, J. (2006); afirma que en doctrina se advierte que como consecuencia de la gran importancia que adquiere cada día la información del consumidor y la dificultad de unificación de las legislaciones, surge el concepto de consumidor normalmente informado. El precedente de observancia obligatoria aprobado por la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal, mediante

Resolución N° 102-07/TDC-INDECOPI, del 16.04.97, precisa que el proveedor debe poner la información relevante a disposición del consumidor a efecto de que esta pueda tener una adecuad decisión de consumo o use correctamente dicho producto y servicio. P. 101

2.1.2.8.2 DERECHO A LA INTIMIDAD TELEFONICA

Opina Saez, J. (1998); citado por Dromi, R. (2008); que las escuchas ilegales, la interceptación ilegitima de llamadas telefónicas o las calificadas pinchaduras telefónicas, afectan directamente el derecho a la intimidad y a la privacidad de las personas, y son realizadas por medios prohibidos con el único fin de acceder al conocimiento de datos, informes y secretos de quien dialoga telefónicamente. p. 238

Según Dromi, R. (2008); esta metodología clandestina que vulnera los derechos fundamentales de las personas, es factible debido a los avances tecnológicos sofisticados que son usados desviando sus objetivos, transformándose en medios de obtención de datos para ser utilizados como herramientas de lucha en mercados cada vez más competitivos. Esto en tanto puede emplearse para conocer secretos empresarios o industriales, estrategias o secretos profesionales, o para obtener información o pruebas para aportar en causas judiciales o para utilizar con fines políticos o partidarios. p. 238

2.1.2.8.3 DERECHO A LA REPARACION POR INTERRUPCION O FALTA DE SERVICIO

En opinión de Dromi, R. (2008); por la índole del objeto del contrato de prestación, las licenciatarias del servicio público telefónico se hallan obligadas a asegurar su gestión en condiciones de continuidad, regularidad, igualdad, generalidad, universalidad, calidad y expansión, con eficiencia y a precios justos y razonables. De esta suerte son responsables por la interrupción en la prestación del servicio o falta de servicio por causa inexcusable, por cumplimiento contractual. p. 241

Señala Alfonso, O. (2010); que el supuesto básico es la interrupción temporal del servicio telefónico disponible al público. No se necesita probar la efectiva causación de perjuicios, se entiende que la sola interrupción implica siempre un daño, cuyo importe se fija con carácter general. La predeterminación de la compensación tiene en cuenta como parámetros para su cálculo el importe facturado por todos los servicios interrumpidos durante los tres meses anteriores a la interrupción y la cuota mensual de abono vigente en el momento de la interrupción. p. 125

Agrega Dromi, R. (2008); que la falta de prestación o la interrupción del servicio, producidas por circunstancias inadmisibles, injustificables, inexcusables, deben ser interpretadas como un incumplimiento contractual del licenciatario, originando también su responsabilidad y deber de resarcir los perjuicios que cause. p. 241

2.1.2.8.4 DERECHO A RECLAMAR

Específicamente se refiere al derecho a reclamar por deficiencias en el servicio o cobros indebidos que se realicen por parte de la empresa operadora del servicio de telefonía.

Según Dromi, R. (2008), afirma que los usuarios de los servicios públicos domiciliarios pueden realizar sus reclamos a la autoridad designada por cada legislación específica, debiendo los reclamos efectuarse por nota, teléfono, fax, correo o por otro medio disponible, debiendo extenderse constancia con la identificación del reclamo. p. 245

Finaliza Dromi, R. (2008); mencionando que para las empresas prestadoras de los servicios de telecomunicaciones es perentorio el cumplimiento de las obligaciones contractuales contraídas, por un lado y el derecho de todos a participar en un mercado plenamente competitivo en igualdad de condiciones. p. 246

2.1.2.8.5 DERECHO A LA PORTABILIDAD NUMERICA

En la actualidad, hay quienes se encuentran insatisfechos con el servicio brindado por la compañía telefónica a la cual pertenecen, pese a ello, se rehúsan a cambiar de proveedor, puesto que tendría que perder o cambiar el número telefónico el cual es ya conocido por sus familiares y entorno social, que en la mayoría de casos este número telefónico ha sido usado durante muchos años.

Al respecto Gonzales, F. (2007); menciona que este problema es común donde no existe portabilidad numérica, que no es otra cosa que el mecanismo que permite al usuario cambiar de proveedor de servicios telefónicos, sin verse obligado a cambiar su número. La portabilidad numérica elimina, para los usuarios de servicios telefónicos, los costos y riesgos asociados a tener que prescindir de su número telefónico en caso de optar por un proveedor distinto, con este mecanismo la decisión del usuario para elegir a su proveedor de servicios se orientara principalmente a la evaluación de las mejores condiciones de calidad y precio. p. 295

2.1.3 Sub Capítulo III: LA CONTRATACIÓN EN LAS TELECOMUNICACIONES

2.1.3.1 Generalidades.

En este subcapítulo se desarrolla la conceptualización del contrato, sus requisitos, causa y clasificación; además se desarrolla la conceptualización de servicios, su clasificación, características y la definición de bienes juntamente con su clasificación.

2.1.3.2 CONTRATOS

El Código Civil Peruano en el artículo 1351, define al contrato como el acuerdo de dos o más partes, para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial.

Hedemann, J. (1981); opina que en un sistema jurídico el contrato como mecanismo de intercambio de bienes y servicios resulta un elemento fundamental, al constituirse en el posibilitador de las tratativas jurídico-económicas, por los cuales los

ciudadanos pueden satisfacen sus necesidades, intereses, expectativas y aspiraciones de las cuales nadie queda excento. p. 83

Según Dromi, R. (2008); el contrato es el instrumento técnico-jurídico que se utilizado con el fin de realizar prestaciones de contenido patrimonial o económico, siendo la forma jurídica de mayor prevalencia en la economía. Es una categoría abstracta y genérica, una figura jurídica que en sentido estricto significa acuerdo de voluntades generador o creador de derechos y obligaciones.

2.1.3.2.1 Requisitos del Contrato

Los requisitos del contrato son los siguientes:

2.1.3.2.1.1 Capacidad para contratar

Álvarez, M. (2012); afirma que la capacidad legal de las partes constituye el primer elemento necesario para la validez del contrato, entendida como la posibilidad de obligarse por sí mismo y sin la autorización de otro. p. 19

Asimismo, señala que toda persona es legalmente capaz y solo quienes requieren de autorización de otra persona, no son legalmente capaces.

2.1.3.2.1.2 El Consentimiento Contractual

Rogel, C. (2013); señala que cuando se habla de consentimiento, puede utilizarse el término en tres acepciones distintas: a) Voluntad interna, de cada contratante; b) Declaración de Voluntad; c) Voluntad Común.
Es decir, la manifestación de la voluntad de las partes, que se encuentra libre de vicios y que se encuentra en un acto jurídico. p. 117

2.1.3.2.1.3 Causa y Objeto Lícitos

En palabras de Álvarez, M. (2012); la causa es el motivo que induce al acto o contrato; el motivo determinante que induce a un sujeto a actuar, si no hay una causa presente o futura de la obligación o esta desaparece, no hay contrato; no puede haber obligación sin causa que sea real y lícita. p. 21

Así Álvarez, M. (2012); refiriéndose al objeto del contrato el cual es producir obligaciones, señala que debe ser real, posible jurídica y físicamente, determinado o determinable, además de licito. Si el objeto es ilícito el contrato generador de la obligación es absolutamente nulo. p. 21

2.1.3.2.2 Clasificación de los Contratos

Rogel, C. (2013, p, 108); afirma que en función de una serie de circunstancias jurídicamente relevantes, los contratos pueden incluirse dentro de categorías diversas y no siempre excluyentes entre sí, las categorías más relevantes son las siguientes:

2.1.3.2.2.1 Onerosos y Gratuitos

En los primeros se entiende para cada parte contratante la prestación o promesa de una cosa o servicio por la otra parte; es decir la existencia de una contraprestación. En los gratuitos, una de las partes se enriquece a costa de la otra, y obtiene un beneficio, sin asumir carga o contraprestación alguna.

2.1.3.2.2.2 Conmutativos y Aleatorios

Ambos se encuentran dentro de los onerosos; los conmutativos, son aquellos en donde existe una relación de equivalencia entre las prestaciones de las partes desde el momento de la celebración del contrato. Mientras que el contrato aleatorio una de las partes, o ambas recíprocamente, se obligan a dar o hacer alguna cosa en equivalencia de lo que la otra parte ha de dar o hacer para el caso de un acontecimiento incierto o que ha de ocurrir en tiempo indeterminado.

2.1.3.2.2.3 Consensuales, Reales y Formales

En función de que para su perfeccionamiento se requiera la mera voluntad explícita en la manifestación del consentimiento de las partes, la entrega de una cosa o determinadas solemnidades.

2.1.3.2.2.4 Obligatorios y Reales

Los primeros relacionados a generar derechos de crédito (contrato de servicios) y los segundos a derechos reales.

2.1.3.2.2.5 Instantáneos y Duraderos

Según se prolongue o no en el tiempo, la relación jurídica derivada de los mismos, entre los primeros estaría la donación verbal, y en los segundos el contrato de seguro.

2.1.3.2.2.6 Típicos y Atípicos

En función de que se encuentren o no regulados expresamente en las leyes.

2.1.3.2.2.7 Unilaterales o Bilaterales

Según que hagan surgir obligaciones para una sola de las partes, o para ambas; cabe sin embargo advertir que en determinadas circunstancias, los unilaterales pueden devenir bilaterales.

2.1.3.2.2.8 Contratos de Adhesión

En palabras de Rogel, C. (2013); los contratos de adhesión son aquellos que se caracterizan por la ausencia de un debate previo, por la determinación unilateral del contenido contractual por la parte más fuerte (el estipulante), limitándose el adherente a prestar su conformidad al mismo, lo cual, por otra parte y en muchas ocasiones, no le queda más remedio que hacer, si quiere obtener bienes o servicios vitales para él. p. 102

En el mismo sentido Ovalle, J. (2004); señala que la característica fundamental de los contratos por adhesión consiste en que una de las partes, que viene a ser el proveedor, formula los antecedentes, las declaraciones y las cláusulas del contrato, y frente a ellas la otra parte (el consumidor) no tiene más opción que la de adherirse

al contrato o no celebrarlo. Ésta es la razón por la que los contratos de adhesión también se le denominan de contenido predispuesto. p. 4

Contenido del Contrato por Adhesión

Morello, A. (2009, p, 36); establece el contenido del contrato por adhesión considerando lo siguiente:

Las condiciones generales:

Constituyen el contenido de los contratos por adhesión, o dicho con otras palabras, los contratos por adhesión lo son a las condiciones generales que le sirven de contenido. Todo ello sin perjuicio de que si bien las clausulas predispuestas obviamente son solo las generales, la configuración interna del contrato, eventualmente podrá estar integrada por condiciones particulares que conforme con la naturaleza del negocio celebrado, las partes introducirán mediante los mecanismos de formación del consentimiento.

Naturaleza Jurídica de los contratos por adhesión:

La importancia del tema radica en las consecuencias prácticas que corresponde asignarles según se concluya que poseen la fuerza vinculante suficiente para insertar en el derecho contractual, o dicho de otra manera, verificar si el contrato por adhesión responde a una realidad económico social compatible con la esencia del derecho contractual o si atendiendo al dato de su obligatoriedad indiscutible para las partes y por su trascendencia al suplir las lagunas de la ley en sectores enteros del tráfico mercantil.

2.1.3.3 Definición de servicios

Albretech, K. (1994); define al servicio como el conjunto de actividades, actos o hechos aislados o secuencia de actos trabados, de duración y localización definida, realizados gracias a medios humanos y materiales, puestos a disposición de un cliente individual o colectivo, según procesos, procedimientos y comportamientos que tienen un valor económico y por tanto, traen beneficios o satisfacciones como factor de diferenciación. p.140

Por su parte Lamata, F. (1994); afirma que servicio es: “Una actividad o proceso producido por el hombre (producto), que soporta un valor de utilidad (resuelve un problema o satisface una necesidad), que puede y suele cambiarse por otros bienes o servicios o por su valor en moneda”. p. 19

La Real Academia de la Lengua define el servicio con su etimología, del latín “servitium, acción y efecto de servir, o merito que se adquiere sirviendo al estado o a otra entidad o persona”. Así económicamente lo define como: “prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”.

Así, servicio se define como el conjunto de actividades realizadas a favor del cliente con la finalidad de satisfacer sus necesidades; a cambio de una prestación económica.

2.1.3.3.1 Clasificación de los Servicios

Según las diferentes fuentes consultadas existen varias clasificaciones, pero la más importante es la que clasifica a los servicios en públicos y privados.

2.1.3.3.1.1 Servicios Públicos

Hauriou, M. (1914); lo define como el servicio técnico prestado a los ciudadanos de forma regular, continua, por una organización publica no lucrativa, y con el objeto de satisfacer una necesidad pública. p.13

Con el pasar del tiempo y a la actualidad, en palabras de Peña (2010) el concepto de servicios públicos es el de aquellas prestaciones que son reservadas a cada estado dentro de sus funciones y que su finalidad primordial es cubrir las necesidades sociales, para el bienestar de los ciudadanos y el funcionamiento del propio Estado. p.156

2.1.3.3.1.2 Servicios Privados

El Ministerio de Transportes y comunicaciones define a los servicios privados como servicios creados por una persona natural o jurídica busca satisfacer necesidades particulares de personas con fines de lucro, en este caso dentro del territorio nacional.

2.1.3.3.2 Características del Servicio

Vargas, M. (2011, p. 91); afirma que los servicios presentan algunas características específicas, las cuales determinar sus atributos; entre ellas se encuentran:

La Propiedad

Debido a ser inmaterial el servicio no es necesario que exista la transferencia, adquiriendo así los clientes el uso.

El Contacto Directo

Es debido es este contacto se compromete con la zona del servicio.

Participación del Cliente

En el servicio, producción y consumo son inseparables, por eso el usuario forma parte de aquella y de la prestación, pues abren paso a los atributos que caracterizan al proceso; realizando el cliente participación en coproducción, comercialización del servicios, control de calidad, entre otras.

2.1.3.4 Definición de Bienes

El Diccionario de la Real Academia Española define a los bienes como aquellas cosas tangibles e intangibles, de valor económico que reportan beneficio a quienes lo poseen o usufructúan y que permiten la vida en comunidad, y que además son susceptibles de apropiación, ya sea privada o pública.

2.1.3.4.1 Clasificación de Bienes

Según García, J. (2014, p. 5); enumera la siguiente clasificación de los bienes:
Según se encuentren disponibles

2.1.3.4.1.1 Bienes Escasos:

Son aquellos que no están a libre disposición, por lo que son adquiridos en el mercado.

2.1.3.4.1.2 Bienes Libres o Abundantes:

Están disponibles en la naturaleza, al alcance del hombre.

2.1.3.4.1.3 Según puedan o no puedan ser trasladados

a) Bienes Muebles: estos se pueden transportar.
b) Bienes Inmuebles: no se pueden trasladar.

2.1.3.4.1.4 Según la variación de la demanda respecto a la variación del ingreso

a) Bienes Normales: al aumentar el ingreso, la demanda aumenta.
b) Bienes Inferiores: al aumentar el ingreso, disminuye la demanda.

Sub capítulo IV: EL DERECHO TUITIVO EN LA LEGISLACIÓN COMPARADA Y NACIONAL.

2.1.4.1 Generalidades.

En este subcapítulo se desarrollará la conceptualización del Derecho Tuitivo, de igual manera se define al usuario como contratante débil, se describe la información como base de desequilibrio en las relaciones de consumo y principio del derecho tuitivo legislado en la Constitución.

2.1.4.2 EL DERECHO TUITIVO EN LA LEGISLACIÓN COMPARADA

Gutiérres, W. (2005); en su libro La Constitución Comentada del Perú, sostiene que las relaciones de consumo son un tipo de relaciones jurídicas que implican dos situaciones jurídicas específicas, la de consumidor y la de proveedor. Dada la situación de asimetría informativa del consumidor, el derecho del consumidor busca protegerlo. Así, a nivel de legislación comparada, el artículo 4 del Código de Protección y Defensa del Consumidor del Brasil, aprobado por Ley N° 8.078, del 11 /09/90, reconoce como principio “de vulnerabilidad del consumidor en el mercado de consumo". Doctrina brasileña que considera que la vulnerabilidad es "un estado de la persona, un estado inherente de riesgo o una señal de confrontación excesiva de intereses identificado en el mercado, es una situación permanente o provisoria, individual o colectiva, que fragiliza, debilita al sujeto de derecho, desequilibrando la relación. La vulnerabilidad no es pues, el fundamento de las reglas de protección del sujeto más débil, es apenas el 'desarrollo' de estas reglas o de la actuación del legislador, es la técnica para aplicadas bien, es la noción instrumental que guía e ilumina la aplicación de estas normas protectivas y re equilibradoras, en busca del fundamento de Igualdad y de Justicia equitativa". P. 881

Así Gutiérres, W. (2005); siguiendo a Lima Márquez afirma que, existen tres tipos de vulnerabilidad: la técnica, la jurídica y la fáctica. Respecto de la vulnerabilidad técnica se afirma que "el comprador no posee conocimientos específicos sobre el objeto que está adquiriendo y por tanto, es fácilmente engañado tanto por las características de bien como en su utilidad, lo mismo ocurre en materia de servicios". La vulnerabilidad fáctica "es aquella desproporción fáctica de fuerzas, intelectuales y económicas, que caracteriza la relación de consumo" y la vulnerabilidad jurídica es entendida como la "falta de conocimientos jurídicos específicos, conocimientos de contabilidad o de economía". Como se puede observar, hay afinidad, entre los conceptos de vulnerabilidad técnica y jurídica con el de "asimetría informativa", que utilizamos en la experiencia jurídica nacional. Se sostiene que este principio de vulnerabilidad es una presunción que favorece al consumidor al igual que el principio de asimetría informática. Presunción relativa debido a que puede admitir prueba en contrario. P. 881

2.1.4.3 EL DERECHO TUITIVO EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

Gutiérres, W. (2007); sostiene que el derecho del consumidor es de vital importancia, pero ha sido abandonada por los dirigentes a “técnicos” que extrapolarizan sistemas legales de realidades de otros países a la nuestra. Por lo tanto sugiere que se diseñe un auténtico sistema que lo proteja; que recoja los mejores aportes y que reconozca las características de nuestra sociedad subdesarrollada, la economía de mercado incipiente y las limitaciones existentes en nuestros recursos. P. 883

La legislación tuitiva en materia de protección al consumidor se encuentra estructurada, con base en el principio de la asimetría informativa y económica que tiñe la relación de consumo, ya que el consumidor, parte débil de la relación contractual, carece del poder de negociación y de la información pertinente sobre el producto o servicio de que se trate, para (eventualmente) negociar en términos equitativos la contratación de consumo.

Por lo anterior, la legislación es tuitiva de la parte débil y de orden público para favorecer al consumidor. Esto hace que nuestra Ley de Protección al Consumidor enmarque derechos básicos de los consumidores, sin perjuicio de aquellos derechos que emanan de otras leyes especiales.

2.1.4.3.1 El consumidor como contratante débil

Gutiérres, W. (2005); sostiene que el consumidor es la expresión actual del contratante débil; las razones puntuales fundamentan esta afirmación y permite entender la lógica del Derecho del Consumo, es debido a que el consumidor es un contratante ocasional que acude al mercado con el fin de satisfacer sus necesidades o las de su entorno familiar o social agotando el destino del bien o servicio en su uso o consumo. En otro término no hay consumidores profesionales, solo existen consumidores "amateurs" del mercado, porque en el momento que se adquiera productos para volverlos a ingresar en el mercado se convierte en proveedor, es decir profesionales del mercado. Postura adoptada por Indecopi en la Resolución N° 0422 aa/TAC-Indecopi afirma: que la actuación de los proveedores en

el mercado no es descuidada ni se encuentra librada al azar sino, más bien, es una actuación planificada y desarrollada de acuerdo con las estrategias básicas de la mercadotecnia. En otras palabras, es una actuación profesional. P. 885

2.1.4.1.2 La información como base del desequilibrio en las relaciones de consumo

Para Gutiérres, W. (2005); muchas teorías y principios acerca del funcionamiento del mercado se basan en el supuesto de la información perfecta. La visión clásica de la economía y del funcionamiento del mercado se basa en que el mercado es competitivo y eficiente, y que las empresas al perseguir su propio interés, impulsan el bien público, lo cierto es que difícilmente se brinda toda la información necesaria, por ser costosa y porque los empresarios no hayan estímulo para brindar dicha información; es debido a ello que tiene que intervenir el estado para reparar la asimetr{ia informativa. Es así que se invalidan los clásicos teoremas cuando se encuentra que la información es costosa e imperfecta. P. 887

Hayek veía en el mercado a instituciones que han evolucionado para resolver problemas de información, por eso para el estado no podría planificar la economía, por exigirse algo imposible, como el que un pequeño grupo de funcionarios tenga toda la información.
La obligación de informar que tienen los proveedores, no indica que el usuario no tenga el deber de informarse; sin embargo, esta probabilidad es incierta debido a que la información es costosa al igual que su circulación.

Gutiérres, W. (2005); siguiendo a Llobel J, sostiene que el deber de no se agota con la adquisición y entrega del bien, debido a que la adquisición del bien por parte del consumidor no implica que ello lo convierta en un experto, es por eso que una de las obligaciones que asume el proveedor es el servicio de posventa, el cual incluye el deber de informar. P. 888

El deber de información, tiene como función paliar el desequilibrio dado debido al costo de la información y la ventaja que tiene el proveedor por ser el que tiene toda

la información, en cuanto a que en la mayoría de oportunidades es el quien redacta los contratos que son base en las relaciones de consumo. Gutiérrez W. (2005), sostiene que es imposible que el consumidor pueda analizar y procesar la información brindada por el proveedor; es por eso, que el traslado de información, no cambia la situación de debilidad del consumidor, es por ello que la Constitución protege al consumidor y hace bien en resaltar la importancia de la información en las relaciones de consumo. P. 889

El concepto de consumidor razonable es creación de la jurisprudencia administrativa del Perú, que en afán de excluir a ciertos consumidores, asumió por mucho tiempo el concepto restringido de "consumidor razonable"; termino que para Gutiérrez es inconstitucional, por estar alejado de la constitución, al introducirlo como complemento de "consumidor final". Termino que es peligrosamente limitativo, en el cual no basta que el consumidor cumpla con todos los requisitos exigidos por la ley para ejercer su defensa; sino que además, debe ser diligente. Este término en una importación del derecho anglosajon "the reasonable man", de donde desciende el consumidor razonable, construcción mito del derecho inglés; ideal demandada de un buen ciudadano que resultaría conveniente para el funcionamiento del mercado, pero no es posible en nuestro país por existir un alto grado de analfabetismo y una deficiente economía de mercado.

En suma todo intento injustificado que restrinja la protección del consumidor se opone a los valores que protege la constitución.

2.1.4.1.3 Principios del derecho tuitivo legislado en nuestra constitución

2.1.4.1.3.1. El principio pro consumidor

La Constitución Política ha elevado a estatus constitucional la protección de los consumidores y usuarios (artículo 65). Lo que permite afirmar que estamos ante un principio general del Derecho, el cual debe cumplir una triple función, a saber: función creadora, es decir, toda norma creada relacionada a este tema, debe inspirarse en dicho principio; función interpretativa, es decir que el derecho para ser aplicado debe ser interpretado en base a este principio; finalmente, función integradora, esto es, que en caso de vacío o deficiencia legal se recurrirá a este

principio. Y estos dilatan su aplicación penetrando en el terreno judicial y administrativo; es decir que si hay una denuncia administrativa debido a la vulneración de los derechos del consumidor, el órgano administrativo debe conducir el procedimiento de tal forma que se tutele los derechos del consumidor.

Gutiérrez, W. (2005); sostiene que el principio pro consumidor es sintoniza con el principio de verdad material del derecho administrativo establecido en el Artículo IV, numeral 1.11 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo. En suma, este principio pro consumidor es una pieza fundamental en todo modelo legal, que protege al consumidor o usuario; y. se extiende a todo el plexo normativo referido a la materia, por ello es reconocido en el Artículo V numeral 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor. P. 886-887

CAPÍTULO III

DESCRIPCIÓN

DE

LA REALIDAD

3.1 DESCRIPCIÓN ACTUAL DE LOS RESPONSABLES RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO – 2015

Dentro de los responsables están considerados los administradoras de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

3.1.1 Resultados de los responsables respecto a Las Discrepancias Teóricas (planteamientos teóricos), con referencia a la Vigencia del Derecho Tuitivo en el Servicio de Telecomunicaciones. Periodo – 2015

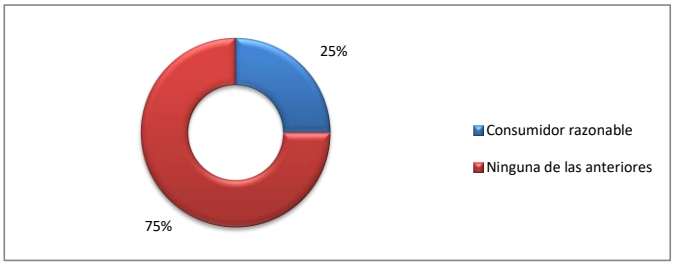
3.1.1.1 Planteamientos teóricos considerados como criterios para resolver los reclamos.

Tabla 2: Planteamientos teóricos que se consideran como criterios al momento de resolver los reclamos de los usuarios.

Planteamientos teóricos	Cantidad	%
a) Consumidor Razonable.	1	25
b) Ninguna de las anteriores	3	75
Total	4	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Figura 1: Nivel de aplicación de planteamientos teóricos que se consideran como criterios al momento de resolver los reclamos de los usuarios.



Fuente: Investigación propia.

Descripción

El 75% optó por responder la opción c) Ninguna de las anteriores, debido al desconocimiento de los planteamientos teóricos.

En tanto que el 25 % de los responsables consideró, como criterio para resolver los reclamos de los usuarios a la alternativa a) Consumidor Razonable, que es el adoptado por Indecopi.

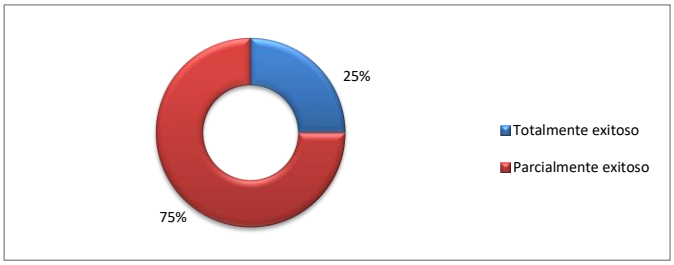
3.1.1.2 Planteamientos teóricos que en su sistema de solución de conflictos son considerados éxitos.

Tabla 3: Planteamientos teóricos que al aplicarse a la realidad se consideran exitosos.

Planteamientos teóricos	Cantidad	%
a) Totalmente exitosa.	1	25
b) Parcialmente exitosa.	3	75
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Figura 2: Nivel de Planteamientos teóricos que al aplicarse a nuestra realidad se consideran exitosos.



Fuente: Investigación propia.

Descripción

El 75% considera que el sistema que está usando al momento de resolver los reclamos de los usuarios es parcialmente exitoso para nuestra realidad.

Sin embargo el 25 % de los responsables consideró, que el sistema, que están usando al resolver los reclamos de los usuarios, es totalmente exitoso para nuestra realidad.

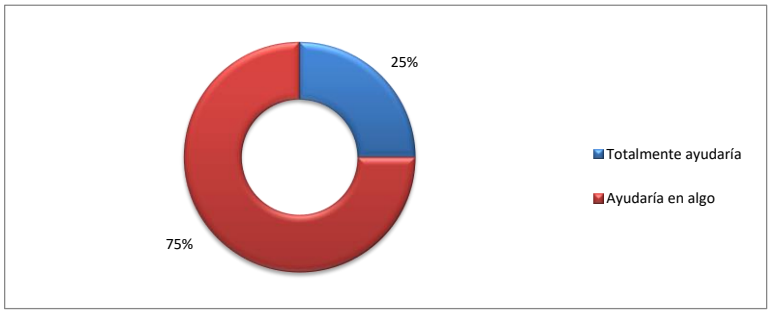
3.1.1.3 Principio "favor debilis" , planteamiento teórico que ayudaría a efectivizar la protección tutelar del consumidor

Tabla 4: Planteamiento teórico; que al aplicarse, sería de gran ayuda, para la solución de los reclamos de los usuarios de los servicios de Telecomunicaciones.

Planteamientos teóricos	Cantidad	%
a) Totalmente de acuerdo de que sería de gran ayuda.	1	25
b) Ayudaría en algo.	3	75
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Figura 3: Nivel de aplicación de Planteamientos teóricos; que al aplicarse, sería de gran ayuda, para la solución de los reclamos de los usuarios de los servicios de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia

Descripción

El 75 % considera que ayudaría en algo, en cuanto a la resolución de los conflictos de los usuarios de los servicios de Telecomunicaciones.

Mientras que el 25 % de los responsables se encuentra totalmente de acuerdo, que el principio "favor Debilis" sería de gran ayuda en la resolución de los conflictos de los usuarios de los servicios de Telecomunicaciones.

3.1.2 Resultados de los responsables respecto a los incumplimientos de las normas que establecen los derechos de los usuarios, con referencia a la Vigencia del Derecho Tuitivo en el Servicio de Telecomunicaciones. Periodo – 2015

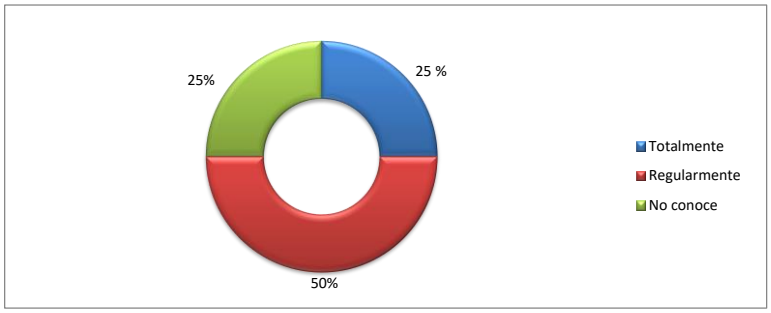
3.1.2.1 Conocimiento de los usuarios con referencia a sus derechos para hacerlos prevalecer.

Tabla 5: Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios respecto al como reclamar frente a una vulneración de sus derechos.

Incumplimientos	Cantidad	%
a) Totalmente	1	25
b) Regularmente.	2	50
c) No conoce.	1	25
Total	4	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Figura 4: Nivel de Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios respecto al como reclamar frente a una vulneración de sus derechos.



Fuente: Investigación Propia.

Descripción.

El 50% considera que los usuarios conocen regularmente sus derechos para poder reclamarlos ante las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones, frente a cualquier vulneración.

En tanto el 25 % de los responsables considera que los usuarios conocen totalmente sus derechos, para poder reclamarlos ante las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones, frente a cualquier vulneración.

Mientras que el 25 % no conoce sus derechos, para poder reclamarlos ante las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones, frente a cualquier vulneración.

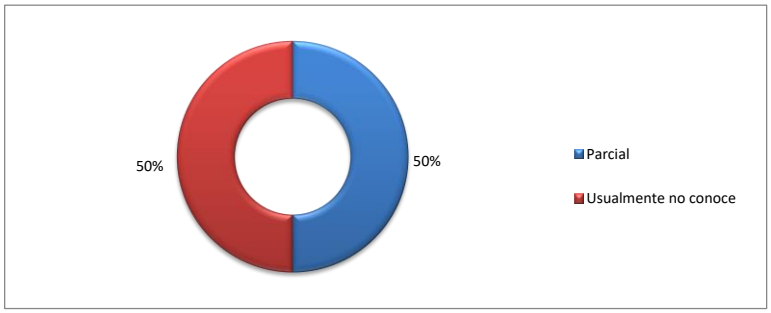
3.1.2.2 Nivel de concientización de los usuarios con respecto a la relación contractual con las empresas operadoras de telecomunicaciones.

Tabla 6: Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios (información asimétrica) respecto a los servicios que contratan con las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Incumplimientos	Cantidad	%
a) Parcial.	2	50
b) Usualmente no conoce.	2	50
total	4	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Figura 5: Nivel de Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios (información asimétrica) respecto a los servicios que contratan con las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia.

Descripción.

El 50 % de los responsables considera que los usuarios conocen parcialmente, la información de los servicios que contrata con las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Sin embargo el 50% considera que los usuarios usualmente no conocen, la información de los servicios que contrata con las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

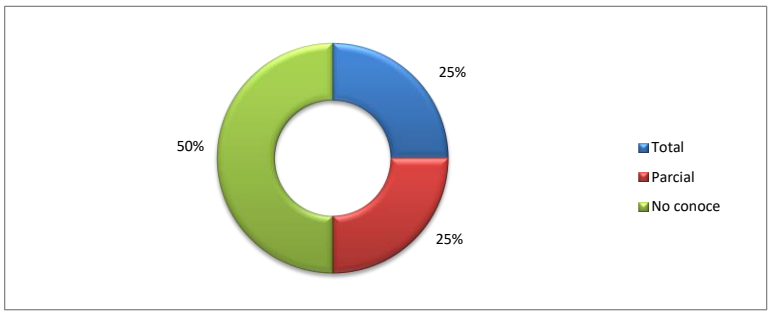
3.1.2.3 Nivel de conocimiento del usuario, con respecto al procedimiento administrativo que seguiría su reclamo.

Tabla 7: Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios (información asimétrica) respecto al procedimiento para interponer sus reclamos, en las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Incumplimientos	Cantidad	%
a) Total.	1	25
b) Parcial.	1	25
c) No conoce.	2	50
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Figura 6: Nivel de Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios (información asimétrica) respecto al procedimiento para interponer sus reclamos, en las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia

Descripción.

El 50% considera que los usuarios no conocen, el procedimiento para interponer sus reclamos en las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

El 25 % de los responsables considera que los usuarios conocen totalmente, la información del procedimiento para interponer sus reclamos en las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Mientras que el 25 % de los responsables considera que los usuarios conocen parcialmente, la información del procedimiento para interponer sus reclamos en las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

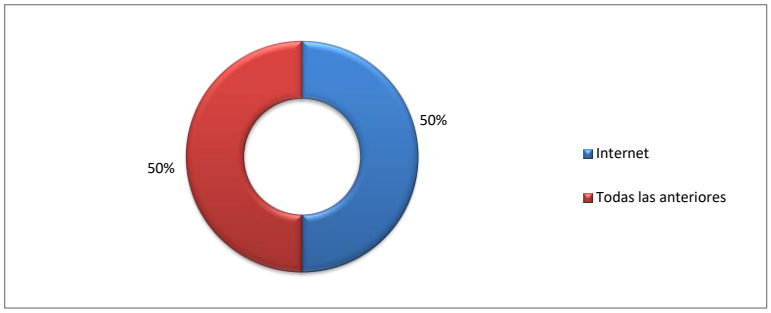
3.1.2.4 Medios utilizados para brindar información a los usuarios con respecto a sus derechos y obligaciones de la relación contractual.

Tabla 8: Incumplimientos; de los responsables al no brindar información (en todos los medios de comunicación) respecto a sus derechos y obligaciones como usuarios de los servicios de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Incumplimientos	Cantidad	%
a) Internet.	2	50
b) Todas las anteriores.	2	50
total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Figura 7: Nivel de Incumplimientos; de los responsables al no brindar información (en todos los medios de comunicación) respecto a sus derechos y obligaciones como usuarios de los servicios de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia

El 50 % de los responsables brinda a través del internet, información de sus derechos y obligaciones como usuarios de los servicios de Telecomunicaciones.

En tanto el 50 % de los responsables brinda a través de todos los medios mencionados, información de sus derechos y obligaciones como usuarios de los servicios de Telecomunicaciones.

2.1 DESCRIPCIÓN ACTUAL DE LA COMUNIDAD JURÍDICA RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO - 2015

Dentro de la comunidad jurídica están comprendidos 99 usuarios de los distintas operadoras de los servicios de telecomunicaciones; y, el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque de OSIPTEL.

2.1.1. RESULTADOS DE LA COMUNIDAD JURÍDICA EN RELACIÓN A LOS PLANTEAMIENTOS TEÒRICOS (NORMA, LEGISLACIÓN COMPARADA), RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO- 2015

2.1.1.1 Resultados del nivel de conocimiento de los derechos como consumidor

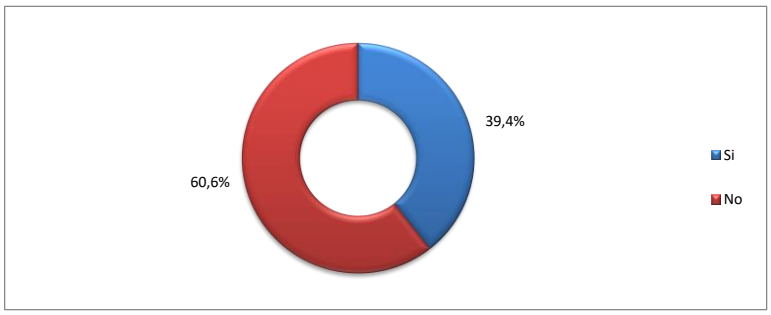
1. conocimiento de los usuarios con referencia a sus derechos como consumidor.

Tabla 9: Conocimiento de los derechos del consumidor: que de conocerse por los usuarios, mejorarían su condición como consumidores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Norma y Legislación Comparada	Cantidad	%
a) Si	39	39.4
b) No	60	60.6
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 8: Nivel de conocimiento de los derechos del consumidor: que de conocerse por los usuarios, mejorarían su condición como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia.

Descripción.

El 60.5 % de los usuarios considera que no conocen los derechos que los protegen. Mientras el 39.4 % de los usuarios considera que tienen conocimiento de los derechos que los protegen.

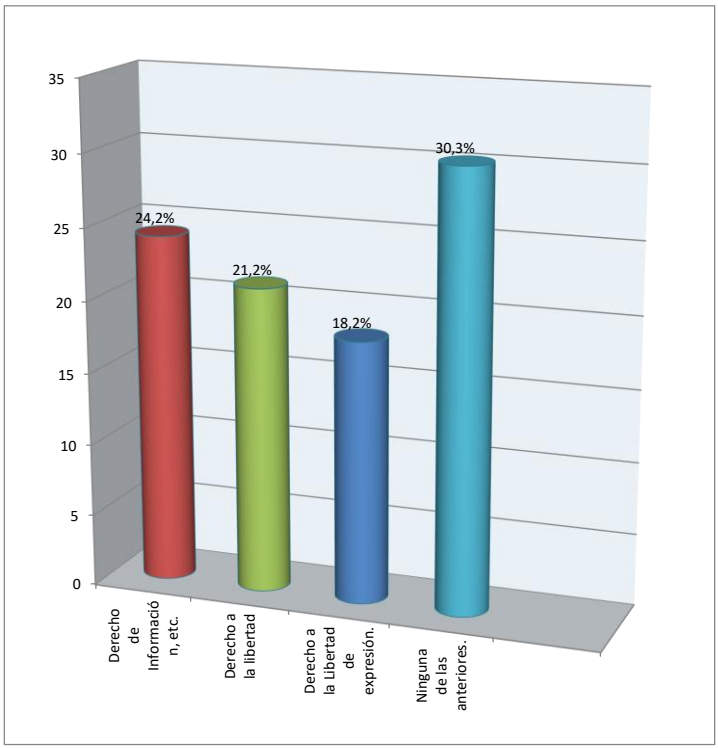
2. Derechos que lo protegen como consumidor de los servicios de telecomunicaciones.
    a. **Derecho de información, derecho a ser escuchado, derecho a reclamar, derecho a tener un servicio de calidad e idóneo, derecho a recibir su contrato, etc**.
    b. Derecho de información, derecho a ser escuchado, derecho a reclamar, derecho a la libertad, derecho a tener un servicio de calidad e idóneo, derecho a recibir su contrato, etc.
    c. Derecho de información, derecho a portabilidad, derecho a reclamar, derecho a libertad de expresión, derecho a tener un servicio de calidad e idóneo, derecho a recibir su contrato, etc.
    d. Todas las anteriores

Tabla 10: Conocimiento de los derechos del consumidor: que de conocerse por los usuarios, mejorarían su condición como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma y Legislación comparada	Cantidad	%
a) Derecho a la información, etc.	24	24.2
b) Derecho a la libertad.	21	21.2
c) Derecho a la libertad de expresión.	18	18.2
d) Todas las anteriores.	30	30.3
Total	93	93.9%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 9: Nivel de conocimiento de los derechos del consumidor: que de conocerse por los usuarios, mejorarían su condición como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia.

Descripción.

El 30.3 % de los usuarios considera que los derechos que los amparan como usuarios son los derechos contenidos en todas las alternativas de acuerdo a la alternativa d).

El 24.4 % de los usuarios considera que los derechos que los amparan como consumidores es la alternativa a).

El 21.2 % de los usuarios considera que los derechos que los amparan como consumidores son los contenidos en la alternativa b).
El 18.2 % de los usuarios considera que los derechos que los amparan como consumidores son los descritos en la alternativa c).
Sin embargo el 6.1 % de los usuarios no contesto ninguna de las alternativas, lo cual indica que desconocen lo referente a sus derechos.

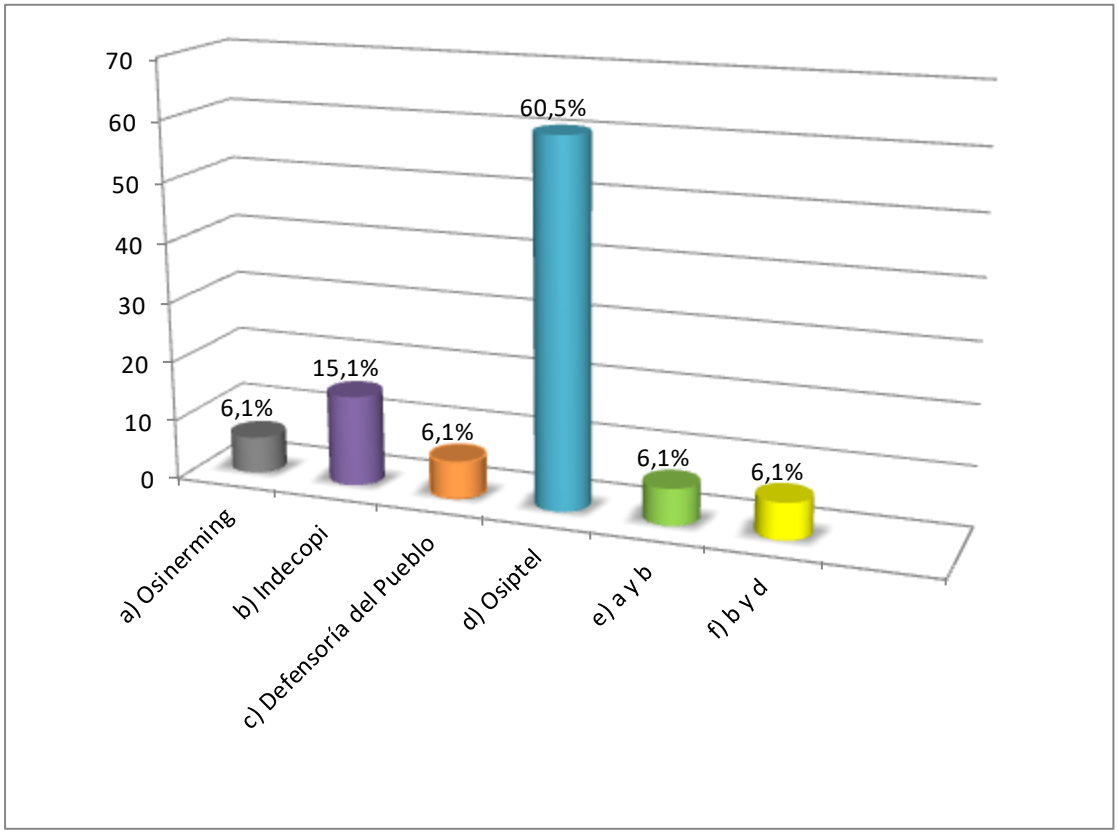
3. Conocimiento de la institución encargada de regular los servicios de las empresas operadoras de telecomunicaciones.

Tabla 11: conocimiento de los usuarios: de la Institución encargada de velar por la protección de los derechos del consumidor en los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma	Cantidad	%
a) OSINERMING.	6	6.1
b) INDECOPI.	15	15.1
c) DEFENSORÍA DEL PUEBLO	6	6.1
d) OSIPTEL	60	60.5
e) A y b	6	6.1
f) B y d	6	6.1
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 10: Nivel de conocimiento de los usuarios; de la Institución encargada de velar por la protección de los derechos del consumidor en los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia

Descripción.

El 60.5 % de los usuarios considera que la institución encargada de resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones es la Osiptel, contenido en la alternativa d).

El 6.1 % de los usuarios considera que la institución encargada de resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones, es Osinerming, contenido en la alternativa a).

El 6.1 % de los usuarios considera que la institución encargada de resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones es la Defensoría del Pueblo, contenido en la alternativa b).

El 6.1 % de los usuarios considera que las instituciones encargadas de resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones son Osinermig y Indecopi, contenido en la alternativa e).

Mientras que el 6.1 % de los usuarios considera que las instituciones encargadas de resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones son Indecopi y Osiptel, contenido en la alternativa f).

2.1.1.2 Resultado de las discrepancias teóricas (planteamientos teóricos) en el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque. OSIPTEL

1. Planteamientos teóricos que se consideran como criterios al momento de resolver los reclamos de los usuarios.

El Jefe de la Oficina Descentralizada marco Ninguna de las anteriores debido a que ellos no se encargaban de resolver los reclamos.

2. Planteamientos teóricos que en su sistema son considerados exitosos.

Frente a esta pregunta el Jefe de Lambayeque de Osiptel considera que el sistema es parcialmente exitoso frente a la solución de los reclamos de los usuarios.

3. Principio “favor debilis”, planteamiento que ayudaría a efectivizar la protección tutelar del consumidor.

El jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque de Osiptel considera que este principio ayudaría en algo en cuanto a la solución de los conflictos de los usuarios en el país.

2.1.2 RESULTADOS DE LA COMUNIDAD JURÍDICA, EN RELACIÓN A LOS INCUMPLIMIENTOS (NORMA, LEGISLACIÓN COMPARADA) RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO - 2015

2.1.2.1 Resultado de los incumplimientos (norma y Legislación) comparada por los usuarios.

1. Conocimiento de sus derechos vulnerados como consumidor.

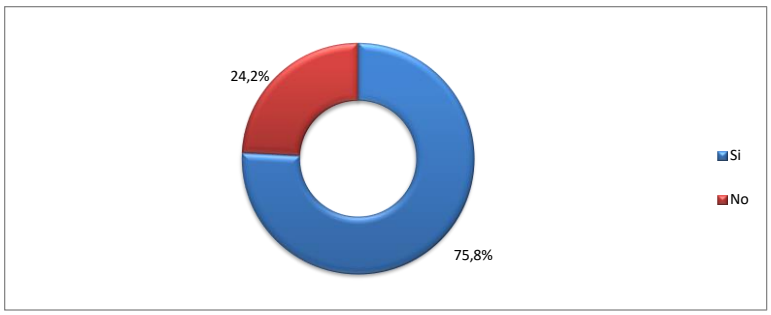
A. Resultado de los usuarios que consideran que en algún momento han visto vulnerados sus derechos como usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

Tabla 12: Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder identificar si están siendo afectados por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Incumplimiento (Norma y Legislación Comparada)	Cantidad	%
a) Si	75	75.8
b) No	24	24.2
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 11: Nivel de los Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder identificar si están siendo afectados por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia.

Descripción.

El 78.8 % de los usuarios considera que sus derechos como consumidores han sido vulnerados por los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Sin embargo el 24.2 % de los usuarios no considera que sus derechos como consumidores han sido vulnerados por los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

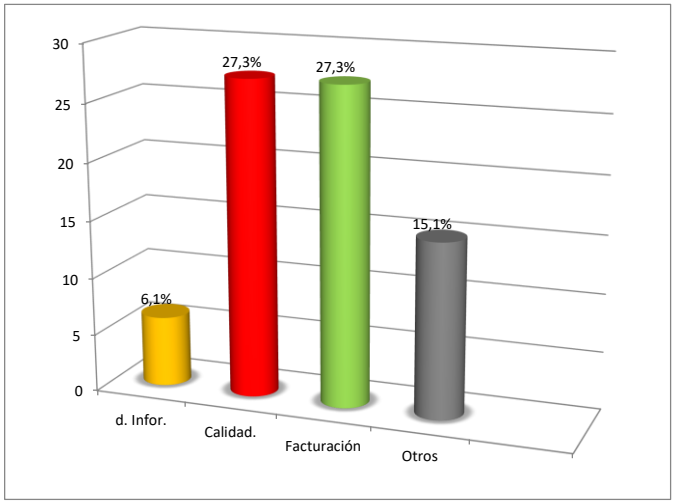
B. Resultado de los derechos vulnerados del 78.5 % de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

Tabla 13: Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder identificar los derechos vulnerados por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma	Cantidad	%
a) D. información	6	6.1
b) Calidad e idoneidad	27	27.3
c) Facturación o cobro	27	27.3
d) Otros	15	15.1
Total	75	75.8 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 12: Nivel de Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder identificar los derechos vulnerados por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia.

Descripción.

El 27.3 % de los usuarios que marco que consideraba que sus derechos han sido vulnerados, considera que su derecho vulnerado por las empresas operadoras es el Derecho de Calidad e Idoneidad del Servicio, contenido en la alternativa b).

El 27.3 % de los usuarios que marco que consideraba que sus derechos han sido vulnerados, considera que su derecho vulnerado por las empresas operadoras es el Derecho de Facturación o Cobro de Servicios, contenido en la alternativa c).

El 15.1 % de los usuarios que marco que considera que su derecho vulnerado por las empresas operadoras son otros, considerado en la alternativa d).

Mientras que el 6.1 % de los usuarios que marco que consideraba que su derecho vulnerado por las empresas operadoras es el Derecho de Información, contenido en la alternativa a).

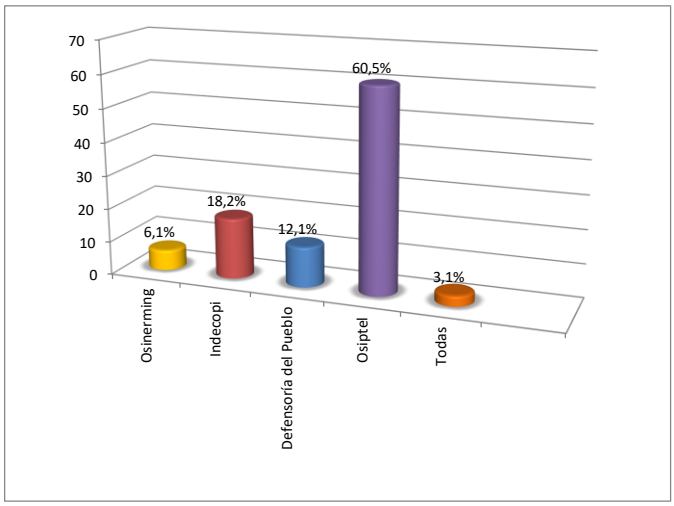
2. Nivel de conocimiento de la institución encargada de regular los derechos del consumidor.

Tabla 14: Incumplimientos (norma); de los usuarios en cuanto al conocimiento de la institución a la cual deben recurrir frente a la vulneración de sus derechos por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma	Cantidad	%
a) OSINERMING.	6	6.1
b) INDECOPI.	18	18.2
c) DEFENSORÍA DEL PUEBLO	12	12.1
d) OSIPTEL	60	60.5
e) todas	3	3.1
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 13: Nivel de los Incumplimientos (norma); de los usuarios en cuanto al conocimiento de la institución a la cual deben recurrir frente a la vulneración de sus derechos por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.



Fuente: investigación propia

Descripción.

El 18.2 % de los usuarios considera recurrir para resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones, a Indecopi, contenido en la alternativa b).

El 12.1 % de los usuarios considera recurrir para resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones, a la Defensoría del Pueblo, contenido en la alternativa c).

El 6.1 % de los usuarios considera recurrir para resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones, a Osiptel, contenido en la alternativa d).

El 6.1 % de los usuarios considera recurrir para resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones, a Osinerming, contenido en la alternativa a).

El 6.1 % de los usuarios considera recurrir para resolver los conflictos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones, atodas las instituciones anteriormente mencionadas.

3. Nivel de conocimiento de los usuarios con referencia a la vulneración de sus reclamos, y conocimiento para ejercer su derecho tutelar.

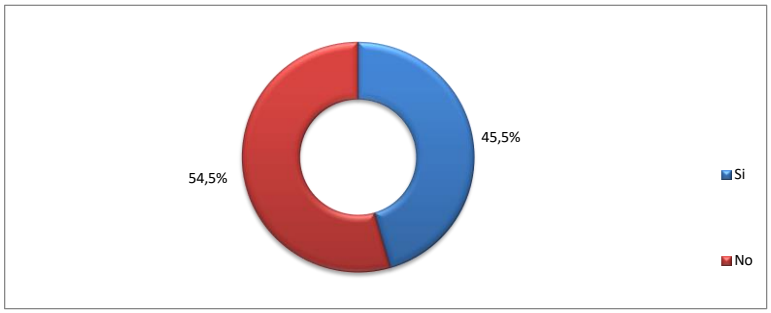
   A. *Resultado de los usuarios que han interpuesto su reclamo frente a la vulneración de sus derechos.*

Tabla 15: Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder interponer sus reclamos, frente a la vulneración de sus derechos como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Incumplimiento (Norma y Legislación Comparada)	**Cantidad**	**%**
c) Si	45	45.5
d) No	54	54.5
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 14: Nivel de los Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder interponer sus reclamos, frente a la vulneración de sus derechos como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia.

Descripción.

El 54.5 % de los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones no ha interpuesto ningún reclamo.

En tanto el 45.5 % de los usuarios ha interpuesto su reclamo frente a la vulneración de sus derechos cometida por las empresas operadoras de telecomunicaciones.

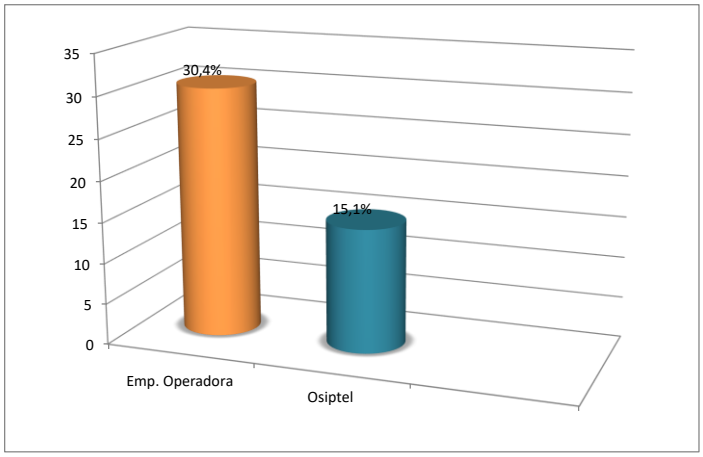
B. Resultado de las entidades a las cuales interpusieron sus reclamos los usuarios que interpusieron sus reclamos los usuarios.

Tabla 16: Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder interponer sus reclamos, frente a la vulneración de sus derechos cometida por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma	Cantidad	%
a) Empresa operadora	30	30.4
b) Osiptel	15	15.1
Total	45	45.5 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 15: Nivel de Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder interponer sus reclamos, frente a la vulneración de sus derechos cometida por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.



Fuente: Investigación propia.

El 30.4% de los usuarios interpuso sus reclamos al ver sus derechos vulnerados en la misma empresa operadora de acuerdo a la alternativa a).
Sin embargo, el 15.1 % acudió a interponer sus reclamos al ver sus derechos vulnerados a Osiptel.

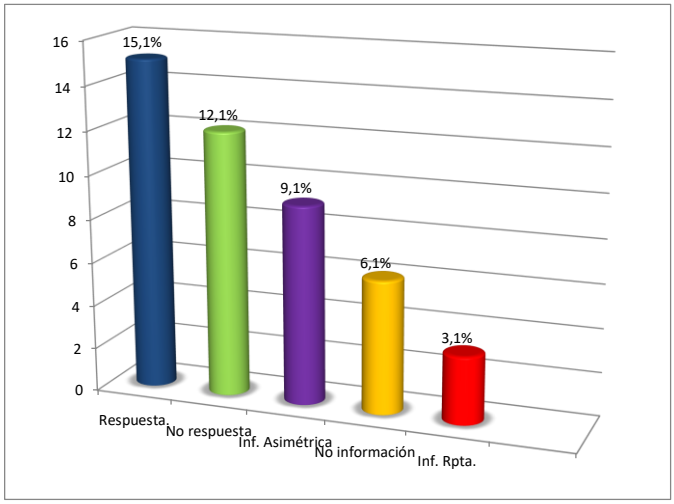
4. Se brindó respuesta al usuario respecto a su reclamo e información del procedimiento administrativo que sigue el reclamo.

Tabla 17: Incumplimientos (norma); de los usuarios en cuanto al conocimiento de la forma en cómo se interpone los reclamos, y el procedimiento administrativo por el cual pasaría su reclamo.

Norma	Cantidad	%
a) Respuesta	15	15.1
b) No respuesta	12	12.1
c) Inf. asimétrica	9	9.1
d) No información	6	6.1
e) Información y respuesta.	3	3.1
Total	45	45.5 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Figura 16: Nivel de los Incumplimientos (norma); de los usuarios en cuanto al conocimiento de la forma en cómo se interpone los reclamos, y el procedimiento administrativo por el cual pasaría su reclamo.



Fuente: Investigación propia

Descripción.

El 15.1 % de los usuarios considera que frente al reclamo interpuesto, si obtuvo respuesta.

El 12.1 % de los usuarios considera que frente al reclamo interpuesto, no obtuvo respuesta.

El 9.1 % de los usuarios considera que si se le informo sobre el procedimiento y como reclamar.

Además el 6.1 % de los usuarios, considera que si se le dio respuesta a su reclamo, además de que fue informado del procedimiento y de cómo reclamar.

Sin embargo el 3.1 % de los usuarios, considera que no se le informó nada.

2.1.2.2. Resultado de los incumplimientos (norma y legislación comparada) por el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque. OSIPTEL

4. Conocimiento de los usuarios con referencia a sus derechos para hacerlos prevalecer.

El Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque de Osiptel, considera que los usuarios de los servicios de telecomunicaciones regularmente no conocen sus derechos como consumidores, como para hacerlos prevalecer presentando sus reclamos.

5. Nivel de concientización de los usuarios con respecto a la relación contractual con las empresas operadoras de los servicios de telecomunicaciones.

El Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL, considera que los usuarios de los servicios de telecomunicaciones usualmente no conocen, respecto a la información de los servicios que contratan con las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

6. Nivel de conocimiento del usuario con respecto al procedimiento administrativo que seguirá su reclamo.

El Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL, considera que los usuarios tienen un conocimiento parcial, respecto al procedimiento para interponer sus reclamos.

7. Medios utilizados para brindar información usuarios con respecto a sus derechos y obligaciones de la relación contractual.

El Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL, considera que como institución reguladora, utilizan todos los medios mencionados en las alternativas para informar a los usuarios sus derechos y obligaciones como consumidores de los servicios de telecomunicaciones.

CAPÍTULO IV

ANALISIS

DE LA

REALIDAD

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ENCONTRADA DE LOS RESPONSABLES RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO – 2015

Dentro de los responsables están considerados los administradoras de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

4.1.1 Análisis de los responsables respecto a los planteamientos teóricos.

1. Planteamientos teóricos considerados como criterios para resolver reclamos.

a) Consumidor razonable.
b) Ninguna de las anteriores.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 1** que un **75 %** no aplica ninguno de los planteamientos mencionados como criterio para la solución de los conflictos de las empresas operadoras de telecomunicaciones, lo cual es negativo por indicar la existencia de discrepancias teóricas respecto a los criterios que se deben aplicar para la solución de este conflicto surgido; en tanto que el **25 %** de los responsables aplica el criterio basado en la postura de un consumidor razonable. Información detallada en la **Tabla 2.**

Tabla 18: Planteamientos teóricos que se consideran como criterios al momento de resolver los reclamos de los usuarios.

Planteamientos teóricos	Cantidad	%
a) Consumidor Razonable.	1	25
b) Ninguna de las anteriores	3	75
Total	4	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Si bien es cierto de acuerdo a la **Figura 1**, el **25 %** de los responsables aplica el criterio de la postura de Indecopi, respecto a un consumidor razonable, se **califica** que no es el adecuado, debido a que este concepto es una “creación” de la jurisprudencia administrativa del país, pues en ningún lado la ley se refiere a él. Además de que esta interpretación jurisprudencial es peligrosamente limitativa, debido a que es un ideal por no ser posible, en un país en el que existe un alto grado de analfabetismo y una precaria economía de mercado.

2. Planteamientos teóricos que en su sistema son considerados exitosos.

a. Totalmente exitosa.
b. Parcialmente exitosa.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 2** que un **75 %** no aplica ninguno de los planteamientos mencionados como criterio para la solución de los conflictos de las empresas y además considera que este sistema que están aplicando en la solución de los conflictos es parcialmente exitoso, lo cual es negativo por indicar la existencia de discrepancias teóricas respecto a los criterios que se deben aplicar para la solución de este conflicto surgido; en tanto que el **25 %** de los responsables que aplica el criterio basado en la postura de un consumidor razonable, considera que este sistema que están aplicando para la solución de los reclamos de los usuarios de los servicios de telefonía móvil, es totalmente exitosa. Información detallada en la **Tabla 3**.

Tabla 19: Planteamientos teóricos que al aplicarse a la realidad se consideran exitosos.

Planteamientos teóricos	Cantidad	%
a) Totalmente exitosa.	1	25
b) Parcialmente exitosa.	3	75
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

A la realidad haciendo un análisis, se **califica** que si bien es cierto pueden estar aplicando el principio de consumidor razonable y puede estar funcionando para la solución de sus reclamos a criterio de los responsables; pero no de los usuarios debido a que este concepto limitativo, podría estar llevando a la desprotección de los derechos de muchos consumidores de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

3. **Principio "favor debilis", planteamiento que ayudaría a efectivizar la protección tutelar del consumidor.**

a) Totalmente de acuerdo que sería de gran ayuda.
b) Ayudaría en algo.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 3** el **75 %** de los responsables considera que su aplicación ayudaría en algo, en tanto que un **25 %** de los responsables considera que la aplicación de principio "favor debilis" sería totalmente de gran ayuda lo cual sería un gran logro en las discrepancias teóricas. Información detallada en **Tabla 4**

Tabla 20: Planteamiento teórico; que al aplicarse, sería de gran ayuda, para la solución de los reclamos de los usuarios de los servicios de Telecomunicaciones.

Planteamientos teóricos	Cantidad	%
a) Totalmente de acuerdo de que sería de gran ayuda.	1	25
b) Ayudaría en algo.	3	75
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Haciendo un análisis, se **califica** que esta aplicación no sería novedosa, por encontrarse contenido en nuestra norma, debido a que el Principio Favor Debilis es equiparable al Principio Pro Consumidor, en cuanto a que se debe aplicar o interpretar la ley de la forma más favorable al consumidor.

4.1.1.1 Apreciaciones resultantes del análisis en los responsables respecto a los planteamientos teóricos.

A. Discrepancias teóricas en los responsables, respecto a los planteamientos teóricos.

75 % de discrepancias en los responsables, respecto a los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes de discrepancias teóricas, es del 75% para ninguno de los planteamientos teóricos mencionados, además de considerar que su sistema es parcialmente exitoso en la solución de conflictos; el 75% de los responsables considera que el principio favor débiles ayudaría en algo en la efectivización de la protección tutelar de los usuarios.

B) Logros en los responsables respecto a los planteamientos teóricos.

25% de logros en los responsables respecto a los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes respecto a los logros de las discrepancias teóricas en los responsables, con referencia a los planteamientos teóricos, es del 25% para el consumidor razonable, además considera que su aplicación en su sistema es exitoso; y el 25% de los responsables considera que el principio favor débiles sería de gran ayuda para la efectivización de la protección tutelar de los usuarios.

4.1.2 Análisis Resultados de los responsables respecto a los incumplimientos de las normas que establecen los derechos de los usuarios.

1. Conocimiento de los usuarios con referencia a sus derechos para hacerlos prevalecer.

    a) Totalmente
    b) Regularmente
    c) No conoce

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 4** el **50 %** de los responsables considera que los usuarios conocen de manera regular sus derechos como consumidores de los servicios de Telecomunicaciones; mientras el **25 %** de los responsables considera que los usuarios conocen totalmente los derechos que los amparan como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de telecomunicaciones; en tanto **25 %** de los responsables considera que los usuarios no tienen conocimiento de sus derechos como consumidores de los servicios de telecomunicaciones. Información detallada en **Tabla 5**

Tabla 21: Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios respecto al como reclamar frente a una vulneración de sus derechos.

Incumplimientos	Cantidad	%
a) Totalmente	1	25
b) Regularmente.	2	50
c) No conoce.	1	25
Total	4	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Haciendo un análisis, se **califica** que un 75 % de los responsables que marco que conocen parcialmente y no conocen, están incumpliendo con la norma, al vulnerar los derechos de los usuarios, al no brindarles información o brindarles información relevante sobre los derechos que como consumidores de los servicios de telecomunicaciones los ampara, lo cual es negativo para que haya buena protección tutelar.

2. Nivel de concientización de los usuarios con respecto a la relación contractual con las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.
   a) Parcial
   b) Usualmente no conoce.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 5,** que un **50 %** de los responsables considera que los usuarios son conscientes parcialmente respecto a la información de los servicios que contratan con las empresas operadoras de telecomunicaciones, en tanto **50 %** de los responsables considera que los usuarios usualmente no conocen respecto a la información de los servicios que contratan con las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones. Información detallada en **Tabla 6.**

Tabla 22: Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios (información asimétrica) respecto a los servicios que contratan con las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Incumplimientos	Cantidad	%
a) Parcial.	2	50
b) Usualmente no conoce.	2	50
total	4	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Haciendo un análisis se **califica** que en un 100%, las empresas no están cumpliendo con brindar información detallada, respecto a la contratación que realizan con los usuarios en sus empresas operadoras; incumpliendo así de esta manera la norma que contiene los derechos de los consumidores vulnerando el derecho de información, con la asimetría informática que realizan constantemente con los usuarios.

3. Nivel de conocimiento por parte de los usuarios respecto al procedimiento administrativo que seguirá su reclamo.
   a) Total
   b) Parcial
   c) No conoce

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 6,** que el 50% de los responsables considera que los usuarios no conoce; en tanto que un **25%** de los responsables considera que los usuarios tienen conocimiento total, respecto al procedimiento para interponer sus reclamos; mientras el 25% de los responsables considera que los usuarios conocen parcialmente el procedimiento para interponer sus reclamos ante las empresas operadoras frente a alguna vulneración cometida. Información detalla en la Tabla 7.

Tabla 23: Incumplimientos; de los responsables al no brindar información a los usuarios (información asimétrica) respecto al procedimiento para interponer sus reclamos, en las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Incumplimientos	Cantidad	%
a) Total.	1	25
b) Parcial.	1	25
c) No conoce.	2	50
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Haciendo un análisis se **califica** que en un 75 %, las empresas no están cumpliendo con brindar información detallada, respecto al procedimiento que deben realizar los usuarios para interponer sus reclamos y así hacer prevalecer sus derechos ante cualquier vulneración cometida por las empresas operadoras de telecomunicaciones incumpliendo así de esta manera la norma que contiene los derechos de los consumidores vulnerando el derecho de información y de reclamo, con la asimetría informática que realizan constantemente con los usuarios.

4. Medios utilizados, para brindar información a los usuarios con respecto a sus derechos y obligaciones de la relación contractual.

    a) Internet
    b) Radio, televisión, internet, charlas.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 7,** que un **50%** de los responsables sostiene que informa a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones sus derechos y obligaciones como consumidores a través de internet; en tanto que el 50 % sostiene que lo hace en todos los medios mencionados. Información detallada en Tabla 8.

Tabla 24: Incumplimientos; de los responsables al no brindar información (en todos los medios de comunicación) respecto a sus derechos y obligaciones como usuarios de los servicios de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Incumplimientos	Cantidad	%
a) Internet.	2	50
b) Todas las anteriores.	2	50
total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los administradores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Haciendo un análisis se **califica** que en un 50 %, las empresas operadoras de telecomunicaciones, cumple al menos con informar a la población sobre sus derechos y obligaciones por internet mediante la página web, sin embargo se considera que el 50 % de los responsables que afirma, que informa sus derechos y obligaciones a través de todos los medios de comunicación mencionados.

4.1.1.1 Apreciaciones resultantes del análisis de los responsables respecto a los incumplimientos de las normas que establecen los derechos de los usuarios.

A. Incumplimientos de los responsables, respecto a las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores.

75% de Incumplimientos de los responsables respecto a las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores.

La prelación individual de porcentajes de Incumplimientos en los responsables, respecto de las normas que establecen los derechos de los usuarios como

consumidores, es de: los responsables consideran que el 50% conoce regularmente y el 25% no conoce sus derechos como usuario, formando un total de **75%** de incumplimientos en cuanto a la información asimétrica, a los usuarios de sus derechos como consumidores; consideran además que el 50% son conscientes parcialmente y el 50% no conoce o no son conscientes con respecto a la relación contractual, formando así un **100 %** de incumplimientos por parte de los responsables en cuanto a la información asimétrica de la relación contractual; consideran que el 50% no conoce y el 25% conoce parcialmente el procedimiento para interponer sus reclamos, formando un total de **75%** de los incumplimientos en cuanto a información del procedimiento administrativo debido a la información asimétrica; el **50%** de los responsables brinda información por internet en referencia a sus derechos y obligaciones de la relación contractual.

B. Logros de los responsables, respecto a las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores.

25% de logros de los responsables, respecto a las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores.

La prelación individual de logros en los responsables, respecto de las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores, es de: el 25% conoce totalmente sus derechos como usuario; el 25% conoce totalmente el procedimiento administrativo para interponer sus reclamos; el 50% brinda información a los usuarios sobre sus derechos y obligaciones mediante todos los medios.

4.2 ANÁLISIS ENCONTRADA DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD JURÍDICA RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO - 2015

Dentro de la comunidad jurídica están comprendidos 99 usuarios de los distintas operadoras de los servicios de telecomunicaciones; y, el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque de OSIPTEL.

4.2.1 ANÁLISIS ENCONTRADA DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD JURÍDICA EN RELACIÓN A LOS PLANTEAMIENTOS TEÒRICOS (NORMA, LEGISLACIÓN COMPARADA), RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO- 2015

4.2.1.1 Resultados del nivel de conocimiento de los derechos como consumidor.

1. Conocimiento de los usuarios con referencia a sus derechos como consumidor.
    1) Si
    2) No

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 8,** que un **39.4%** de los usuarios sostiene que si tiene conocimiento respecto a sus derechos como consumidor de los servicios de Telecomunicaciones; en tanto el 60.6 %de los usuarios considera que no tiene conocimiento sobre sus derechos como consumidor de telecomunicaciones. Información detallada en Tabla 9.

Tabla 25: Conocimiento de los derechos del consumidor: que de conocerse por los usuarios, mejorarían su condición como consumidores de las empresas operadoras de los servicios de Telecomunicaciones.

Norma y Legislación Comparada	Cantidad	%
a) Si	39	39.4
b) No	60	60.6
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Haciendo un análisis de la realidad, el 39.4 % de los usuarios sostiene que conoce los derechos como consumidor de los servicios de telecomunicaciones, sin embargo el 60.6 % sostiene que no conoce los derechos que como consumidor de los servicios de telecomunicaciones amparados en la norma, mejorarían su condición como usuario. Sin embargo este hecho se desvirtuara en la siguiente pregunta.

a. Derechos que lo protegen como consumidor de los servicios de telecomunicaciones.

a. **Derecho de información, derecho a ser escuchado, derecho a reclamar, derecho a ser escuchado, derecho a tener un servicio de calidad e idóneo, derecho a recibir su contrato, etc**.
b. Derecho de información, derecho a ser escuchado, derecho a reclamar, derecho a la libertad, derecho a tener un servicio de calidad e idóneo, derecho a recibir su contrato, etc.
c. Derecho de información, derecho a portabilidad, derecho a reclamar, derecho a libertad de expresión, derecho a tener un servicio de calidad e idóneo, derecho a recibir su contrato, etc.
d. Todas las anteriores

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 9,** que un **24.2%** de los usuarios marcaron la alternativa **a**; el **21.2%** marco la alternativa **b**, el **18.2%** marco la alternativa **c**, en tanto el **30.3%**de los usuarios considera la alternativa d es la correcta. Información detallada en **Tabla 10**.

Tabla 26: Conocimiento de los derechos del consumidor: que de conocerse por los usuarios, mejorarían su condición como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma y Legislación comparada	Cantidad	%
a) Derecho a la información, etc.	24	24.2
b) Derecho a la libertad.	21	21.2
c) Derecho a la libertad de expresión.	18	18.2
d) Todas las anteriores.	30	30.3
Total	93	93.9%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Sin embargo, haciendo el análisis de la realidad, solo el 24.2 % de los usuarios marco la alternativa correcta, con respecto a los derechos que como consumidores de los servicios de telecomunicaciones los amparan.

Sin embargo **se califica** que el 74.8 % no conoce o simplemente conoce a grandes rasgos, lo cual es negativo e indicativo de que hay desconocimiento de la norma y legislación comparada.

2. Conocimiento de la institución encargada de regular los servicios de las empresas operadoras de telecomunicaciones.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 10,** que un **6.1%** de los usuarios consideran que la institución encargada de resolver los conflictos surgidos ante la vulneración de los derechos es Osinerming, debido a que marcaron la alternativa **a**; el **15.1%** de los usuarios considera que la institución encargada de resolver estos conflictos es Indecopi, debido a que marco la alternativa **b**; el **6.1%** de los usuarios considera que la

institución encargada de resolver los conflictos es Defensoría del Pueblo, debido a que marco la alternativa **c**, el 60.5% de los usuarios considera que la institución encargada de resolver los conflictos surgidos por la vulneración de los derechos de los consumidores de los servicios de telecomunicaciones es Osiptel, debido a que marco la alternativa **d; el 6.1%** de los usuarios considera que los organismos de dar solución a estos conflictos son Osinerming y Indecopi, debido a que marco la alternativa **e,** en tanto el **6.1%** de los usuarios considera que las instituciones encargadas de darle solución a estos conflictos son Indecopi y Osiptel, debido a que marcaron la alternativa f. Información detallada en **Tabla 11**.

Tabla 27: conocimiento de los usuarios: de la Institución encargada de velar por la protección de los derechos del consumidor en los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma	Cantidad	%
a) OSINERMING.	6	6.1
b) INDECOPI.	15	15.1
c) DEFENSORÍA DEL PUEBLO	6	6.1
d) OSIPTEL	60	60.5
e) A y b	6	6.1
f) B y d	6	6.1
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Sin embargo al hacer una análisis de la realidad, se considera que el 60.5 % de los usuarios si tiene conocimiento en cuanto a la norma con referencia a la institución que es la encargada de resolver los conflictos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

Mientras tanto se **califica** que el 39.5 % de los usuarios marco las siguientes alternativas lo cual es negativo porque indica que hay desconocimiento de la norma y la legislación comparada.

4.2.1.1.1 Apreciaciones resultantes del análisis en la comunidad respecto al conocimiento de los derechos como consumidor

A. Conocimiento de la comunidad jurídica, respecto de la norma y legislación comparada.

57.6% de desconocimiento de la comunidad jurídica respecto de la norma y la legislación comparada.

La prelación individual de porcentajes en cuento al conocimiento de la comunidad jurídica, con respecto de la norma y legislación comparada, es de: 74.8% no conoce sus derechos como consumidor; el 39.5% de los usuarios no conoce la institución reguladora de los servicios de telecomunicaciones.

B. Logros en la comunidad jurídica en cuanto al conocimiento de la norma y la legislación comparada.

42.4% de logros de la comunidad jurídica respecto de la norma y legislación comparada.

La prelación individual de los logros del conocimiento de la comunidad jurídica, respecto de la norma y la legislación comparada es de: el 60.5% de los usuarios conoce a la institución reguladora de los servicios de telecomunicaciones; en tanto el 24.2 de los usuarios conoce sus derechos como consumidor.

4.2.1.2 Análisis del resultado de las discrepancias teóricas (planteamientos teóricos) por el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL.

1. Planteamientos teóricos que se consideran como criterios al momento de resolver los reclamos de los usuarios.

El Jefe de la Oficina Descentralizada marco Ninguna de las anteriores debido a que ellos no se encargaban de resolver los reclamos. Lo cual se califica como negativo.

Haciendo un análisis de la realidad, se puede deducir que si bien, es cierto Osiptel no se encarga de resolver, pero si el tribunal de Osiptel en última instancia administrativa, lo cual indicaría al menos que se debería tener algún conocimiento.

2. Planteamientos teóricos que en su sistema son considerados exitosos.

Frente a esta pregunta el Jefe de Lambayeque de Osiptel considera que el sistema es parcialmente exitoso frente a la solución de los reclamos de los usuarios. Lo cual se califica como negativo.

Haciendo un análisis de la realidad nos podemos dar cuenta de que si bien las normas están dadas, como los derechos establecidos, el hecho de que tal vez no sean cumplidos o aplicados nos lleva a que no haya una protección tuitiva adecuada para los consumidores de los servicios de telecomunicaciones.

3. Principio “favor debilis”, planteamiento que ayudaría a efectivizar la protección tutelar del consumidor.

El jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque de Osiptel considera que este principio ayudaría en algo en cuanto a la solución de los conflictos de los usuarios en el país. Lo cual se califica como negativo debido al desconocimiento de los planteamientos teóricos.

4.2.2 ANALISIS DE LA SITUACIÓN ENCONTRADA EN LA COMUNIDAD JURÍDICA, EN RELACIÓN A LOS INCUMPLIMIENTOS (NORMA, LEGISLACIÓN COMPARADA) RESPECTO A LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO - 2015

4.2.2.1 Análisis los Resultados de los incumplimientos (norma y Legislación comparada) por los usuarios.

1. Conocimiento de sus derechos vulnerados como consumidor.

A. Resultado de los usuarios que consideran que en algún momento han visto vulnerados sus derechos como usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 11,** que un **75.8%** de los usuarios consideran que sus derechos como consumidores de los servicios de telecomunicaciones han sido vulnerados; en tanto que 24.2% considera que sus derechos como consumidor de los servicios de telecomunicaciones no han sido vulnerados. Información detallada en Tabla 12.

Tabla 28: Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder identificar si están siendo afectados por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Incumplimiento (Norma y Legislación Comparada)	Cantidad	%
a) Si	75	75.8
b) No	24	24.2
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Sin embargo haciendo un análisis de la realidad se puede deducir que, el 24.2 % de los usuarios, se encuentra satisfecha con los servicios brindados o simplemente no tiene conocimiento de sus derechos como para poder hacer prevalecer o conocer en qué momento están siendo vulnerados por las empresas operadoras de telecomunicaciones, lo cual nos lleva a un incumplimiento de las normas por no hacerlos prevalecer cuando estas están siendo vulneradas.

B. *Resultado de los derechos vulnerados del 75.8 % de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.*

a. Derecho de información
b. Calidad e idoneidad del servicio
c. Facturación o cobro del servicio
d. Otros

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 12,** que un **6.1%** de los usuarios consideran que su derecho vulnerado por las empresas operadoras de los servicios de telecomunicaciones es el Derecho a la información contenido en la alternativa **a**; en tanto que 27.3% considera que su derecho como consumidor de los servicios de telecomunicaciones vulnerado es el de calidad e idoneidad del servicio; el 27.3% considera que se le vulnera sus derechos al emitir una facturación por encima del considerado en su contrato por lo cual tiene que reclamar por facturación o Cobro del Servicio; en tanto el 15.1% de los usuario que son otros los derechos que se le han vulnerado como consumidores de los servicios de telefonía. Información detallada en Tabla 13.

Tabla 29: Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder identificar los derechos vulnerados por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma	Cantidad	%
a) D. información	6	6.1
b) Calidad e idoneidad	27	27.3
c) Facturación o cobro	27	27.3
d) Otros	15	15.1
Total	75	75.8 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Haciendo un análisis de la realidad, se considera que el 75.8% de los usuarios puede distinguir a grandes rasgos respecto a que derechos se les está vulnerando, lo cual es un logro ante los incumplimientos por desconocimiento de las normas.
En tanto se **califica** que el 24.2% de los usuarios simplemente se encuentra satisfecha o desconoce sus derechos como para ver si fueron vulnerados.

2. Nivel de conocimiento de la institución encargada de regular los derechos del consumidor.

a) Osinerming
b) Indecopi
c) Defensoría del Pueblo.
d) Osiptel
e) Todas las anteriores.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 13,** que un **6.1%** de los usuarios considerarían recurrir a Osinerming para hacer prevalecer sus derechos como

consumidores de los servicios de telecomunicaciones frente a alguna vulneración; el 18.2% de los usuarios, considera recurrir a Indecopi para hacer prevalecer sus derechos frente a cualquier vulneración de sus derechos como consumidor de los servicios de telecomunicaciones; el 12.1% considera recurrir a la defensoría del pueblo para hacer prevalecer sus derechos; en tanto que el 60.5% de los usuarios considera recurrir a Osiptel para hacer prevalecer sus derechos; mientras que el 3.1 consideraría recurrir a cualquiera de las instituciones mencionadas debido a que considera de que todas podrían ayudarle a tutelar sus derechos como consumidor de los servicios de telecomunicaciones. Información detallada en Tabla 14.

Tabla 30: Incumplimientos (norma); de los usuarios en cuanto al conocimiento de la institución a la cual deben recurrir frente a la vulneración de sus derechos por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma	Cantidad	%
a) OSINERMING.	6	6.1
b) INDECOPI.	18	18.2
c) DEFENSORÍA DEL PUEBLO	12	12.1
d) OSIPTEL	60	60.5
e) todas	3	3.1
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Analizando la realidad, se considera que el 60.5 % de los usuarios tiene conocimiento en cuanto a la institución que le ayudaría a hacer prevalecer sus derechos como consumidor de los servicios de telecomunicaciones; mientras se **califica** que el 39.5% de los usuarios, al indicar instituciones que no están facultadas para poder hacer prevalecer sus derechos nos indica el incumplimiento que existe

por falta de conocimiento de las normas, para poder hacer efectivo el derecho tutelar.

3. Nivel de conocimiento de los usuarios con referencia a la vulneración de sus derechos, y conocimiento para ejercer su derecho tutelar.

A. Resultado de los usuarios que han interpuesto su reclamo frente a la vulneración de sus derechos.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 14,** el 54.5% de los usuarios no ha interpuesto ningún reclamo, en tanto que el 45.5% de los usuarios, ha interpuesto su reclamo al ver sus derechos vulnerados. Información detallada en Tabla 15.

Tabla 31: Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder interponer sus reclamos, frente a la vulneración de sus derechos como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Incumplimiento (Norma y Legislación Comparada)	Cantidad	%
a) Si	45	45.5
b) No	54	54.5
Total	99	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Del análisis realizado se **califica**, que del 54.4% de los usuarios que no ha interpuesto reclamo; se puede deducir que puede que se sientan satisfechos con los servicios ofrecidos por las empresas operadoras de telecomunicaciones, o simplemente consideran que es una pérdida de tiempo interponer sus reclamos

debido a que no obtienen solución a sus reclamos. Mientras que el 45.5% que interpusieron sus reclamos de considera como logro debido a que interpusieron sus reclasmos.

B. Resultado de las entidades a las cuales interpusieron sus reclamos los usuarios que interpusieron sus reclamos los usuarios.

a. Empresa Operadora
b. Osiptel

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 15,** que el 30.4% de los usuarios, ha interpuesto su reclamo al ver sus derechos vulnerados en la empresa operadora; en tanto que el 15.1% de los usuarios ha acudido a interponer su reclamo a Osiptel. Información detallada en Tabla 16

Tabla 32: Incumplimientos (norma y legislación comparada); de los usuarios en cuanto al conocimiento de sus derechos para así poder interponer sus reclamos, frente a la vulneración de sus derechos cometida por las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Norma	Cantidad	%
a) Empresa operadora	30	30.4
b) Osiptel	15	15.1
Total	45	45.5 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

4. Se brindó respuesta al usuario respecto a su reclamo e información del procedimiento administrativo que sigue el reclamo.

a) Respuesta.
b) No respuesta.

c) Información asimétrica.
d) No información
e) Información y respuesta.

En la realidad, de la opinión de los informantes se ha obtenido como resultado, según la **Figura 16,** que el 15.1% de los usuarios, obtuvo respuesta a su reclamo, el 12.1 de los usuarios afirma que no obtuvo respuesta a su reclamo; el 9.1% considera que no se le brindo información completa de cómo era el procedimiento respecto al trámite administrativo de su reclamo; al 6.1% no se le brindo ninguna información respecto a cómo reclamar, ni cuál sería el procedimiento; en tanto el 3.1 % considera que si se le dio respuesta a su reclamo y si le informo completamente de cuál sería el procedimiento administrativo que seguiría su reclamo. Información detallada en Tabla 17.

Tabla 33: Incumplimientos (norma); de los usuarios en cuanto al conocimiento de la forma en cómo se interpone los reclamos, y el procedimiento administrativo por el cual pasaría su reclamo.

Norma	Cantidad	%
a) Respuesta	15	15.1
b) No respuesta	12	12.1
c) Inf. asimétrica	9	9.1
d) No información	6	6.1
e) Información y respuesta.	3	3.1
Total	45	45.5 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones de telefonía móvil.

Haciendo un análisis de la realidad, se considera que el 18.2% de los consumidores que interpuso su reclamo ha obtenido respuesta que dio solución a su reclamo, mientras se considera que el 27.3% de los usuarios que interpusieron sus reclamos al ver sus derechos vulnerados, no obtuvieron respuesta que diera solución al

conflicto surgido debido la vulneración cometida contra sus derechos como consumidores de los servicios de telecomunicaciones, los cuales no pudo hacer prevalecer por el incumplimiento en cuanto al conocimiento de la norma y la legislación comparada.

Por lo tanto se **califica** que el 87.8 por ciento no tiene conocimiento del procedimiento administrativo que sigue su reclamo.

4.2.2.1.1 Apreciaciones resultantes de los incumplimientos de las normas y legislación comparada de la comunidad jurídica

A. Incumplimientos de la comunidad jurídica, respecto de la norma y legislación comparada.

53.5% de incumplimientos en la comunidad jurídica respecto a la norma y la legislación comparada.

La prelación individual de porcentajes de los incumplimientos en la comunidad jurídica respecto a la norma y la legislación comparada, es de: 81.8% no conoce el procedimiento administrativo que sigue su reclamo; el 54.5% no interpone su reclamo; en tanto el 24.2% no considera que haya vulneración de sus derechos.

B. Logros de la comunidad jurídica, respecto de la norma y la legislación comparada.

46.5% de logros de la comunidad jurídica respecto de la norma y legislación comparada.

La prelación individual de porcentajes de logros en la comunidad jurídica respecto de la norma y la legislación comparada, es de: 75.8% de los usuarios considera que sus derechos han sido vulnerados; el 45.5% interpuso su reclamo; en tanto el 18.2% conoce el procedimiento administrativo que sigue su reclamo.

4.2.2.2 Resultado de los incumplimientos (norma y legislación comparada) por el Jefe de la Oficina Descentralizada OSIPTEL.

1. Conocimiento de los usuarios con referencia a sus derechos para hacerlos prevalecer.

El Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL, considera que los usuarios de los servicios de telecomunicaciones usualmente no conocen, respecto a la información de los servicios que contratan con las empresas operadoras de Telecomunicaciones.

Ante ello podemos **calificar** que hay incumplimiento en cuanto al conocimiento de la norma y hacer prevalecer su derecho a la información.

2. Nivel de concientización de los usuarios con respecto a la relación contractual con las empresas operadoras de los servicios de telecomunicaciones.

Según el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL, los usuarios tienen un conocimiento parcial, respecto al procedimiento para interponer sus reclamos.

Aquí podemos **calificar** que hay un incumplimiento de los derechos del consumidor, los cuales no se hace prevalecer por desconocimiento, y esto nos conlleva a que no haya una buena protección tutelar de los derechos de los consumidores de los servicios de telecomunicaciones.

3. Nivel de conocimiento del usuario con respecto al procedimiento administrativo que seguirá su reclamo.

El Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL, considera que los usuarios tienen un conocimiento parcial, respecto al procedimiento para interponer sus reclamos.

Aquí podemos **califica**r incumplimiento por parte de los usuarios con respecto al conocimiento del procedimiento administrativo que sigue su reclamo.

4. Medios utilizados, para brindar información a los usuarios con respecto a sus derechos y obligaciones de la relación contractual.

Según el Jefe de la Oficina Descentralizada de Lambayeque OSIPTEL, utilizan todos los medios mencionados en las alternativas para informar a los usuarios sus derechos y obligaciones como consumidores de los servicios de telecomunicaciones.

Si bien es cierto informan a los usuarios por todos los medios, pero no por los principales, o los que tengan mayor accesibilidad a los usuarios debido a que de acuerdo a las encuestas tomadas a los usuarios, se muestra un amplio desconocimiento de los derechos de los usuarios con respecto a sus derechos como consumidores.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES

5.1 RESUMEN DE LAS APRECIACIONES RESULTANTES DE LOS ANALISIS.

5.1.1 Resumen de las apreciaciones con respecto a las partes o variables del problema.

5.1.1.1 Apreciaciones resultantes del análisis de los responsables respecto a los incumplimientos de las normas que establecen los derechos de los usuarios.

A. Incumplimientos de los responsables, respecto a las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores.

75% de Incumplimientos de los responsables respecto a las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores.

La prelación individual de porcentajes de Incumplimientos en los responsables, respecto de las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores, es de: los responsables consideran que el 50% conoce regularmente y el 25% no conoce sus derechos como usuario, formando un total de **75%** de incumplimientos en cuanto a la información asimétrica, a los usuarios de sus derechos como consumidores; consideran además que el 50% son conscientes parcialmente y el 50% no conoce o no son conscientes con respecto a la relación contractual, formando así un **100 %** de incumplimientos por parte de los responsables en cuanto a la información asimétrica de la relación contractual; consideran que el 50% no conoce y el 25% conoce parcialmente el procedimiento para interponer sus reclamos, formando un total de **75%** de los incumplimientos en cuanto a información del procedimiento administrativo debido a la información asimétrica; el **50%** de los responsables brinda información por internet en referencia a sus derechos y obligaciones de la relación contractual.

B. Logros de los responsables, respecto a las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores.

25% de logros de los responsables, respecto a las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores.

La prelación individual de logros en los responsables, respecto de las normas que establecen los derechos de los usuarios como consumidores, es de: el 25% conoce totalmente sus derechos como usuario; el 25% conoce totalmente el procedimiento administrativo para interponer sus reclamos; el 50% brinda información a los usuarios sobre sus derechos y obligaciones mediante todos los medios.

5.1.1.2 Apreciaciones resultantes de los incumplimientos de las normas y legislación comparada de la comunidad jurídica

A. Incumplimientos de la comunidad jurídica, respecto de la norma y legislación comparada.

53.5% de incumplimientos en la comunidad jurídica respecto a la norma y la legislación comparada.

La prelación individual de porcentajes de los incumplimientos en la comunidad jurídica respecto a la norma y la legislación comparada, es de: 81.8% no conoce el procedimiento administrativo que sigue su reclamo; el 54.5% no interpone su reclamo; en tanto el 24.2% no considera que haya vulneración de sus derechos.

B. Logros de la comunidad jurídica, respecto de la norma y la legislación comparada.

46.5% de logros de la comunidad jurídica respecto de la norma y legislación comparada.

La prelación individual de porcentajes de logros en la comunidad jurídica respecto de la norma y la legislación comparada, es de: 75.8% de los usuarios considera que sus derechos han sido vulnerados; el 45.5% interpuso su reclamo; en tanto el 18.2% conoce el procedimiento administrativo que sigue su reclamo.

5.1.1.3 Apreciaciones resultantes del análisis en los responsables respecto a los planteamientos teóricos.

A. Discrepancias teóricas en los responsables, respecto a los planteamientos teóricos.

75 % de discrepancias en los responsables, respecto a los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes de discrepancias teóricas, es del 75% para ninguno de los planteamientos teóricos mencionados, además de considerar que su sistema es parcialmente exitoso en la solución de conflictos; el 75% de los responsables considera que el principio favor débiles ayudaría en algo en la efectivización de la protección tutelar de los usuarios.

B. Logros en los responsables respecto a los planteamientos teóricos.

25% de logros en los responsables respecto a los planteamientos teóricos.

La prelación individual de porcentajes respecto a los logros de las discrepancias teóricas en los responsables, con referencia a los planteamientos teóricos, es del 25% para el consumidor razonable, además considera que su aplicación en su sistema es exitoso; y el 25% de los

responsables considera que el principio favor débiles sería de gran ayuda para la efectivización de la protección tutelar de los usuarios.

5.1.1.4 Apreciaciones resultantes del análisis en la comunidad jurídica, respecto al conocimiento de los derechos como consumidor.

A. Conocimiento de la comunidad jurídica, respecto de la norma y legislación comparada.

57.6% de desconocimiento de la comunidad jurídica respecto de la norma y la legislación comparada.

La prelación individual de porcentajes en cuento al conocimiento de la comunidad jurídica, con respecto de la norma y legislación comparada, es de: 74.8% no conoce sus derechos como consumidor; el 39.5% de los usuarios no conoce la institución reguladora de los servicios de telecomunicaciones.

B. Logros en la comunidad jurídica en cuanto al conocimiento de la norma y la legislación comparada.

42.4% de logros de la comunidad jurídica respecto de la norma y legislación comparada.

La prelación individual de los logros del conocimiento de la comunidad jurídica, respecto de la norma y la legislación comparada es de: el 60.5% de los usuarios conoce a la institución reguladora de los servicios de telecomunicaciones; en tanto el 24.2 de los usuarios conoce sus derechos como consumidor.

5.2 Conclusiones parciales

5.2.1 Conclusión parcial 1

Se aprecian Incumplimientos por parte de los responsables en cuanto a la aplicación de normas del art 2º del CPDC, con la asimetría informática, en cuanto a la protección del usuario; en el Servicio de telecomunicaciones.

Fórmula : –X1; A1; B2

Arreglo 1 : -X, A, B

Haciendo un análisis, se observa que un 75 % de los responsables incumple con la norma, al vulnerar los derechos de los usuarios, al no brindarles información relevante sobre los derechos que como consumidores de los servicios de telecomunicaciones los ampara; además de incumplir en un 100% en cuanto a la información brindada con referencia a la relación contractual, además de no brindar información total con referencia al procedimiento administrativo que siguen los reclamos impuestos por los usuarios y en un 50% de incumplimiento en cuanto a no brindar información a los usuarios con referencia a sus derechos y obligaciones como consumidores.

Haciendo un integrado de los porcentajes el 75% de los responsables incumple, en cuanto a la aplicación de las normas, lo cual da base para establecer el resultado de la contratación de la sub hipótesis a.

*La sub hipótesis "a" se **prueba** parcialmente con un 75 %, en cuanto a los incumplimientos de las normas y simultáneamente se **disprueba** parcialmente por el resultado que resulta de un 25% en cuanto a logros.*

5.2.2 Conclusión parcial 2

Se aprecian incumplimientos por parte de la comunidad jurídica en cuanto a las normas que protegen al usuario frente a la información asimétrica brindada por los responsables, considerando la vigencia del derecho tuitivo en la legislación comparada (Brasil, argentina y chile).

Fórmula : –X1; A2; -B2,-B3

Arreglo 2 : -X, A, B

5.2.2.1 Conclusiones de los incumplimientos (norma y Legislación comparada por los usuarios.

Haciendo un análisis, se observa que un 53.5% de la comunidad jurídica incumple la norma al no conocer las normas para establecer el momento en que sus derechos han sido vulnerados, además de no interponer el reclamo cuando ha considerado que sus derechos han sido vulnerados, como no conocer el procedimiento que siguen sus reclamos como para poder hacer prevalecer su protección tutelar establecido en las normas y la legislación comparada.

Las anteriores premisas dan base para establecer el resultado de la contrastación de la sub hipótesis "b"

*La subhipótesis "b" se **prueba** parcialmente con un **53.5%** de los incumplimientos de la (norma y legislación comparada) y simultáneamente se **disprueba** parcialmente por el resultado que se obtiene en un **46.5%** en cuanto a los logros que obtuvieron los usuarios al ver resueltos sus conflictos.*

5.2.3 Conclusión parcial 3

Se aprecian Discrepancias Teóricas por parte de los responsables, sobre protección de los derechos de los usuarios del servicio de telecomunicaciones, por no tomar en cuenta, el Derecho Tuitivo, para mejorar la protección de los derechos del usuario

Fórmula : -X2; A1; -B1; -B2.

Arreglo 3 : -X, A, B

Haciendo un análisis, se observa un 75% de discrepancias teóricas en cuanto a los planteamientos teóricos, debido al desconocimiento de estos al aplicarse en la solución de los reclamos impuestos por los usuarios, y considerarse además de que la no aplicación de estos conlleva a un sistema parcialmente exitoso en la solución de los conflictos surgidos.

Si bien es cierto los responsables aplicando el criterio de la postura de Indecopi, respecto a un consumidor razonable, consideran que su sistema sea exitoso, y se haya considerado como un logro, no es el planteamiento ideal para que haya una eficaz protección tutelar de los usuarios como consumidores; debido a que este concepto es una "creación" de la jurisprudencia administrativa del país, pues en ningún lado la ley se refiere a él. Además de que esta interpretación jurisprudencial es peligrosamente limitativa, debido a que es un ideal por no ser posible, en un país en el que existe un alto grado de analfabetismo y una precaria economía de mercado.

Además se considera como un logro el deseo de los responsables, de la aplicación del principio conocido en argentina como "Principio Favor Débilis", establecido en el Art. 1095 del Código Civil y Comercial de Argentina. Principio que no es novedoso debido a que este criterio se basa en la postura de debilidad del consumidor a raíz de la existencia de asimetría informática; está basado en el Principio Pro Consumidor contenido en el Título Preliminar en su Art. V. Numeral 2º de la Ley de Protección y Defensa del Consumidor Ley Nº 29571;

Las anteriores premisas, dan base para establecer el resultado de la contrastación de la subhipótesis "c".

*La subhipótesis **"c"** se prueba parcialmente con un **75%** de discrepancias teóricas en cuanto a planteamientos teóricos y simultáneamente de **disprueba** parcialmente que resulta un **25 %** en cuanto a **logros.***

5.2.4 Conclusión parcial 4

Se aprecian Discrepancias Teóricas por parte de la comunidad jurídica debido al desconocimientos de los planteamientos teóricos establecidos en la norma y la legislación comparada, que busca que sus derechos como usuarios de telefonía móvil no sean vulnerados, debido a, que no se conoce los alcances del derecho tuitivo regulado en las normas existentes en la legislación comparada como un modelo exitoso, para una mejor protección del derecho.

Fórmula : -X2; A2; -B2, -B3

Arreglo 1 : -X, A, B

5.2.4.1 Conclusión de las discrepancias teóricas (planteamientos teóricos descritos en la norma y Legislación comparada) en los usuarios.

Haciendo un análisis de la realidad, se considera que el 57.6% de la comunidad jurídica desconoce la norma y la legislación comparada, debido al desconocimiento de sus derechos como consumidor, y desconocimiento de la institución encargada de recular los servicios de telecomunicaciones, considerando un logro a ello al 42.4%.

Las anteriores premisas, dan base para establecer el resultado de la contrastación de subhipótesis "d".

La subhipótesis "d" se ***prueba*** *parcialmente con un* ***56.7 %*** *respecto a las discrepancias teóricas y simultáneamente se* ***disprueba*** *con el* ***42.4 %*** *en cuanto a los logros con referencia al conocimiento de la norma respecto a sus derechos.*

5.3 Conclusión General.

5.3.1 Contrastación de la hipótesis Global.

Se aprecian Incumplimientos por parte de los responsables en cuanto a la aplicación de normas del art 2º del CPDC, con la asimetría informática, en cuanto a la protección del usuario; en el Servicio de telecomunicaciones; además de haber incumplimiento por parte de la comunidad jurídica y los responsables, en cuanto a la aplicación de las discrepancias teóricas, al no tomarse en cuenta, el Derecho Tuitivo, para de esta manera mejorar la protección del usuario.

Siendo estas discrepancias teóricas, las que buscan que los derechos de los usuarios de telefonía móvil no sean vulnerados, debido a los alcances del Derecho tuitivo regulado ya en normas existentes en la legislación comparada (Brasil, Argentina, Chile) como un modelo exitoso, en protección del derecho del consumidor.

CONCLUSIÓN PARCIAL	PRUEBA	DISPRUEBA	TOTAL
Conclusión Parcial 1	75%	25%	100.00%
Conclusión Parcial 2	53.5%	46.5%	100.00%
Conclusión Parcial 3	75%	25%	100.00%
Conclusión Parcial 4	57.6%	42.4%	100.00%
Promedio Global Integrado	**65.3%**	**34.7%**	**100.00%**

Fuente: Investigación Propia.

Podemos establecer el resultado de la contrastación de la hipótesis global

La hipótesis global se prueba con un 65.3% y se disprueba con un 34.7%.

5.3.2 Enunciado de la conclusión general.

Se observa que un 75 % de los responsables incumple con la norma, al vulnerar los derechos de los usuarios, al no brindarles información relevante sobre los derechos que como consumidores de los servicios de telecomunicaciones los ampara; además de no brindar la información con referencia a la relación contractual, como la información total con referencia al procedimiento administrativo que siguen los reclamos impuestos por los usuarios y en no brindar información a los usuarios con referencia a sus derechos y obligaciones como consumidores. Considerando como logro el 25%

Se observa que un 53.5% de la comunidad jurídica incumple la norma al no conocer las normas para establecer el momento en que sus derechos han sido vulnerados, además de no interponer el reclamo cuando ha considerado que sus derechos han sido vulnerados, como no conocer el procedimiento que siguen sus reclamos como para poder hacer prevalecer su protección tutelar establecido en las normas y la legislación comparada. Considerando como logro el 46.5%.

Se observa un 75% de discrepancias teóricas en cuanto a los planteamientos teóricos, debido al desconocimiento de estos al aplicarse en la solución de los reclamos impuestos por los usuarios, y considerarse además de que la no aplicación de estos conlleva a un sistema parcialmente exitoso en la solución de los conflictos surgidos. Considerando como logro el 25%.

Haciendo un análisis de la realidad, se considera que el 57.6% de la comunidad jurídica desconoce la norma y la legislación comparada, debido al desconocimiento de sus derechos como consumidor, y desconocimiento de la institución encargada de recular los servicios de telecomunicaciones, considerando un logro a ello al 42.4%.

CAPITULO VI
RECOMENDACIONES

6.1 Recomendaciones parciales.

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 la protección adecuada del usuario como consumidor de los servicios de las empresas operadoras de Telecomunicaciones (telefonía móvil), para lo cual se debe tener en cuenta los planteamientos teóricos, normas nacionales y legislación comparada con la finalidad de disminuir los incumplimientos y las discrepancias teóricas.

Para redactar las recomendaciones parciales hay que considerar el resultado de la constrastación de la subhipótesis - 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:

6.1.1 Recomendación parcial 1.

Conclusión en la que se basa

Se observa que un 75 % de los responsables incumple con la norma, al vulnerar los derechos de los usuarios, al no brindarles información relevante sobre los derechos que como consumidores de los servicios de telecomunicaciones los ampara; además de no brindar la información con referencia a la relación contractual, como la información total con referencia al procedimiento administrativo que siguen los reclamos impuestos por los usuarios y en no brindar información a los usuarios con referencia a sus derechos y obligaciones como consumidores. Considerando como logro el 25%.

Enunciado de la recomendación parcial1

Se recomienda a los responsables, brindar información a los usuarios con respecto a la relación contractual, sobre sus derechos como consumidor de los servicios de las Empresas operadoras de telecomunicaciones (telefonía móvil), mediante todos los medios de comunicación accesibles a los usuarios; además, de brindarles información referente a como interponer sus reclamos y el procedimiento administrativo a seguir, para de esta manera poder tutelar efectivamente los derechos del usuario como consumidor de los servicios de telecomunicaciones.

6.1.2 Recomendación parcial 2.

Conclusión en la que se basa

Se observa que un 53.5% de la comunidad jurídica incumple la norma al no conocer las normas para establecer el momento en que sus derechos han sido vulnerados, además de no interponer el reclamo cuando ha considerado que sus derechos han sido vulnerados, como no conocer el procedimiento que siguen sus reclamos como para poder hacer prevalecer su protección tutelar establecido en las normas y la legislación comparada. Considerando como logro el 46.5%.

Enunciado de la recomendación parcial 2

Se recomienda a la comunidad jurídica (usuarios), a exigir la información correspondiente en las empresas operadoras con respecto a la relación contractual, además de poner diligencia en cuanto al aprendizaje de las normas que están legisladas tanto en nuestra legislación como a nivel internacional; ya que su desconocimiento está llevando a que no se tutele exitosamente sus derechos, llevándolos a un conformismo y dejando que sus derechos queden en letra muerta ante su falta de interés para hacer que estos prevalezcan.

Se recomienda a la comunidad jurídica (Osiptel), informar y educar a los usuarios, mediante todos los medios de comunicación que sean accesibles a los usuarios, en los cuales además de brindarles pautas de como interponer sus reclamos se les enseñe cual es el procedimiento administrativo que siguen los reclamos interpuestos, de tal manera que tengan una solución frente a los conflictos que puedan surgir; lo cual ayudaría no solo a una mejor tutela de los derechos de los consumidores, si no que prepararía a los usuarios para hacer una mejor elección en su consumo y ayudaría a equiparar la igualdad en la relación contractual.

6.1.3 Recomendación parcial 3.

Conclusión en la que se basa

Se observa un 75% de discrepancias teóricas en cuanto a los planteamientos teóricos, debido al desconocimiento de estos al aplicarse en la solución de los reclamos impuestos por los usuarios, y considerarse además de que la no aplicación

de estos conlleva a un sistema parcialmente exitoso en la solución de los conflictos surgidos. Considerando como logro el 25%.

Enunciado de la recomendación parcial 3

Se recomienda a los responsables aplicar el principio “pro consumidor” o conocido también en otros países como principio “favor debilis” en cuanto a la solución de los conflictos, debido a que se considera que se ajusta a la realidad de la problemática de nuestro país por existir asimetría informática en las relaciones contractuales lo cual deja al usuario en una situación de debilidad frente a los responsables que son los que llevan la ventaja por ser los depositarios de la información, ya que la teoría de un consumidor razonable dejaría sin protección a muchos consumidores de los servicios de telecomunicaciones, ya que es un ideal que no se puede exigir en nuestro medio por existir un alto grado de analfabetismo y una precaria economía de mercado.

6.1.4 Recomendación parcial 4.

Conclusión en la que se basa

Se observa un 75% de discrepancias teóricas en cuanto a los planteamientos teóricos, debido al desconocimiento de estos al aplicarse en la solución de los reclamos impuestos por los usuarios, y considerarse además de que la no aplicación de estos conlleva a un sistema parcialmente exitoso en la solución de los conflictos surgidos. Considerando como logro el 25%.

Enunciado de la recomendación 4

Se recomienda a los usuarios poner más interés en educarse con respecto a sus derechos legislados en nuestras normas y en la legislación comparada, ya que mientras mayor conocimiento tenga de sus derechos mejor sería su situación, debido a que por los conocimientos que tiene haría prevalecer sus derechos y menos incumplimientos de la norma se generaría.

6.2 Recomendación general.

Podemos mencionar que la problemática planteada en esta investigación está circunscrita por Incumplimientos y Discrepancias teóricas, entorno a la Vigencia del Derecho Tuitivo en el Servicio de Telecomunicaciones, para los cuales los responsables deben cumplir con las normas con respecto a los derechos de los usuarios como consumidores de los servicios de las empresas operadoras de telecomunicaciones y aplicar en la solución de los conflictos el “favor debilis” debido a la asimetría informática encontrada en la relación contractual por considerarse al consumidor como la parte más débil y vulnerable siendo las empresas las depositarias de la información lo cual sería de vital importancia para tutelar los derechos de los usuarios.

En cuanto a la comunidad jurídica mediante Iniciativa Legislativa proponer la modificación del Título I Código de Defensa del Consumidor mediante el cual se busca determinar y reglamentar el derecho a la educación de los consumidores con respecto a sus derechos contenidos en la norma y reglamentos de los organismos reguladores con la finalidad de tutelar efectivamente sus derechos como consumidores.

REFERENCIAS

ALBRECHT, K (1994), “Todo al poder del Cliente”, Madrid, Editorial Paidos.

ALFONSO, O (2010), “El Contrato de Servicio Telefónico”, Madrid, Editorial Reus.

ALVAREZ, M (2012), “Contratos Mercantiles”, Bogotá, Universidad de Ibagué.

ARELLANO, W (2009), “Política y Derecho de las Telecomunicaciones en Europa, Norteamérica y México”, México, Editorial Miguel Ángel Porrua.

ARIÑO, G (2001), “Principios del Derecho Público Económico”, Editorial Comares.

CARRASCO, I (1998), “Comentarios a la Ley General de Telecomunicaciones”, Editorial Aranzadi.

DROMI, R (2008), “Telecomunicaciones: Interconexión y Convergencia Tecnológica”, Argentina, Editorial Hispania Libros.

DURAND, J (2007), “Tratado del Derecho del Consumidor en el Perú” Edición Nº 1, Editorial Gaceta Jurídica. Lima 2007

ESPINOZA, J (2006), “Derecho de los Consumidores”, Perú, Editorial Rhodas. Gaceta Jurídica. Lima, 2014

GARCIA, J (2014), “Producto, Bienes y Servicios”, Ensayo publicado en el portal Web ACADEMIA.

GONZALES, F (2007). “La Regulación de las Telecomunicaciones”, México, Editorial Miguel Ángel Porrua.

GUTIÉRREZ, W (2005). “Constitución Política Comentada”. Tomo I, Editorial Gaceta Jurídica. Lima Diciembre 2005.

GUTIÉRREZ, W (2014). “Derecho del Consumo y constitución: el contratante débil. En “dialogo con la jurisprudencia” Nº 65.

HAURIOU, M (1914), “Precisiones de Derecho Administrativo y Derecho Público”, Librería de la colección de la Compañía Sirey.

HEDEMANN, J (1981), “Tratado de Derecho Civil – Vol. 3”, Madrid, Editorial R.D.P.

LAMATA, F (1994), “Marketing Sanitario”, Madrid, Ediciones Díaz de Santos.

MADDEN, G (2004), “Redes Tradicionales de Telecomunicaciones”, Editorial Edward Elgar.

MARÍN, F (2007), “Repensando la Figura del Usuario de la Información”, Editorial Scielo Cuba.

MORELLO, A (2009), “Dinámica del Contrato: Enfoques”, Buenos Aires, Librería Editora Platense S.R.L.

OROZCO, M (2007), “Concepto y Naturaleza Jurídica de las Telecomunicaciones”, México, Editorial Miguel Ángel Porrua.

OVALLE, J (2004), “Derechos del Consumidor”, México, Editorial IPN/IIJ – UNAM.

PEÑA, L (2010), “Ética y Servicio Público”, Madrid, Editorial Plaza y Valdés.

REVUELTA, I (2008), “La Endeble Garantía del servicio Universal en las Telecomunicaciones”, Revista de Administración Publica.

ROGEL, C (2013), “Derecho de Obligaciones y Contratos”, Madrid, Editorial Reus.

SAEZ, J (1998), “El Derecho a la Intimidad y las intervenciones Telefónicas”.

VELÁSQUEZ, A (2010), “El contrato de Servicio Telefónico”, España, Editorial Reus.

VARGAS, M (2011), “Calidad y Servicio: conceptos y herramientas (2ª. Ed.)”, Bogotá, Ecoe Ediciones.

ZUPAN, M (2012), “Protección al consumidor – INDECOPI”, Perú, El Cristal Roto.

ANEXOS

ANEXOS DEL PROYECTO

Anexo Nº 1: Selección del problema a investigar

PROBLEMÁTICA:	CRITERIOS DE SELECCIÓN					Total de criterios con SI	**Prioridad**
	Se tienen acceso a los datos relacionados al problema a)	Su solución Contribuiría a Solución de Otros problemas b)	Es uno de los que más tiene incidencia social c)	Afecta negativamente la Normatividad d)	En su solución están interesadas las personas en general e)		
VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO, EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO 2015	**SI**	**SI**	**SI**	**SI**	**SI**	**5**	**1**
DONACION DE ORGANOS Y SU ANALISIS LEGISLATIVO PARA FOMENTAR LA CULTURA DE DONACION	SI	SI	NO	NO	NO	2	3
EL RIESGO DE ARBITRAJE EN LA NEGOCIACION COLECTIVA	NO	NO	NO	SI	NO	1	4
LOS DELITOS INFORMÁTICOS Y SU CUMPLIMIENTO EN EL CÓDIGO PENAL PERUANO	NO	SI	SI	SI	SI	4	2

Anexo Nº 2: Identificación del número de partes de un problema

VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO, EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO 2015

¿ALGUNA PARTE DE ESTE PROBLEMA TIENE RELACIÓN CON ESTE CRITERIO?

CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES DEL PROBLEMA SELECCIONADO	
1	¿PT ≠ ~R? SI NO (X) (¿Empirismos Aplicativos?)
⇨ 2 ⇨	¿PT(A) ≠ ~ PT (B) ⇨ R? SI (X) NO (¿Discrepancias Teóricas?)
3 ⇨	¿PT ≠ ~ N (R)? SI NO(X) (¿Empirismos Normativos?)
4 ⇨	¿N ≠ ~ R? SI(X) NO (¿Incumplimientos?)
5 ⇨	¿N (A) ≠ ~ N (B) ⇨ R? SI NO (X) (¿Discordancias Normativas?)

SUMAR LAS RESPUESTAS SI, LO QUE NOS DARÁ EL NÚMERO DE PARTES DEL PROBLEMA SE HA RESPONDIDO CON SI (PONIENDO (X) A 2 CRITERIOS: 2 y 4 POR ELLO SE CONSIDERA QUE EL NÚMERO DE PARTES DEL PROBLEMA DE TESIS ES 2.

VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO, EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES, PERIODO 2015- CHICLAYO

Anexo Nº 3: Priorización de las partes de un problema

VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO, EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES. PERIODO 2015	CRITERIOS DE SELECCIÓN USADOS COMO CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN					Suma Parcial	Prioridad de las partes del problema
	Se tienen acceso a los datos relacionados al problema	Su solución Contribuiría a Solución de Otros problemas	Es uno de los que más tiene incidencia social	Afecta negativamente la Normatividad	En su solución están interesadas las personas en general		
2 ¿PT(A) ≠ ~ PT (B) ⇨ R? (Discrepancias Teóricas)	2	2	2	2	2	10	2
4 ¿N ≠ ~ R? (Incumplimientos)	1	1	1	1	1	5	1

Discrepancias teóricas e Incumplimientos en la VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO, EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES, PERIODO 2015- CHICLAYO

Anexo Nº 4: MATRIZ PARA PLANTEAR LAS SUB-HIPÓTESIS Y LA HIPÓTESIS GLOBAL

Problema Factor X Incumplimientos y Discrepancias Teóricas	Realidad Factor A Vigencia del Derecho Tuitivo en el Servicio de Telecomunicaciones, periodo 2015- Chiclayo.	**Marco Referencial Factor B**			Fórmulas de Sub-hipótesis
		Planteamientos Teóricos	Normas	Legislación Comparada	
		- B1	**- B2**	**- B3**	
X1 = Incumplimiento	A1= Responsables		X		a) –X1, A1, -B2
X1 = Incumplimiento	A2 = Comunidad Jurídica		X	X	b) –X1, A2, -B2, -B3
X2= Discrepancias Teóricas	A1 = Responsables	X	X		c) –X2, A1, -B1, -B2
X2= Discrepancias Teóricas	A2= Comunidad Jurídica		X	X	d) –X2, A2, -B2,-B3
	Total Cruces Sub-factores	1	4	2	
	Prioridad por Sub-factores	3	1	2	

Leyenda: (Variables del Marco Referencial)

Planteamientos Teóricos:

- B1= Conceptos Básicos.

Normas:

-B2 = Código de Protección y Defensa Del Consumidor.
Reglamentos de Osiptel

Legislación Comparada:

-B3 = Legislación Argentina
Legislación Brasilera
Legislación Chilena

Anexo N° 05: Matriz para la selección de técnicas, instrumentos e informantes o fuentes para recolectar datos

(x)**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**
a) –X1; A1; -B2	A1= Responsables	Encuesta	Cuestionario	Informantes: Responsables de las empresas de Telecomunicaciones
	B2= Normas	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas Resumen	Fuente: Libros, Normas relacionadas
b) –X1; A2; -B2; -B3	A2= Comunidad Jurídica	Encuesta	Cuestionario	Informantes: OSIPTEL y Usuarios del servicio de Telecomunicaciones
	B2= Normas	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas Resumen	Fuente: Libros, Normas relacionadas
	B3= Legislación Comparada	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas Resumen	
c) –X2; A1; -B1;-B2	A1= Responsables	Encuesta	Cuestionario	Informantes: Responsables de las empresas de Telecomunicaciones
	B1= Conceptos Básicos	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Libros y textos
	B2= Normas	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Libros y textos
d) –X2; A2; -B2,-B3	A2= Comunidad Jurídica	Encuesta	Cuestionario	Informantes: OSIPTEL y Usuarios del servicio de Telecomunicaciones
	B2= Normas	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	Fuente: Libros y textos
	B3= Legislación Comparada	Análisis Documental	Fichas Textuales Fichas resumen	

Anexo N° 06 Cronograma de ejecución del plan desarrollo del proyecto de tesis

ACTIVIDADES	TIEMPO (MESES)																	
	Marzo 2014		Abril 2014		Mayo 2014		Junio 2014		Julio 2014		Agosto 2014		Setiembre 2014		Octubre 2014		Noviembre 2014	
	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 4	1 2	3 4	1 2	3 4	1 2	3 4
1. Elaboración del plan de investigación		x																
2. Elaboración y prueba de los instrumentos.			x x	xx														
3. Recolección de los datos.		x x	x x	xx	xx													
4. Tratamiento de los datos.			x	xx	xx	xx	x											
5. Análisis de las informaciones.				xx	xx	x x	x	xx	x x									
6. Contrastación de hipótesis y formulación de conclusiones.									x x	x x								
7. Formulación de propuesta de solución.											xx	xx	x x					
8. Elaboración del informe final.												x x	x x					
9. Correcciones al informe final.														xx	xx			
10. Presentación.															xx	xx		
11. Revisión de la tesis.																xx		
12. Sustentación																	xx	

ANEXO DE LA TESIS

Anexo Nº 7

a) Cuestionario para Responsables y Comunidad Jurídica del Problema.

CUESTIONARIO N° 01.

DIRIGIDO AL PERSONAL DE LAS EMPRESAS OPERADORAS DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y AL PERSONAL DE OSIPTEL.

Vigencia del Derecho Tuitivo, en el Servicio de Telecomunicaciones. Periodo 2015.

Agradecer de antemano, por dedicar un espacio de su preciado tiempo a fin de responder este cuestionario, el cual tiene por finalidad obtener información, que permita identificar las causas de los incumplimientos de los de derechos de los usuarios Art. 2º y 18º del C. P. D. C.; y, las discrepancias teóricas que *conducen a la protección del usuario en el servicio de telefonía móvil de las empresas operadoras de Telecomunicaciones*, de tal manera que permita, elaborar una alternativa legal, la cual sería una propuesta de solución para el problema que es materia de investigación.

I. RESPONSABLES.

Administradores de las empresas operadores de los servicios de telecomunicaciones, y personal de OSIPTEL.

1. Datos del encuestado

1. Cargo en el que labora.

_____

2. Preguntas relacionado a la vulneración de los derechos de los usuarios por las empresas operadoras de telecomunicaciones.

2.1 ¿Qué criterios toman en cuenta al momento de resolver los reclamos impuestos por los usuarios?

- **a.** La postura de INDECOPI, respecto a un consumidor razonable.
- **b.** La postura de debilidad del consumidor por existir una asimetría informática.
- **c.** Ninguna de las anteriores.

2.2 ¿Cree usted, que el sistema que aplican en la solución de los reclamos impuestos por los usuarios, sea exitosa para esta problemática o se adecue a nuestra realidad?

- **a.** Totalmente exitosa
- **b.** Parcialmente exitosa
- **c.** No se adecua a nuestra realidad.

2.3 ¿Cree usted, que los usuarios tienen conocimiento de los derechos que los amparan como, para presentar sus reclamos frente a cualquier vulneración?

- **a.** Totalmente
- **b.** Regularmente
- **c.** No conoce

2.4 ¿En qué medida cree usted, que los usuarios o abonados son conscientes, respecto a la información de los servicios que contratan con las empresas operadoras de telecomunicaciones?

- **a.** Total.
- **b.** Parcial.
- **c.** Usualmente no conoce.
- **d.** Ninguna de las anteriores.

2.5 ¿Cuál es el nivel de conocimiento por parte de los usuarios respecto al procedimiento para interponer sus reclamos?

a) Total.
b) Parcial.
c) No conoce.

2.6 ¿Qué medios utilizan, para informar a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, con respecto a sus derechos y obligaciones como tales?

a) Radio.
b) Televisión.
c) Internet.
d) Charlas.
e) Todas las anteriores.
f) Ninguna de las anteriores.

2.7 ¿Considera usted, que el "principio favor debilis" que tiene como finalidad reestablecer la relación de equivalencia; establecido en el Código Civil y Comercial de Argentina "*Art. 1095.-Interpretación del contrato de consumo. El contrato se interpreta en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existen dudas sobre los alcances de su obligación, se adopta la que sea menos gravosa",* **podría ser de gran ayuda en la resolución de los conflictos de los usuarios en el país?**

a. Totalmente de acuerdo que sería de ayuda.
b. Ayudaría en algo.
c. No ayudaría.

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

CUESTIONARIO N° 02.

DIRIGIDO A LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL, DE LAS EMPRESAS OPERADORAS DE TELECOMUNICACIONES DE LA CIUDAD DE CHICLAYO.

Vigencia del Derecho Tuitivo, en el Servicio de Telecomunicaciones. Periodo 2015.

Agradecer de antemano, por dedicar un espacio de su apreciado tiempo a fin de responder este cuestionario, el cual tiene por finalidad obtener información, que permita identificar las causas de los incumplimientos de los de derechos de los usuarios Art. 2º y 18º del C. P. D. C.; y, las discrepancias teóricas que *conducen a la protección del usuario en el servicio de telefonía móvil de las empresas operadoras de Telecomunicaciones*, de tal manera que permita, elaborar una alternativa legal, la cual sería una propuesta de solución para el problema que es materia de investigación.

Además quiero dejar en claro que esta encuesta es absolutamente anónima.

II. COMUNIDAD JURIDICA

Usuários de los servicios de telefonia móvil de las empresas operadoras de telecomunicaciones.

1. Datos del encuestado

2. ¿Qué edad tiene usted?

a. 18-25

b. 26-35

c. 35-45

3. En qué zona tiene usted su domicilio

a. Avenida
b. Calle
c. Jirón
d. Otros

4. A qué se dedica usted

a. Estudiante
b. Ama de casa.
c. Profesional.
d. Otros.

2. Preguntas relacionado a la vulneración de los derechos de los usuarios por las empresas operadoras de telecomunicaciones.

2.8 ¿Tiene usted conocimiento, de los derechos que le protegen como consumidor o usuario?

a. Si
b. No

2.9 ¿Qué derechos conoce que le amparen como usuario?

a. Derecho de información, derecho a ser escuchado, derecho a reclamar, derecho a tener un servicio de calidad e idóneo, derecho a recibir su contrato, etc.
b. Derecho a la libertad, derecho a la libertad de expresión, derecho a ser escuchado, etc.
c. Derecho de información, derecho a portabilidad, derecho a reclamar, derecho a libertad de expresión, derecho a tener un servicio de calidad e idóneo, derecho a recibir su contrato, etc.
d. Todas las anteriores

2.10 ¿Ha llegado a considerar, en algún momento que sus derechos como usuarios han sido afectados por las empresas

operadoras de telecomunicaciones? Si la respuesta es sí, especificar qué derecho.

- Si
- No

a. Derecho de información
b. Calidad e idoneidad del servicio
c. Facturación o cobro del servicio
d. otros

2.11 ¿Tiene usted conocimiento de que institución o instituciones, se encargan de resolver los conflictos surgidos ante una vulneración de sus derechos como usuarios?

a. Osinerming.
b. Indecopi.
c. Defensoría del Pueblo.
d. Osiptel
e. a y b
f. b y d
g. todas

2.12 ¿Sabe usted a qué institución, consideraría recurrir frente a una vulneración de sus derechos como usuario en los servicios de telecomunicaciones?

a) Osinerming.
b) Indecopi.
c) Defensoría del Pueblo.
d) Osiptel
e) a y b
f) b y d
g) todas

2.13 ¿Ha interpuesto algún reclamo en algún momento al ver sus derechos vulnerados como usuario de la empresa de telecomunicaciones? Si es sí, especificar ante que institución

- Si
- No

a) Empresa operadora
b) Osinerming
c) Osiptel
d) Indecopi
e) Defensoría del pueblo

2.14 ¿Dieron respuesta a su reclamo, o al menos se le informo como sería el procedimiento?

a) Sí se dio respuesta a mi reclamo.
b) No se dio respuesta a mi reclamo.
c) Se me informo totalmente sobre el procedimiento y como reclamar.
d) No se me brindo la información completa de cómo era el procedimiento.
e) No se me informo nada.
f) a) y c)

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 8: PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA EL TÍTULO I, DEL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

1. **Identidad de los Autores:**

   Los autores que suscriben, **Hugo Andrés Muro Ipanaqué y Yanina Manayay Dávila**, estudiantes de la escuela académica profesional de derecho de la Universidad Señor de Sipán - Chiclayo, en ejercicio del derecho de iniciativa Legislativa que se confiere respecto al Título I;
   Código De Defensa Y Protección Del Consumidor, presenta la siguiente:

2. **Exposición de motivos.**

   No hay duda que la protección al consumidor y su regulación es protegida directamente por el Estado, a través de diferentes organismos autónomos, es entonces que el Estado no tiene la titularidad de que sólo él puede crear, modificar o suprimir, normas relacionadas al consumidor y su protección.
   Pues nuestra Constitución Política, en su Artículo 107°, en su segundo párrafo, establece que los ciudadanos tienen derecho a iniciativa en la formación de leyes, concordante con la ley N° 26300 de los derechos de participación y control ciudadano, en su artículo 2 inciso d), que prescribe la iniciativa en la formación de las leyes.
   Por consiguiente y considerando que el código de protección defensa y del consumidor en su Título I regula los derechos del consumidor y la relación entre consumidor y proveedor, dentro de los cuales abarca derechos de los consumidores, información a los consumidores, señalando exclusivamente sobre información a los consumidores mas no divulgación y educación; que es lo que necesita en la actualidad el consumidor.

   El presente proyecto de ley, tiene por objeto la modificación del **Título I del Código de Protección y Defensa del Consumidor** por contener vacíos legales respecto a la divulgación de información y educación del

consumidor, que ha sido advertida en la presente investigación por los Responsables y la Comunidad Jurídica, pues éste causa la inexistencia de la normativa que regule la situación jurídica del consumidor frente a las prácticas comerciales desarrolladas en la actualidad.

Así, hasta hace poco, debido al marco legislativo y a la interpretación LIMITATIVA que había hecho la sala de defensa de la competencia, solo eran considerados como consumidores los "Destinatarios finales" de la cadena producción-consumo. Ello llevó a decir que, a nivel administrativo, se tenía un concepto "topográfico" de consumidor, sin tomar en cuenta la dinámica de las relaciones de consumo, la experiencia jurídica comparada y, sobre todo, nuestra realidad. En la actualidad, también se entienden como consumidores a "las personas naturales y jurídicas pertenecientes a la categoría profesional de los pequeños empresarios" que "son también sujetos afectados por la desigualdad informativa en la relación de consumo". (Derecho de los Consumidores, Primera Edición, Perú, 2006 p. 13.).

Entonces para la presente propuesta legislativa se toma en referencia EL CDC (CODIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR - BRASIL), que en su artículo 4º establece lo siguiente: "*La Política Nacional de Relaciones de Consumo tiene por objetivo atender a las necesidades de los consumidores, el respeto a su dignidad, salud y seguridad, la protección de sus intereses económicos, el mejoramiento de la calidad de vida, así como la transparencia y armonio de las relaciones de consumo, atendidos los siguientes principios: …*

IV – Educación e información de proveedores y consumidores respecto a sus derechos y deberes, procurando el mejoramiento del mercado de consumo..."

Y en el artículo 6, refiere: *"Son derechos básicos del consumidor:..*

II – La educación y divulgación sobre el adecuado consumo de los productos y servicios, garantizándole la libertad de elección y la igualdad en las contrataciones"…

En tanto, la presente propuesta legislativa tiene como objetivo determinar y reglamentar la Divulgación de Educación al Consumidor y de este modo se realice una regulación del Título I del Código de Protección y Defensa

del Consumidor, en consecuencia sea actualizado y se brinde educación a través de todos los medios de comunicación de manera especial a los consumidores con respecto a los bienes y servicios que son ofrecidos en el mercado.

BASE LEGAL

Constitución Política del Perú: Artículo 44°, Articulo 59º, Artículo 63, Artículo 65, y Artículo 107.

Ley que modifica el Título I del Código de Protección y Defensa del Consumidor, mediante el cual se busca determinar y reglamentar la el Derecho a la Educación de los consumidores con respecto a sus derechos como usuarios contenidos en la norma y los organismos reguladores, con la finalidad de tutelar efectivamente sus derechos como consumidores.

I. EFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La presente propuesta legislativa con fundamento en la Constitución Política Peruana y con la normatividad vigente recomienda determinar y reglamentar la **VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES.**

II. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La presente propuesta no representa costo alguno arancelario nacional ni es una iniciativa de gasto, sino más bien por el contrario busca incentivar el crecimiento económico y brindar seguridad a la actividad comercial virtual. Y el beneficio radica en sentido de que a mayor educación de los usuarios, hay una mejor elección por parte de ellos en cuanto a los servicios, además de que con ello se lograría una eficaz protección tutelar de los consumidores.

FÓRMULA LEGAL

Ley que modifica el Título I del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que tiene como finalidad establecer LA VIGENCIA DEL DERECHO TUITIVO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES.

ARTÍCULO 1°.- OBJETO DE LA PROPUESTA

La presente propuesta tiene por objeto crear **ALCANCES DE DIVULGACION Y EDUCACION AL CONSUMIDOR MEDIANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, que se puede brindar mediante programas televisivos y radiales en los cuales se eduque al consumidor sobre los productos o servicios que brinden las empresas operadoras, los derechos y obligaciones que adquiere a partir de la relación contractual surgida por los servicios adquiridos, además se enseñe a como interponer un reclamo y el procedimiento que conlleva este reclamo, a fin de que se cumpla con el derecho de educación e información del consumidor para de esta manera lograr el cumplimiento de los derechos de los usuarios con el objeto de lograr la efectivización de la protección tuitiva del consumidor;** la misma que pretende ser de orden público e interés social, por lo que se busca promover y proteger que tanto los medios de comunicación, y las empresas de telecomunicaciones brinden esta educación de manera óptima, certera, oportuna y segura a los consumidores con respecto a sus derechos como tales.

ARTÍCULO 2°.- MODIFICACIÓN DEL TÍTULO I DEL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, INCORPORADO EL INCISO b. EL MISMO QUE QUEDARÁ EN LOS SIGUIENTES TÉRMINOS:

CAPÍTULO I

Artículo 1°. Derechos de los Consumidores.

1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

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

b. Derecho a la Educación y Divulgación, a cargo de las empresas responsables del servicio de telecomunicaciones; mediante todos los medios de comunicación, sobre la existencia de los derechos numerados en la presente ley, del mismo modo de cómo acceder a la defensa de estos derechos.

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

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

e. Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.

f. Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.

g. Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.

h. A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitas o no costosas, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.

i. Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.

j. Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.

k. Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.

l. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar. Código de Protección y Defensa del Consumidor

1.2 La enumeración de los derechos establecidos no excluye los demás que este Código garantiza ni los reconocidos en leyes especiales.

1.3 Es nula la renuncia a los derechos reconocidos por la presente norma, siendo nulo todo pacto en contrario.

ARTÍCULO 3°.- NORMA DEROGATORIA

Deróguese toda norma que se oponga a la presente modificación.

Comuníquese al señor Presidente Constitucional de la República para su promulgación.

En Chiclayo, a los 20 días del mes de Octubre del 2016.

Presidente del Congreso de la República
Primer Vicepresidente del Congreso de la República
Pedro Pablo Kuczynski Godard
Presidente Constitucional de la República