



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS



TESIS

**“Ausencia de parámetros específicos sobre idoneidad de tarjetas de crédito, efecto limitante de la protección del consumidor como garantía constitucional”**

**Autora:**

**Bach. Bustios Arteaga Carla del Rocío**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ABOGADA**

**ASESOR**

**Dr. Balcazar Zelada José María**

**LAMBAYEQUE, 2021**

Tesis denominada “Ausencia de parámetros específicos sobre idoneidad de tarjetas de crédito, efecto limitante de la satisfacción del consumidor como garantía constitucional”, presentada para optar el TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADA, por:

---

Bach. Bustios Arteaga Carla del Rocío  
Autor

---

Dr. Balcazar Zelada José María  
Asesor

**Aprobada por:**

---

Dr. Mondoñedo Valle Amador  
Presidente

---

Dr. Anacleto Guerrero Víctor Ruperto  
Secretario

---

Mag. Colina Moreno Mary Isabel  
Vocal

## DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a mis padres, Jorge Bustios y Nieves Arteaga, por haberme brindado su apoyo incondicional todos estos años, por motivarme a ser una mejor persona, por incentivar mi espíritu de lucha, por ser mi ejemplo de superación, definitivamente se han convertido en los dueños de mis logros personales y profesionales, ya que sin ellos no sería la persona que soy ahora.

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme las fuerzas para continuar cada día y no dejarme sola; a mis padres por su constante apoyo.

INDICE  
Contenido

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
INDICE .....	iv
INDICE DE TABLAS .....	viii
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	12
CAPITULO I.....	16
ASPECTOS METODOLOGICOS .....	16
1.1. La realidad problemática de la investigación .....	16
1.1.1 El planteamiento del problema.....	16
1.1.2. Formulación del Problema.....	19
1.2.1. Sobre la justificación del estudio.....	19
1.2.2. Sobre la importancia del estudio .....	20
1.3. Los objetivos de la investigación .....	20
1.3.1. El objetivo general.....	20
<b>1.3.2. Los objetivos específicos .....</b>	<b>20</b>
1.4. La hipótesis.....	21
1.5. Las variables .....	21

1.5.1. La variable independiente.....	21
1.5.2. La variable dependiente.....	21
1.6. Los métodos de la investigación .....	21
1.6.1. El método exegético jurídico.....	22
1.6.2. El método sistemático jurídico .....	22
1.6.3. El método hipotético deductivo.....	22
1.6.4. El método inductivo.....	23
CAPITULO II .....	24
NATURALEZA JURÍDICA DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO. ....	24
1.7. Antecedentes del problema.....	24
1.8. Satisfacción del consumidor como justificación de protección. .	31
1.9. El comportamiento del consumidor como base de su protección.	
33	
1.10. La perspectiva jurídica de la protección al consumidor .....	35
CAPITULO III.....	38
LA IDONEIDAD DE LOS PRODUCTOS Y LAS MEDIDAS DE GARANTÍA RESPECTO A TARJETAS DE CRÉDITO.....	38
3.1. La teoría de la idoneidad. ....	38
3.2. Definición de tarjeta de crédito. ....	43
3.3. Garantías en el derecho al consumidor: .....	45
3.3.1. Garantía legal:.....	46

3.3.2. Garantía explícita.....	47
3.3.3. Garantía implícita: .....	49
3.4. Tipos de garantías en tarjetas de crédito: .....	50
CAPÍTULO IV .....	53
ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	53
Análisis de la necesidad de generar una regulación específica fundamentada en la base de la satisfacción del consumidor como garantía constitucional. ....	53
4.1. Análisis de los resultados: .....	53
4.1.1. Resultados del análisis estadístico. ....	54
4.1.2. Resultados de la opinión de operadores jurídicos.....	58
CAPÍTULO V .....	72
CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	72
5.1. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	73
5.1.1. Discusión sobre el objetivo: “Desarrollar doctrinariamente la naturaleza jurídica de la protección al consumidor en el ordenamiento jurídico”	
73	
5.1.2. Discusión sobre el objetivo: “Estudiar la idoneidad de los productos y su relación con la ausencia de medidas eficaces para garantizarla respecto al producto tarjetas de crédito”. ....	76
5.1.3. Discusión sobre el objetivo: “Analizar la necesidad de generar una regulación específica fundamentada en la base de la satisfacción del consumidor como garantía constitucional”. ....	80

5.2. RESULTADO DE VALIDACIÓN DE VARIABLES .....	87
5.3. CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS .....	90
CONCLUSIONES .....	93
RECOMENDACIONES .....	95
Bibliografía .....	97
ANEXOS .....	99
1. Cuestionario de encuesta aplicada a 50 operadores jurídicos. ....	99



## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1: Reclamos ante INDECOPI- 2019- Tarjetas de Crédito.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 2: Sanciones por fiscalización- INDECOPI-2019 .....</b>	<b>57</b>
Tabla 3: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 1.....	60
Tabla 4: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 2.....	62
Tabla 5: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 3.....	64
Tabla 6: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 4.....	66
Tabla 7: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 5.....	68
Tabla 8: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 6.....	70

## INDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1: Gráfico porcentual de reclamos- INDECOPI-2019 .....</b>	<b>56</b>
Ilustración 2: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 2.....	63
Ilustración 3: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 3.....	65
Ilustración 4: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 4.....	67
Ilustración 5: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 5.....	69
Ilustración 6: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 6.....	71

## RESUMEN

El desarrollo de esta tesis se proyectó sobre la problemática referida al nivel de insatisfacción de la sociedad que usa el servicio de las tarjetas de crédito al no recibir un producto con características idóneas lo cual constituye un perjuicio a sus derechos y en ocasiones hasta su economía; es por ello que el interés resulta orientado al control de este tipo de situación anómala del servicio de las tarjetas de crédito, se puede reconocer una situación de ausencia sobre el particular, por lo tanto resulta necesaria la verificación de toda la legislación que se supone garantiza la protección del consumidor.

Este interés se basa en la importancia que reviste la propuesta que promueva el interés de los usuarios a fin de que las sanciones que se impongan por este tipo de anomalías en el servicio de las tarjetas de crédito sean lo suficientemente coactivas para provocar la limitación de acciones abusivas; lo cual habrá de solventarse con la identificación de las capacidades del ente regulador INDECOPI a fin de que sea viable la configuración de las reglas propuestas o quizá sea necesaria la intervención de otra institución como lo es la SBS para dotar de mayor garantía.

**Palabras Claves: Idoneidad, Tarjetas de crédito, Consumidor, Garantía constitucional.**

## ABSTRACT

The development of this thesis was projected on the problem related to the level of dissatisfaction of the society that uses the credit card service when not receiving a product with suitable characteristics, which constitutes a damage to their rights and sometimes even to their economy; That is why the interest is oriented to the control of this type of anomalous situation of the credit card service, a situation of absence can be recognized on the particular, therefore it is necessary to verify all the legislation that is supposed to guarantee consumer protection.

This interest is based on the importance of the proposal that promotes the interest of users so that the sanctions imposed for this type of anomalies in the credit card service are sufficiently coercive to cause the limitation of actions abusive; This will have to be solved with the identification of the capacities of the regulator INDECOPI in order to make the configuration of the proposed rules viable or perhaps the intervention of another institution such as the SBS is necessary to provide a greater guarantee.

**Keywords: Suitability, Credit cards, Consumer, Constitutional guarantee**

## INTRODUCCIÓN

El control de la actividad mercantil a nivel nacional y su relación con el aspecto jurídico que se ocupa de la protección del consumidor, se presenta como una cuestión de mucha importancia para el estudio de esta tesis, así pues sobre ello interesa la problemática referida al nivel de insatisfacción de la sociedad que usa el servicio de las tarjetas de crédito al no recibir un producto con características idóneas lo cual constituye un perjuicio a sus derechos y en ocasiones hasta su economía; se hace necesario por ello la idea jurídica o ideal respecto al servicio de las tarjetas de crédito como una necesidad de control, situación en la que se reconoce una situación de ausencia de regulación específica, por lo tanto resulta necesaria la verificación de toda la legislación que se supone garantiza la protección del consumidor sobre este aspecto comercial.

El principal objetivo se muestra sobre el interés de los usuarios a fin de que las sanciones que se impongan por este tipo de anomalías en el servicio de las tarjetas de crédito sean lo suficientemente coactivas para provocar la limitación de acciones abusivas; lo cual habrá de solventarse con la identificación de las capacidades del ente regulador INDECOPI a fin de que sea viable la configuración de las reglas propuestas o quizá sea necesaria la intervención de otra institución como lo es la SBS para dotar de mayor garantía.

Vista toda esta situación problemática es que se ha podido considerar como un resumen directo de ello en una sola interrogante, la cual se muestra como formulación del problema y dice: ¿Qué efecto jurídico produce la ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito, en el código del consumidor, sobre la protección del consumidor como

garantía constitucional?

Tal pregunta, se hubo considerado de manera inicial como el punto de partida de la tesis, por lo cual se planteo de manera a priori una respuesta en base a la información que se tuvo de manera anticipada al desarrollo de la investigación, lo cual se planteó de la siguiente manera: Si, se verifica la ausencia de parámetros específicos en el código del consumidor que permitan una adecuada calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito por parte del INDECOPI; entonces, se estará produciendo un efecto jurídico negativo sobre la protección del consumidor, como garantía constitucional, debiéndose por ello implementar parámetros adecuados para tal protección económica.

Estos dos elementos se han de considerar como la base del carácter científico de la investigación que desencadena el contexto que se manifiesta en el Capítulo I de la tesis, que se ocupa del aspecto de la metodología, pasando por la construcción de la lógica en función a las variables que componen tanto la hipótesis como la formulación y los objetivos, además de marcar los métodos científicos que se utilizaron para conseguir la información que se vincula con el tema de estudio y en base a los resultados generados, propiciar el incremento del conocimiento.

Luego en el Capítulo II la tesis se ha ocupado del desarrollo de la naturaleza jurídica de la protección al consumidor en el ordenamiento jurídico nacional, a fin de que se verifiquen los niveles de efectividad de su aplicación, todo relacionado con el aspecto de la satisfacción del consumidor para que pueda ser entendida como la justificación de tal regulación, con el fin de corroborar la contemplación del comportamiento del consumidor en dicha legislación para afinar la perspectiva jurídica que se ha tenido en consideración a ser contrastada

sobre el caso de las tarjetas de crédito en el Perú.

En el Capítulo III, se ha tenido en consideración la revisión del carácter de idoneidad de los productos y las medidas de garantía en lo que corresponde a las tarjetas de crédito, ello con el fin de poder entender la realidad que se evidencia en la configuración legislativa que opera sobre este tipo de emisiones que se relacionan con la actividad mercantil en la línea específica de gestiones financieras; preocupación que se enfoca en el posicionamiento de las partes, así ha de entenderse al consumidor como la parte más débil en dicha relación.

A continuación en el Capítulo IV, se ha tenido en consideración la actividad relacionada con la observación de la realidad, por lo cual se ha plasmado la data estadística que permite reconocer la realidad sobre el carácter de idoneidad afectado con la emisión y el uso de las tarjetas de crédito, en tanto que se han presentado constantes reclamos ante la autoridad competente como es el INDECOPI; además de ello se aplicó una encuesta a los operadores jurídicos del área específica del derecho civil en lo que se refiere a la protección al consumidor, para verificar el nivel de corroboración que muestran respecto a la propuesta de esta investigación.

Finalmente en lo que corresponde al Capítulo V, se puede ubicar el desarrollo de la contrastación de la hipótesis, en lo cual se percibe la construcción de la discusión de los contenidos de las metas de la investigación, resultado del cual se obtuvo la validación de cada una de las variables que en tanto relación causal, dichas validaciones han generado la determinación final de la tesis a través de una nueva hipótesis con carácter científico, en base a lo cual se ha logrado establecer las conclusiones relacionadas con cada uno de los objetivos específicos y las respectivas recomendaciones.

La autora.



# CAPITULO I

## ASPECTOS METODOLOGICOS

### **1.1. La realidad problemática de la investigación**

En lo que corresponde a esta sección de la tesis, se ha tenido en consideración los aspectos descriptivos de la situación en la realidad que permiten verificar la existencia de un problema, tal es el caso de la ausencia de regulación respecto a la idoneidad que debe contemplarse en la ejecución de las acciones comerciales con las tarjetas de créditos, puesto que se requiere de una condición específica para que la aplicación de las sanciones de manera efectiva sea evaluada óptimamente.

Es por ello que se ha construido en dos fases, la primera que se ocupa del planteamiento del problema, donde se describen aspectos sociales que detallan la afectación de los usuarios o consumidores de las tarjetas de crédito, y jurídicos en lo que corresponde a la vulneración de las garantías que se supone ha de ofrecer el sistema jurídico relacionado con la protección al consumidor; luego en base a toda este detalle se ha construido la formulación del problema la cual está constituida por su síntesis en una sola interrogante.

#### **1.1.1 El planteamiento del problema.**

Surge esta proyección académica como una inquietud generada por la realidad evidenciada respecto a la forma en que se desarrolla la actividad financiera con especial atención al uso de las tarjetas de crédito, puesto que su utilización se ha incrementado en forma masiva en los últimos años y el manejo

de estas requieren de un cierto conocimiento o entendimiento de las condiciones que incorpora este tipo de producto.

Desde hace tiempo atrás y hasta la fecha uno de los productos financieros de mayor uso en el mercado peruano son las tarjetas de crédito, mismas que poseen gran relevancia en la vida económica de los consumidores (tarjetas habientes).

Un crecimiento acelerado de la distribución de tarjetas de crédito puede desencadenar serios problemas de “sobreendeudamiento” en la clientela, siempre y cuando este dinamismo no trae consigo un aumento de ingresos o las circunstancias en el aspecto económico no cumplen con las expectativas. Diversos autores ponen en análisis el desarrollo de dicho mercado, tomando como sugerencia que la expansión tratada no generaría dichos percances de endeudamiento, a causa de que el mismo tuvo compañía por parte de la anexa presencia de sujetos nuevos de crédito y el crecimiento de las “líneas promedio” no propició la creación de un incremento significativo de la tasa de utilización de dichas líneas.

Una definición puntuada acerca de este término mencionado líneas anteriores, la otorgan Sánchez y Cisneros (2020) en su artículo de revista titulado: *“Evolución del mercado de tarjetas de crédito”*, donde se plantea inclusive el contexto en el que puede suscitarse dicho “sobreendeudamiento”. Teniéndose entonces lo siguiente: “El sobreendeudamiento está asociado a una situación en la cual los deudores no pueden cumplir sus compromisos financieros, lo que suele generar problemas de incumplimiento de pago, constituyéndose así, en un riesgo a la estabilidad financiera. El sobreendeudamiento se genera ante una rápida expansión de las colocaciones no acompañada con el crecimiento de la capacidad

de pago de los deudores o luego de un rápido deterioro de los ingresos de estos. Por ello, es relevante analizar la evolución del mercado de tarjetas de crédito y estudiar si esta expansión viene generando potenciales riesgos de sobreendeudamiento”. (p. 24)

Con lo expuesto es prudente señalar entonces, que tal es la cantidad de usuarios preferentes por estas tarjetas, que, a través de los últimos años, se ha manifestado un incremento exponencial de las cifras de personas que emplearon líneas de crédito. Al respecto, se tienen datos que indican el registro de la actividad de tarjetas de crédito en el año 2019 con sus respectivos usuarios y deudores.

Teniéndose entonces el registro de los años 2017-2019, se da a conocer la corroboración de dicho incremento, además de tratar sobre la relación que se establece entre dicho consumo con la situación económica del país.

La situación que genera su uso siempre tiene una repercusión sobre el titular del crédito otorgado mediante el plástico que la entidad financiera entrega, aspecto que no siempre cubre las condiciones o características que se entiende debiera tener, es precisamente en ese punto donde participa el interés de esta investigación tal es así que la ausencia de estas condiciones se constituye como un problema de falta de idoneidad del servicio, ya que no se recibe lo que se ofrece por parte de la entidad financiera.

La insatisfacción de este servicio es lo que ocasiona ciertas denuncias o quejas por parte de los usuarios del servicio lo cual socialmente tiene una repercusión negativa sobre el nivel de satisfacción y que se entiende es un aspecto

que el derecho también debe ocuparse en resolver, por lo mismo que se proyecta este tema con la intención de ubicar los puntos fallidos en el tratamiento que se ocupa de regular este tipo de situación anómala en el servicio.

### **1.1.2. Formulación del Problema**

¿Qué efecto jurídico produce la ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito, en el código del consumidor, sobre la protección del consumidor como garantía constitucional?

## **1.2. La justificación y la importancia de la investigación**

### **1.2.1. Sobre la justificación del estudio**

Cuando se promueve la presente investigación se hace en base a la justificación social, que como ya se ha indicado en la problemática se refiere al nivel de insatisfacción de la sociedad que usa el servicio de las tarjetas de crédito al no recibir un producto con características idóneas lo cual constituye un perjuicio a sus derechos y en ocasiones hasta su economía.

Luego se puede reconocer una justificación legislativa puesto que de la revisión de las reglas jurídicas que se ocupan de controlar este tipo de situación anómala del servicio de las tarjetas de crédito, se puede reconocer una situación de ausencia sobre el particular, por lo tanto resulta necesaria la verificación de toda la legislación y con ello propiciar una suerte de sugerencia legislativa que permita el tratamiento adecuado y garantice la protección del consumidor de una manera efectiva.

### **1.2.2. Sobre la importancia del estudio**

La investigación proyectada resulta de suyo importante puesto que con los resultados obtenidos materia de investigación se podrá desarrollar una propuesta regulatoria que promueva el interés de los usuarios a fin de que las sanciones que se impongan por este tipo de anomalías en el servicio de las tarjetas de crédito sean lo suficientemente coactivas para provocar la limitación de acciones abusivas.

Tal garantía tendrá que ser solventada con la identificación de las capacidades del ente regulador INDECOPI a fin de que sea viable la configuración de las reglas propuestas o quizá sea necesaria la intervención de otra institución como lo es la SBS para ocuparse de una efectiva protección de los derechos de los usuarios de este servicio.

### **1.3. Los objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. El objetivo general**

- Determinar el efecto produce la ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito, en el código del consumidor, sobre la protección del consumidor como garantía constitucional.

#### **1.3.2. Los objetivos específicos**

- Desarrollar doctrinariamente la naturaleza jurídica de la protección al consumidor en el ordenamiento jurídico.
- Estudiar la idoneidad de los productos y su relación con la ausencia de medidas eficaces para garantizarla respecto al producto tarjetas de crédito.

- Analizar la necesidad de generar una regulación específica fundamentada en la base de la satisfacción del consumidor como garantía constitucional.

#### **1.4. La hipótesis**

Si, se verifica la ausencia de parámetros específicos en el código del consumidor que permitan una adecuada calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito por parte del INDECOPI; entonces, se estará produciendo un efecto jurídico negativo sobre la protección del consumidor, como garantía constitucional, debiéndose por ello implementar parámetros adecuados para tal protección económica.

#### **1.5. Las variables**

##### **1.5.1. La variable independiente**

Ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito en el código del consumidor.

##### **1.5.2. La variable dependiente**

La protección del consumidor como garantía constitucional.

#### **1.6. Los métodos de la investigación**

Para el desarrollo de esta investigación se han recurrido a la aplicación de métodos que se relacionan con el aspecto jurídico de la interpretación de las reglas así como de la observación de la realidad, así pues en primer término se aplica el

método de interpretación exegético y el sistemático y en segundo lugar el hipotético deductivo y el inductivo en lo que se refiere a la observación de la realidad en el campo de la aplicación de las reglas de la idoneidad en el ámbito de la protección al consumidor.

#### 1.6.1. El método exegético jurídico

Ha de tenerse en consideración que este método de interpretación se ocupada de manera directa sobre una determinada regla, con el fin de reconocer el sentido que el legislador ha pretendido generar, así pues, en lo que corresponde a las reglas de idoneidad contempladas en el Código de Protección al Consumidor, se ha de realizar en forma individual considerando su construcción gramatical, esto es que se reconoce su alcance en razón de la construcción literal.

#### 1.6.2. El método sistemático jurídico

En lo que corresponde a la aplicación de este método científico jurídico, se debe tener en consideración que la interpretación de la regla de la idoneidad se ha desarrollado en función a su interrelación con el resto del ordenamiento jurídico, así pues se muestra la empatía que pueda tener con la propia Constitución Política en primer término, ello con el fin de verificar que se resguardan los derechos fundamentales de manera puntual respecto a los que le corresponde al consumidor en su posición de parte más débil en la relación mercantil, a quien se supone el Estado garantiza la consagración del carácter tuitivo.

#### 1.6.3. El método hipotético deductivo

En lo que corresponde a la intervención e este método se puede señalar que se ocupa de la observación de la realidad, mediante la verificación

de un aspecto general como es el sentido de la protección del consumidor que se entiende como una labor encargada al Estado para que genere reglas de orden estricto para tal fin, así pues se genera una determinación específica en función a la información recogida, lo cual apoya la construcción de la postura de cada uno de las metas que se han planteado en esta tesis.

#### 1.6.4. El método inductivo

Tal cual se ha indicado anteriormente este método también se ocupa de la observación de la realidad desde la perspectiva jurídica relacionada a la ejecución de acciones mercantiles en las que existe un usuario o consumidor y un producto o servicio, por lo mismo que esta observación se hace partiendo de las características específicas de la experiencia de los usuarios de tarjetas de crédito, para alcanzar a determinar el nivel de satisfacción como una condición general y en función a ello establecer la necesidad de propiciar parámetros específicos para regular el carácter idóneo de este producto y con ello asegurar la protección de los consumidores.



## CAPITULO II

### NATURALEZA JURÍDICA DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO.

El interés que ha permitido dar inicio a la presente investigación tiene por finalidad demostrar la ausencia de protocolos que resulten lo suficientemente adecuados para que la observación que se haga respecto a la idoneidad de los productos en el caso específico de las tarjetas de crédito, aspecto de la realidad comercial que acarrea como consecuencia la vulneración del derecho del consumidor a ser protegido de una manera eficiente por parte del Estado.

El derecho administrativo en general se proyecta sobre situaciones de control que repercuten en diferentes aspectos del desarrollo cotidiano, entre ellos se ubica al ámbito comercial que se ocupa de la verificación de la calidad del servicio que se brinda a los consumidores de servicios, existiendo para ello una regulación específica que se conoce como el Código del Consumidor, siendo además la institución nominada como INDECOPI, la encargada de supervisar este tipo de actividad.

De acuerdo a lo señalado, corresponde en este primer capítulo de la tesis, enfocar la atención al reconocimiento de la realidad teórica a fin de identificar desde la perspectiva doctrinaria, los aspectos que involucra la protección al consumidor por lo mismo que el estudio de su naturaleza jurídica ha de iniciarse con la recopilación de los antecedentes que sirvieron de base en la proyección del problema.

#### 1.7. **Antecedentes del problema.**

Tal cual se marca en toda investigación jurídica, el estado del arte que se ha de observar está delimitado por las investigaciones que acercan su observación y resultados hacia el sentido de esta proyección, por lo mismo que se ha tenido en cuenta la selección de las siguientes labores académicas:

Se toma como antecedente de la investigación un trabajo desarrollado en Honduras, en la cual se advierte la problemática respecto a las tarjetas de crédito, así pues, la tesis desarrollada por Zuñiga (2016) bajo el título *Efecto de las tarjetas de crédito en las condiciones de vida de los usuarios*, llegó a la siguiente conclusión:

(...) se concluye que empobrece en la medida que se hace uso irracional de las tarjetas de crédito afectando sus ingresos. En tal forma, reduce su capacidad de consumo a causa de las tasas de interés que en cierta medida son altas en vista de su tendencia de crecimiento en los últimos siete años. (...). (pág. 77)

El resultado que se ha obtenido en la investigación citada, tiene que ver con el efecto económico que se desencadena en la realidad de quienes acceden a los servicios que incorpora la tarjeta de crédito, no sólo en lo referente al consumo a través del pago de otros servicios, sino también al caso de las disposiciones de efectivo, puesto que las tasas de interés resultan excesivas.

Tal efecto resulta sin duda en beneficio de la empresa financiera que otorga el crédito, pero el perjuicio resulta respecto del titular que adquirió el servicio y que por lo general no se encuentra lo suficientemente informado de la manera en que funciona o de los montos a los cuales ascienden los intereses por el uso de este servicio; precisamente en este aspecto es en el que se desenvuelve la información que ha de recopilarse en esta investigación, puesto que hace falta que

la empresa prestadora de servicio genere certeza en el adquirente del servicio, de manera previa a la contratación del mismo.

De acuerdo a la investigación desarrollada por los investigadores Colorado Servellón, Mendoza Trejo y Brenda (2012) titulada *Análisis del uso indebido de las tarjetas de crédito y su trascendencia en el respeto a la garantía de la tipicidad*, concluye que:

(...) no existen mecanismos comerciales o administrativos idóneos para responsabilizar al tercero que desarmoniza las relaciones del sistema de tarjetas de crédito. De este modo el Sistema de Tarjetas de Crédito se desarrolla en un escenario estrictamente comercial, cuyas interacciones tienen como fin último el incremento de activos y pasivos del patrimonio por lo que si el derecho penal interviene en la protección contra los ataques al sistema, en realidad se estaría protegiendo las interacciones comerciales resultantes del sistema de tarjetas de crédito. (Colorado Servellón, Mendoza Trejo, Arias, & Brenda, 2012)

El aporte que se puede rescatar de la investigación citada tiene que ver con la verificación de que el problema que se desarrolla en esta tesis realmente existe y se proyecta sobre una base de ausencia de protocolos o mecanismos lo suficientemente eficaces para satisfacer la necesidad de control, lo cual implica que la garantía de los derechos del consumidor es nula.

Siendo así resulta de mucha importancia el hecho de que lo citado esta enmarcado en la posibilidad de la sanción penal respecto de la problemática del uso indebido de las tarjetas de crédito, desde luego este enfoque relacionado con el derecho penal intenta describir una situación desencadenada por la ineficacia

del derecho penal para sancionar a un tercero que se inmiscuye en la relación existente a razón de la tarjeta de crédito, entre el titular y la entidad financiera.

Problemática que señala como un imposible en razón de que el sistema de control no cuenta con los mecanismos suficientes para poder alcanzar la determinación de la responsabilidad de este sujeto que hace uso indebido de la línea de crédito, un problema para el ámbito penal cierto, pero que demuestra también una circunstancia de debilidad del esquema administrativo y comercial que se ocupa del control de esta actividad.

En la tesis de (Acaro Martínez, 2010) titulada “*Análisis del uso de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Zamora del año 2009*”, llego a la siguiente conclusión:

La utilización de las tarjetas de crédito, o también llamados dinero plástico, es cada día mayor en la utilización de las personas. En otros países tiene un uso muchísimo más amplio, pero en el nuestro se ve claramente el crecimiento, tanto en el número de tarjetahabientes como en el uso de establecimientos que tienen acceso. Si bien, antes era poco común el uso de dinero plástico: restaurantes y hoteles tenían acceso, pero hoy en día se está comprando con tarjetas de crédito en casi todas partes sobre todo en las ciudades grandes. El uso de la tarjeta de crédito tiene ventajas; el tarjetahabiente tiene mayor comodidad y mayor capacidad de compra ya que no necesita en ese momento el dinero en efectivo. Para el establecimiento o local que trabaja con tarjetas de crédito, tiene la ventaja de la seguridad del cobro de la venta que realiza, un comercio puede hacer su venta en efectivo que es

segura, también puede hacerlo a crédito que tiene un riesgo (el no poder recuperar la venta), pero la venta con tarjeta tiene un cobro asegurado, por un valor (comisión) que cobran los bancos. Y así, para el banco, el beneficio es justamente el cobro de dicha comisión por el servicio de entregar dinero en efectivo al establecimiento, ya que el costo dinero es el negocio del banco.

Se considera importante para esta investigación la tesis desarrollada por (Bel18) denominada *“La idoneidad en las tarjetas de crédito: a propósito de las denuncias ante los órganos competentes de Indecopi durante los años 2013-2015”*, concluye de la siguiente manera:

La tarjeta de crédito es el “plástico” que es entregado al consumidor por haber celebrado un contrato de afiliación (contrato por adhesión) con la Entidad Financiera, la cual brinda toda aquella información relevante (contrato y hoja de resumen) en cumplimiento de la garantía legal. Esta tarjeta cuenta con una línea de crédito disponible para que el consumidor pueda hacer uso en distintos establecimientos afiliados que aceptan dicho medio de pago mediante el operador de la marca (Visa, MasterCard, entre otras). El referido producto debe ser idóneo en vista que dicha cualidad es el pilar fundamental de la tutela efectiva de los derechos del consumidor. Sobre lo anterior, la idoneidad de la tarjeta de crédito se aprecia en virtud a la información proporcionada por las Entidades Financieras, toda vez que al momento de trasladar la información a los consumidores se brinda el conocimiento de todos

los derechos y deberes que conlleva tener una tarjeta de crédito, así como los beneficios con los que se cuenta, éste es el punto de quiebre donde se encuentra la mayor parte de discrepancias dado que de no existir correlación entre lo ofrecido y obtenido existiría incumplimiento al deber de idoneidad, dado que ésta se encuentra en función a 1) lo que el consumidor espera y 2) lo que recibe en la realidad, siendo las Entidades Financieras quienes responden por la idoneidad. En ese mismo sentido, para definir la idoneidad de la tarjeta de crédito, se comparó las garantías brindadas por las Entidades Financieras, dichas garantías son legales, explícitas e implícitas; entendiéndose estas como la obligatoriedad impuesta por la ley, lo expresamente ofrecido y lo que ante el silencio de la Entidad Financiera debió ofrecerse en virtud a los usos y costumbres, respectivamente. Se demostró que en la mayoría de pronunciamientos de los Órganos Resolutivos se basaron solamente en las dos primeras garantías, toda vez que para determinar la idoneidad de una tarjeta de crédito se valoró si las Entidades Financieras cumplieron con la garantía legal, es decir, si el servicio brindado estuvo en concordancia con lo regulado en el Reglamento de Tarjetas de crédito y débito u otra norma aplicable al caso concreto. Asimismo, se valora si se cumplió con la garantía explícita, es decir, si por un determinado medio, dentro o fuera del contrato, se informó alguna característica que genere una expectativa razonable al consumidor y si ésta fue efectivamente satisfecha, en caso de no serlo, se vulneró el deber de idoneidad.



### 1.8. Satisfacción del consumidor como justificación de protección.

En la tarea de comprender la naturaleza jurídica de la protección al consumidor en el ordenamiento peruano, es prudente iniciar por el aspecto relacionado con la finalidad, siendo así se puede decir que la finalidad de la protección al consumidor radica en la satisfacción de este sujeto que consume un determinado producto; ello bajo la presunción de que se ha entregado una contraprestación para cubrir el costo del servicio, lo cual conlleva al hecho de la satisfacción de una necesidad.

Luego dentro de ese contexto se debe reconocer la función de cada una de las partes que intervienen, por lo cual ha de seguirse la línea teórica que concibe al consumidor final como una parte de la relación existente con el productor, en la cual existen niveles de poder

Según la perspectiva comercial se puede considerar a la satisfacción del cliente o consumidor desde un punto de vista de la ciencia del marketing, por lo cual las acciones que se toman para el desarrollo de cierta actividad siempre estarán orientadas a conseguir el bienestar del usuario que se manifiesta en el nivel de satisfacción que alcance como resultado de la relación con el productor, en la cual se identifican dos fases una que es la adquisición luego de la cual recién se alcanza la comprensión del consumo como resultado o expectativa de la acción previa que se conoce como adquisición. (Ucha, 2012)

Se entiende pues en primer lugar una relación que se entabla como parte del accionar comercial entre productor y consumidor final, en la cual interesa saber si es que además de la dependencia que se produce como parte de la relación obligacional, existe alguna otra característica en el entorno del poder.



Se habla en primer lugar de una característica del consumidor como un sujeto empoderado en razón del criterio de la protección que legislativamente se ha creado a su entorno, así pues se tienen concepciones erradas respecto a la naturaleza jurídica de ello, puesto que en tanto a su finalidad según lo señala Cavero Safra (2016) quien en su artículo jurídico titulado *¿Efecto dominó o efecto mariposa? El (distorsionado) concepto de consumidor protegido en el derecho peruano*, en el cual señala lo siguiente:

Es importante entender que, si bien la palabra asimetría es sinónimo de desigualdad, ello no significa como algunos equivocadamente entiende, que la relación de consumo es de naturaleza intrínsecamente desigual, siendo el proveedor la parte fuerte y el consumidor la parte débil, (...). (pág. 36)

Lo que el autor intenta mostrar con su apreciación es la justificación de la protección al consumidor en razón de la condición desigual que tiene frente al productor, pero según lo narrado en el resto de su artículo se puede apreciar que esta consideración se tiene como un error, puesto que tal circunstancia no existe en realidad, toda vez que se trataría más bien de una relación de equilibrio entre productor y consumidor, ya que el consumidor puede generar un efecto sobre las condiciones del mercado que termina desfavoreciendo al productor.

Resulta ser una tarea con cierta dificultad el hecho de comprender la relación entre productor y consumidor, lo que si puede reconocerse de ello es el hecho de que las reglas del mercado pueden manejar aspectos que tienen que ver con el comportamiento de ambas partes aspecto en el cual incursiona el derecho para establecer las regulaciones necesarias a fin de alcanzar el control.

Entonces, si existen reglas que señalan la dirección del comportamiento de ambas partes, lo que interesa para efectos de la investigación es verificar si efectivamente existe un nivel de protección al consumidor más allá de los límites establecidos por el mercado, una suerte de control a través de la sanción, aspecto que corresponde en el Perú al Instituto Nacional de Defensa del Consumidor, en cuya estructura se encuentran pautas de protección, en base a lo cual se puede reconocer la finalidad proteccionista justificada en el abuso de la posición por parte del productor o quien brinda el servicio en este caso.

La satisfacción del consumidor como una justificación de su protección ha de entenderse como una acción que garantiza los derechos, garantía que comprende también ciertos límites, entendiéndose el hecho de que se requiere de manera previa un manejo adecuado del mercado o de los servicios, así en lo que respecta al consumidor se reconoce la condición de que exista un consumo responsable.

#### **1.9. El comportamiento del consumidor como base de su protección.**

Sobre el particular se ubica la concepción del consumo como un comportamiento en el mercado, la forma en que se produce esta actividad por parte del consumidor como un ser racional que tiene la capacidad de tomar decisiones acertadas sobre la forma en que consume, así lo indican los investigadores Izquierdo Maldonado, Vaca Aguirre y Mena Campar (2018) quienes en su artículo científico titulado *El nuevo sujeto social del consumo responsable*, señalan:

En el contexto del mercado y la sociedad actual, el consumidor requiere de capacidades y competencias que le permitan mantener una actitud crítica para evaluar el impacto social en el momento de ejercer su decisión de compra y evitar el

consumismo como consecuencia del *marketing* y la publicidad, que buscan crear en la mente del consumidor nuevas necesidades y actitudes compulsivas de una adquisición insaciable. (pág. 99)

Desde esa perspectiva se puede apreciar la necesidad de establecer algún tipo de protección que tiene que ver más con el hecho de que no todos los consumidores tienen esa capacidad de asumir una actitud apropiada para el desarrollo de una actividad de consumo que no supere ciertos límites, acciones que pueden provocar no sólo malestar económico a nivel personal sino también tendrá una repercusión a nivel social.

En ese sentido se está dejando en claro también el hecho de que hace falta que quien ofrece el producto, en el caso de estudio la entidad financiera, tome las acciones previas pertinentes que permitan adiestrar al consumidor para que se consolide esta actitud responsable respecto a la forma en que se desarrolla el consumo.

Esta prerrogativa que se espera de los productores no necesariamente se cristaliza tal cual el supuesto de un equilibrio de mercado, puesto que lo que se promueve con mayor interés y énfasis es el producto mismo con la intención de generar una cultura de consumismo, prueba de ello es la insidiosa acción del *marketing*, la saturación de la publicidad que invita al consumidor a sentirse en la necesidad de realizar ciertas acciones que no alcanzan el sentido básico de la necesidad humana.

Todo ello implica que el comportamiento del consumidor si se encuentra bajo la presión que se ejerce a través de las acciones que desarrolla el sector productor o quien desarrolla los servicios para que las personas accedan bajo la presión de la publicidad, generando impulsos que provocan el acceso, el mismo

que de no desarrollarse de una manera controlada y consciente producirán endeudamiento innecesario y en consecuencia inestabilidad económica del consumidor.

Desde luego esta acción favorece sólo a uno de los sectores que no es el consumidor, lo cual permite ver que efectivamente existe un riesgo frente al cual no se ha tomado medidas adecuadas, ante lo que interviene el Estado a través de cierta regulación, pero cuan adecuada resulta la misma para generar seguridad jurídica y económica, es el cuestionamiento que se ha planteado en el desarrollo de esta investigación y que ha de complementarse con la justificación jurídica de la protección que se estudia.

#### **1.10. La perspectiva jurídica de la protección al consumidor**

La actitud o comportamiento de quien accede a los productos o servicios es la que se conoce como el consumismo que altera el sentido del consumo llevándolo a un plano de exageración que rebasa el sentido de la satisfacción de las necesidades humanas alejándose del aspecto proteccionista de los derechos de la misma persona que se asientan en su dignidad como tal; ello se puede reforzar con la opinión de Tambussi (2014) quien en su artículo jurídico titulado *Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos*, en el cual indica lo siguiente:

El consumo es una dimensión esencial del ser humano, que involucra derechos fundamentales que deben ser protegidos por el Estado, de ahí que deba prodigarse al consumo también una tutela de la más alta jerarquía como son los derechos humanos, de los que además concuerda con sus caracteres. (pág. 96)

Es precisamente en base a lo señalado que se puede encontrar justificada la protección del consumidor, desde el punto de vista jurídico se entiende la relación con los derechos humanos propiamente basados en la dignidad de la persona humana, en ese sentido es que se ha encontrado apropiada y necesaria dicha protección que ha de tener su base en la consideración de la necesidad del sujeto de poder satisfacer sus necesidades.

Dicha satisfacción del consumidor invita al razonamiento de que la adquisición de cierto producto o servicio tenga que ajustarse a ciertas características que le permitan alcanzar el fin supuesto además de que se protejan sus derechos, es en este punto donde se aprecia la ausencia de un comportamiento adecuado por parte del productor o quien otorga el servicio, puesto que para el caso específico de las tarjetas de crédito que se ocupa esta investigación, las condiciones previas que se presume han de ser creadas no se producen como tal.

Si, es posible que se aprecie cierta información respecto a la responsabilidad con la que se ha de hacer uso del servicio, pero no es la suficiente para provocar el sentido de alerta o criterio de parte del consumidor, puesto que la información es ligera y no se proyecta tanta incidencia como en el hecho de la promoción de beneficios directos sin describir las consecuencias numéricas que representan los intereses a los que el consumidor se ha de someter.

Desde esta descripción que permite apreciar en la realidad un exceso de publicidad y marketing orientado al incentivo del consumismo sin el respaldo de suponen la garantía de los derechos humanos que corresponden al sujeto que adquiere el producto o servicio, se desprende no sólo la justificación de la protección al consumidor, sino también la necesidad de analizar la efectividad de la normativa que se proyecta sobre esta relación de consumo.



CAPITULO III  
LA IDONEIDAD DE LOS PRODUCTOS Y LAS MEDIDAS DE GARANTÍA  
RESPECTO A TARJETAS DE CRÉDITO.

El desarrollo de esta sección de la tesis se desprende de la concepción asumida respecto a la protección al consumidor que se contempla en el ordenamiento administrativo, que atribuye potestades a la institución del INDECOPI, a fin de promover dicha garantía a través de sus mecanismos y que se entiende deben ser evidenciados en la aplicación directa a fin de reconocer su eficacia.

Es por ello que se tiene en cuenta en primer lugar la comprensión de la idoneidad como teoría desde un sentido general, para luego conducirlo hasta el espacio de atención de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado a fin de satisfacer las necesidades de los consumidores bajo la protección de las reglas jurídicas.

**3.1. La teoría de la idoneidad.**

La comprensión del término idoneidad para que sea asumida como una teoría que incorporada al ordenamiento jurídico brinda seguridad, debe tenerse en consideración respecto a su efecto de control, lo que más bien debe reconocerse entonces, es la acción del Estado la que debe observarse con el fin de reconocer si es que se ejecuta de manera adecuada dicha fiscalización respecto a las acciones que pudieran salir de este contexto.

Así sobre el primer nivel de concepción se tiene lo señalado por Morales (2015), quien en su artículo jurídico titulado “*Idoneidad*”, señala que: “tiene estrecha connotación con la virtud de la prudencia y fortaleza para combatir y

delatar la corrupción, es evidente que, por parte de los entes de control, deberían seleccionar y formar a sus servidores con un profundo sentido ético-político pues de ellos depende que se alcance el ideal de la comunidad social”.

Esta comprensión de la prudencia y los puntos específicos de la idoneidad sobre la actuación de la política en su configuración, muestra la razón de su vínculo con la política pública que se ha de encargarse de crear las pautas para conseguir dicho control, así pues la regla que se contempla para la protección al consumidor, debe asumirla desde su percepción más amplia, como bien indicó además lo siguiente: “(...)otorga primordial importancia a la función de control de la corrupción es evidente que el acceso a dicha función de control debe ser concedida solamente a una minoría selecta y cuidadosamente preparada a través de una esmerada educación en principios científicos y en valores éticos, de tal forma que la voz o magisterio del servidor de control, luego se transforme en la voz de una comunidad golpeada por la corrupción, pobreza e inequidad”. (Morales, 2015)

Según este punto de vista la comprensión de la idoneidad se debe reconocer en función a la composición de los lineamientos que establezcan límites a la corrupción con el fin de generar un estatus de bienestar en el sistema estatal y las relaciones que se desarrollan en él, para el caso que corresponde a este estudio será lo relacionado con el consumo.

En esa línea de acción se comprende la acción estatal destinada a ejercer control sobre la actividad comercial, en específico sobre el tráfico de bienes y servicios, para lo cual a través del tiempo se han creado ciertas estrategias generadas en función a la revisión de la problemática que se aprecia en la realidad social y comercial; este punto de partida coincide con la esfera de creación de las



políticas públicas estatales que en base a esta apreciación de la necesidad de control sobre un punto específico, surgen las estrategias que para el caso de las relaciones comerciales, se enfoca en diversos aspectos.

Uno de esos ámbitos de acción es que se le concede como potestad al INDECOPI, con el fin de que se ubique en la estructura estatal como el ente de control y fiscalización de la actividad comercial basada en una máxima que será el sentido proteccionista del consumidor, siendo en función a ello que se genera la legislación que se ocupa de tal garantía, así es como nace el Código del Consumidor, que en su estructura normativa contempla tal protección y en ella se percibe la presencia de la idoneidad como un elemento que permite reconocer el verdadero valor que se otorga y ofrece respecto a determinado producto o servicio.

Desde luego el concepto inicial de la idoneidad se comporta como un elemento de control, y en efecto, se traslada con esa intención de evitar que se corrompa el tráfico de bienes y servicios con la certeza sobre el carácter propio de cada uno de los objetos de la transacción, sobre todo en lo que compete a la garantía que requiere asistir sobre la parte más débil de la relación, en este caso al consumidor.

Es así que se muestran en el ordenamiento legislativo que se enfoca hacia tal protección, como una suerte de señalamiento de la responsabilidad de quien ofrece el producto o servicio, esto es el proveedor de dicho objeto, sobre ello es importante tener en cuenta los aportes del investigador Merino (2008) quien en su trabajo académico titulado *“La idoneidad del producto y servicio en la Ley de Protección al Consumidor”*, hace la referencia a lo siguiente: “(...) la conformidad o idoneidad, por regla general el proveedor es quien promete y

responde por ese bien desde que lo pone en el mercado y la conformidad del mismo está siempre dentro de su esfera de actuación”.

Según se puede apreciar de lo citado, el autor refiere a la conformidad como un acto que se genera de manera previa por quien ofrece el producto o servicio, que se denomina en este caso como el proveedor, así pues esta señal de que el producto tiene esta característica de idóneo, pues hace la similitud respecto al término, se concibe como el primer elemento que permitirá identificar el sentido de la responsabilidad, que se entiende debe estar cubierta durante todo el tiempo que se ofrece el objeto materia de transacción.

Todo esto se puede hacer notar como una cuestión o característica específica que se engloba en el marco de la negociación, o más bien como un elemento previo a su celebración, así pues, quien acude a solicitar o acceder al objeto, tendrá la certeza de que el producto tiene ese primer nivel de conformidad, lo que, según el autor, señala que: “se observa una cualidad, una característica necesaria del objeto”. (Merino, 2008)

En efecto la idoneidad se asume como un elemento necesario del objeto de la transacción, esto es que el producto o servicio tenga características específicas que permitan reconocer en él la cualidad necesaria que conlleve a la satisfacción de la necesidad que resulta ser el móvil del consumidor para acceder a dicho bien; por lo mismo que se constituye como un elemento de necesaria e intrínseca participación en el esquema de control.

Contribuyendo al desarrollo de la investigación, el jurista (Stucchi, 2011), señala que:

El consumidor tiene derecho a que el producto o servicio sea idóneo, toda vez que, la idoneidad es la adecuación o correspondencia entre aquello que se le ofrece y lo que realmente recibe por parte del proveedor, como consecuencia de una transacción que implica un acto de consumo. A manera de ejemplo se puede mencionar que, si un proveedor entrega toda aquella información de manera oportuna y veraz a fin de que el consumidor haga uso de su libertad contractual y llegue a adquirir el bien o servicio, pero si al obtener lo ofrecido no concuerda con la condición pactada expresa o implícitamente, y en el nivel de calidad esperado, conforme a los usos y costumbres de la plaza, estaría afectando el derecho de idoneidad del consumidor.

Según (Bell 18pág. 88) respecto al tema de la idoneidad nos dice que:

Asimismo, es importante tomar en cuenta que la idoneidad del bien o servicio depende significativamente de la información que sobre este haya puesto el proveedor a disposición del consumidor. Ello por cuanto la información determina o acota las expectativas razonables de un ciudadano respecto de aquello que evalúa adquirir para satisfacer alguna de sus necesidades. Entonces, lo ofrecido por el proveedor se ve materializado en la información proporcionada por este al consumidor, dicha información se puede señalar mediante algún documento, cualquiera sea su naturaleza, o mediante un acto que genere implícitamente una determinada característica conforme a los usos

y costumbres del bien o servicio puesto en el mercado, ante ello, se genera una justa expectativa al consumidor el cual debe ver satisfecha en cuanto adquiera el servicio o utilice el bien, si no satisface las expectativas generadas, entonces hablamos que el proveedor incurrió en falta del deber de idoneidad.

Según el (Código de Protección y Defensa del Consumidor) en el Artículo 18° define la idoneidad como:

la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso; y precisa que la idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.

### **3.2. Definición de tarjeta de crédito.**

Creadas en Estados Unidos, a inicios de siglo; de uso exclusivamente para clientes de hoteles con categoría para solventar lo gastado en hospedaje y compras dentro de los establecimientos. Es en el año 1949 cuando se lleva a cabo la fundación de Dinner's Club, en un inicio se tenía la intención de mantener dicha entidad para pagos en restaurantes, sin embargo, más adelante se abarcaría mayor territorio comercial con diversas empresas alcanzando mayor difusión y reconocimiento en el mundo.

Bajo ese suceso, se ve influenciada una nueva empresa, American Express, por lo cual los Bancos comienzan su labor de producción y distribución de tarjetas de crédito. Más adelante los bancos logran comprender que se da a notar una relación directamente proporcional entre la rentabilidad con la masa de clientes, y es allí cuando se llevan a cabo las asociaciones bancadas para difundir la tarjeta que sería conocida por el nombre de: “Bankeamericard”, con aproximadamente 3500 bancos implicados.

Dado el previo contexto histórico puede entenderse que este popular instrumento destinado a realizar pagos, a pesar de su difusión, no han sido tratadas a menudo en el ámbito académico. Sin embargo, en la presente investigación se hace una excepción, tomando entonces por inicio una síntesis de distintos conceptos hasta poder concretar uno propio durante el desarrollo del trabajo.

Según establecen Flores y Haro (2015) en el siguiente enunciado: “Las tarjetas de crédito son rectángulos plásticos que se utilizan para hacer compras sin portar efectivo, pudiendo hacerse los pagos en uno solo, o en cuotas sobre dinero que financia una entidad bancaria y que será abonado por el titular de la tarjeta cuando le llegue el estado de cuenta”. (Flores, Pilco , & Haro, 2015)

Actualmente las personas tienden más a realizar pagos con el uso de dichas tarjetas en vez de usar efectivo, esto, debido a la seguridad y comodidad de evitar portar cantidades mayores de dinero. En ciertas ocasiones no se cuenta con el dinero suficiente para solventar algún gasto, entonces se recurre a la tarjeta. Es gracias al fortalecimiento y asociación de diversas instituciones financieras con tarjetas de renombre en el mundo, las personas guardan preferencia por las mismas. Estos instrumentos no solo pueden ser utilizados a nivel tanto nacional como mundial con determinados beneficios que las empresas bancarias ofrezcan

por su uso, sin embargo, es prudente señalar que se debe tomar un momento para leer a detalle las cláusulas que traen consigo una vez se adquirieran las tarjetas, pues se han visto muchos casos al respecto de personas que desconocen los beneficios que estas poseen.

Ahora que se conocen las ventajas de hacer uso de las tarjetas de crédito, es prudente que la tarjeta de crédito es un medio de pago que permite a su titular realizar compras o sacar dinero, con financiación gratuita hasta de un mes. Se puede utilizar, tanto en establecimiento comerciales a nivel nacional como en el extranjero y disponer de efectivo en cajeros automáticos.” (Bahilo Marcos & Pérez Bravo, 2017, pág. 188)

Son las tarjetas que indican que al titular de esta le ha sido otorgada una línea de crédito. Permite al titular realizar compras y/o extraer efectivo hasta un límite previamente acordado. El crédito otorgado se puede liquidar en su totalidad al finalizar un período determinado o se puede liquidar en forma parcial, quedando el saldo como crédito extendido. (Banco Central de Reserva del Perú, s.f)

### **3.3. Garantías en el derecho al consumidor:**

Quien solicita un servicio o está dispuesto a adquirir ciertos productos con beneficios está en su derecho de manifestar exigencia con la empresa implicada. Dicha empresa o institución se encuentra en la obligación de cumplir con ciertas normativas y estipulaciones que aseguren la comodidad y satisfacción del individuo consumidor. Estableciéndose a continuación tres tipos, de los cuales se hará un breve análisis a partir de conceptos explicando en qué consisten y los beneficios que traen consigo.

### **3.3.1. Garantía legal:**

Cuando determinados productos o servicios son ofrecidos en el área mercantil, las empresas que los vendan se encuentran en la posibilidad de proponer de manera libre las características, términos, restricciones o requisitos para adquirir dicho producto. No obstante, esta posibilidad no puede ser indiferente o ir en contra de acciones o leyes imperativas de carácter obligatorio.

Estas leyes no contemplan limitaciones en cuanto a sectores de productos o servicios respecta, puesto que su alcance se ve definido por carácter legal y judicial, mismas limitaciones que obligan a la empresa a cumplir necesariamente.

En cuanto a los servicios financieros y en relación al tema objetivo de la presente investigación, se tienen los denominados “Reglamentos de Tarjetas de Crédito y de Débito”, los cuales indican que, al utilizar tarjetas de crédito, deberá exigirse a las empresas corroboren la identidad y firma correspondientes al cliente, esto con el propósito de ejecutar un correcto o adecuado proceso de compra y venta además de prevenir el delito de fraude por parte de terceras personas que se hagan pasar por el usuario tratado.

Tal como se expuso en el párrafo anterior, al tratarse de la prestación de un servicio o la adquisición de un producto por medio del comercio, es un hecho que deban establecerse condiciones mediante regulación específica, mismas que deberán cumplirse incluso cuando el establecimiento implicado no haya estipulado dichas medidas, puesto que el mismo tampoco se encuentra con la facultad de ir contra una acción legal como esta. Es entonces que se llega a la conjetura de que toda compañía relacionada a la prestación o adquisición de servicios o productos respectivamente está en la obligación y más que eso el deber de tener conocimiento sobre las garantías legales que mejor se ejecuten a su sector

socioeconómico específico y las actividades a las que se dedique como a los productos con los cuales genere las ventas deseadas.

### **3.3.2. Garantía explícita**

Este tipo de garantía puede suscitarse a través de tres modalidades, las cuales se irán explicando conforme se desarrolle el punto presente en la investigación. El primero consiste en un acuerdo entre la empresa y quien está a punto de consumir el producto o contratar el servicio requerido. El segundo implica la expresión escrita a través de publicidad visual, etiquetas o inscripciones en ciertos anuncios e inclusive figurando en las transcripciones plasmadas en un recibo o comprobantes de pago que registren la evidencia de un encargo u ofrecimiento evidente para con los consumidores.

En cuanto a la tercera modalidad, se tiene lo ofrecido mediante el diálogo o promoción verbal por parte de un representante o ponente de la empresa implicada previo a la venta o la contratación del producto o servicio, incluso cuando resulte complicado que el usuario acredite dicha garantía.

Ahora bien, si se trata de calidad de productos, una apreciación puntuada es precisada por Bellido (2018) en su tesis titulada: *“La idoneidad en las tarjetas de crédito: a propósito de las denuncias ante los órganos competentes de Indecopi durante los años 2013-2015”*, donde indica lo siguiente: “Es necesario tomar en cuenta que cuando no exista una ley que determine el nivel de calidad que debe tener un producto o servicio, el proveedor puede ofrecer uno de inferior calidad a la que usualmente es ofrecida, siempre y cuando informe al consumidor aquellas limitancias o características de menor calidad que se está ofreciendo a efectos de que el consumidor”. (p. 102)



Así bien, puede conjeturarse que las garantías explícitas surgen gracias a un acuerdo o por una expresión por parte de la empresa, ejemplo de ello, lo anteriormente mencionado sobre las inscripciones textuales o las afirmaciones escritas en una valla publicitaria como también lo expuesto por un proveedor de manera verbal en una fase previa a la adquisición del servicio o producto solicitados y que ponga en evidencia dicha contratación.

“(...) una garantía es explícita cuando se deriva de los términos y condiciones expresamente ofrecidos por el proveedor al consumidor en el contrato, en el etiquetado del producto, en la publicidad, en el comprobante de pago o cualquier otro medio por el que se pruebe específicamente lo ofrecido al consumidor. Una garantía explícita no puede ser desplazada por una garantía implícita”. (p. 103).

Esta garantía indica que la responsabilidad por parte de un vendedor hacia el usuario o cliente dispuesto a consumir puede otorgarse de forma manuscrita usando todo tipo de medio para ello e inclusive de manera verbal siempre y cuando se constate evidencia de dicho consumo. A momento de que se realiza el ofrecimiento de una determinada cualidad del producto por parte del proveedor, este, genera expectativas hacia el consumidor con el objetivo de que estas sean satisfechas de forma adecuada y de la misma en que se le ofreció. Esta garantía puede ser otorgada tanto previa como posteriormente realizada la compra o el contrato de servicios.

En última instancia debe considerarse que el proveedor no está en la posibilidad de pretender realizar una venta en contravención a una garantía legal, puesto que la normativa regula que dichas garantías no pueden ser reemplazadas

por otras de tipo implícita, puesto que esta última es la que establece un vínculo con el proveedor.

### **3.3.3. Garantía implícita:**

Al respecto de este tipo de garantía, se hace mención con respecto a las anteriores tratadas en el presente desarrollo del trabajo, mismas que regulan el carácter obligatorio de cumplir con específicos requisitos cuando estos son exigidos por la ley, si se diera el caso de que dichas estipulaciones se vieran ignoradas por parte del proveedor, se estaría violando la denominada idoneidad. La garantía implícita ocurre cuando no se percibe evidencia alguna de las dos previamente tratadas, esto quiere decir que no existe una normativa que implique la obligación de ofrecer un producto específico al cliente el cual cree una expectativa. Con esto planteado, puede entenderse esta garantía por una de tipo residual, puesto que los requisitos, condiciones o estipulaciones del producto o servicio inherentes a ella serán aplicados siempre y cuando se dé la ausencia de un recurso legal o la manifestación de voluntad por parte del proveedor.

Teniéndose entonces lo expresado por el Tribunal del INDECOPI, el cual hace referencia a la funcionalidad de cada elemento implicado en la compra, venta o contratación de productos y servicios: “En particular, la garantía implícita es la obligación del proveedor de responder por el bien o servicio en caso no resultara idóneo para satisfacer las expectativas de los consumidores razonables. En otros términos, es implícita cuando, ante el silencio del proveedor o del contrato, se entiende que el producto o servicio debe cumplir con los fines y usos previsibles para los que han sido adquiridos por el consumidor, quien actúa con diligencia ordinaria considerando, entre otros aspectos, los usos y costumbres en el mercado”. (INDECOPI, 2011)

Con lo tratado previamente, se puede determinar una conjetura a través de la cita siguiente, haciendo mención nuevamente a Bellido (2018) en su obra titulada: *“La idoneidad en las tarjetas de crédito: a propósito de las denuncias ante los órganos competentes de Indecopi durante los años 2013-2015”* donde se indica el carácter poco obligatorio de la garantía tratada y a modo de síntesis, se pretende concretar la esencia de dicha clase de garantía. Teniéndose entonces lo siguiente: “En efecto, una garantía es implícita cuando no resulta de obligatorio cumplimiento en virtud a una norma ni es ofrecido o pactado por el proveedor, pero, resulta evidente o debe resultar evidente en relación con las características, condiciones o términos exigibles sobre el producto o servicio materia de adquisición, tanto para el proveedor como para el consumidor”. (p. 107)

Este tipo de garantía se caracteriza por no partir de la imposición normativa ni lo ofrecido de manera expresa por parte del proveedor. No obstante, es por la costumbre y la utilización constante que termina siendo explícito el hecho de que tanto las características como las estipulaciones se ven en la necesidad de ser entregadas al cliente consumidor.

### **3.4. Tipos de garantías en tarjetas de crédito:**

Para que se pueda gozar de una cómoda y adecuada forma de solventar gastos, se utilizarán las denominadas tarjetas de crédito, puesto que como se mencionó previamente, las mismas tienen ventajas tanto en comodidad de transporte como de poseer mayores medidas de seguridad y protección para evitar los siniestros tales como el robo o delitos de fraude.

Por otro lado, se tiene que, para dichas tarjetas se establecen medidas en las cuales se dé certeza de que puedan usarse correctamente a su vez que se aprovechen de forma óptima los beneficios que trae consigo dicha forma de pago.

Para esto, se toma en cuenta lo establecido en el Artículo 86 por el *Código de Protección y Defensa del Consumidor*, donde se hace mención de los derechos que poseen los consumidores en relación a los pagos a efectuar con crédito, teniéndose entonces lo siguiente: “Los consumidores tienen derecho, en toda operación de crédito a plazos bajo el sistema de cuotas o similares, a efectuar el pago anticipado o prepago de los saldos, 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”. (p. 36)

Si en este punto de la investigación se trata acerca de un método de pago a base de créditos, entonces puede señalarse la existencia de un sistema mercantil del mismo tipo monetario, cuya estructura se ve definida por el “comportamiento estratégico” inmediato de instituciones partícipes. La táctica de competición viene a crearse a partir de un contexto caracterizado por barreras que impidan el ingreso de nuevas competencias además de la amenaza de productos posiblemente fáciles de reemplazar por los denominados “sustitutos”, el peso de los negociadores, prestamistas y agentes depositantes, y por último el antagonismo presente entre las competencias actuales.

En conjunto, los aspectos mencionados previamente (de acuerdo al entorno y el plan de estrategia) definen qué tan reñida estará la competencia y por ende regulan al ras la cantidad monetaria de tasas de interés.

Ejemplificando, se tiene un sistema mercantil en el cual destaca la presencia de barreras que impiden el ingreso de posibles competencias, por ende, es de rescatar de esto la estrategia consistente en que las instituciones que se vean

implicadas en la competencia se repartan el mercado para cobrar mayor cantidad de intereses. Las características propias de cada contexto basarán su dependencia en factores legales y estructurales, los cuales consisten en requerimientos de patrimonio elevado o la evidente prohibición del ingreso de entidades anexas y las imperfecciones mercantiles a causa de la desinformación, respectivamente.

Si se habla de garantías, evidentemente se habla también de derechos, los cuales se vieron reformados para los usuarios de tarjetas de crédito en el El Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito y en El Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero. Dichas legislaciones se modificaron debido a la aprobación de la Superintendencia de Banca y Seguros junto con las Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, las cuales a través de la Resolución SBS N° 652-2016, estipularon, entre diversos puntos, la regulación de disposiciones

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS Y RESULTADOS

Análisis de la necesidad de generar una regulación específica fundamentada en la base de la satisfacción del consumidor como garantía constitucional.

El análisis al que se refiere este capítulo está orientado por el objetivo específico final que conlleva a la determinación de aquellas razones que muestren la necesidad de que se establezcan regulaciones específicas basadas en la satisfacción del consumidor como elemento del reconocimiento o ejecución de las garantías constitucionales que la amparan; por lo mismo es que se ha tenido en cuenta la información base de la recopilación estadística obtenida de los anuarios estadísticos publicados en portal web del INDECOPI.

Además de dicha información se ha tenido en consideración el planteamiento que corresponde a la recopilación de la opinión de los operadores jurídicos que se ocupan de este tipo de casos, con el fin de observar primero el nivel de conocimiento sobre el tema y luego verificar cuan apropiada es la postura planteada desde su perspectiva de aceptación o no, en función de la experiencia jurídica que han desarrollado, ello con el fin de ubicar el apoyo para el razonamiento de la propuesta.

#### **4.1. Análisis de los resultados:**

Para la recopilación de los resultados se ha tenido en cuenta el uso de la técnica de análisis documental para el caso de la comprensión y toma de información que le corresponde a los resultados estadísticos y para lo que es la recopilación de la opinión de los operadores jurídicos, se ha planteado la aplicación de una encuesta que se dio de manera directa bajo el criterio de conveniencia a fin de aplicarlo a la cantidad de 50 individuos.

#### 4.1.1. Resultados del análisis estadístico.

Para la construcción de esta sección del capítulo de los resultados se ha tenido que recurrir a las publicaciones que realiza el INDECOPI como son los Anuarios Estadísticos, en los que se registran los reclamamos ingresados durante los periodos anuales que ha tenido a su cargo esta institución para verificar las denuncias sobre el tema que interesa a esta investigación, esto es las tarjetas de crédito; así se tiene pues la siguiente tabla:

Incidencia de los reclamos presentados ante INDECOPI por el caso de tarjetas de crédito durante el año 2019		
PRODUCTO	MES	CANTIDAD
Tarjeta de Crédito	ENERO	1078
	FEBRERO	952
	MARZO	1150
	ABRIL	1098
	MAYO	1182
	JUNIO	1141
	JULIO	1220
	AGOSTO	1193
	SETIEMBRE	1161
	OCTUBRE	1205
	NOVIEMBRE	1550

	DICIEMBRE	1493
<b>TOTAL</b>		<b>14423</b>

**Tabla 1: Reclamos ante INDECOPI- 2019- Tarjetas de Crédito.**

**FUENTE: Anuario Estadístico del INDECOPI 2019**

Conforme se puede apreciar, la incidencia de los reclamos concernientes a las tarjetas de crédito presentados ante el INDECOPI, tienen un número elevado de ingresos para su atención, lo cual permite el razonamiento de que existe la necesidad de prestar mayor atención a la ejecución de este producto, principalmente en lo que se refiere a la configuración de sus alcances y el carácter de idoneidad que le corresponde.

Para tener una mayor ilustración de lo que concierne a la cantidad de casos presentados ante el INDECOPI sobre este tema en particular, debe recopilarse la información específica que señala al total de los reclamos presentados, para lo cual se ha tomado otros datos que se muestran a continuación:

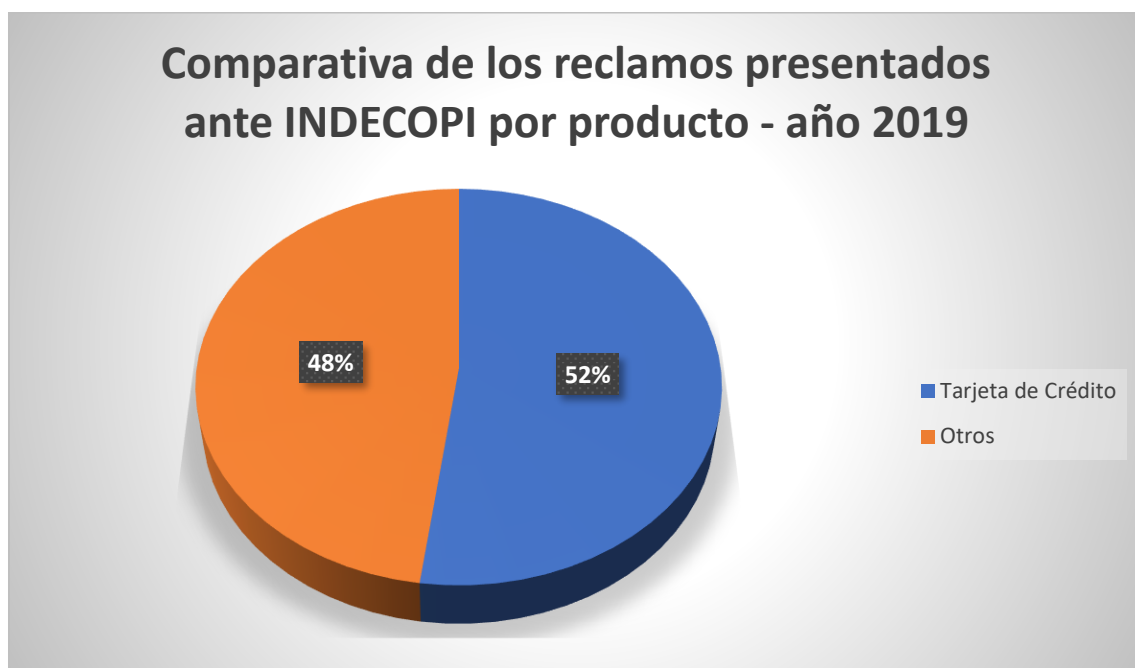
<b>Comparativa de los reclamos ingresados en el año 2019 ante INDECOPI</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD DE RECLAMOS</b>
Tarjeta de crédito	14 423
Otros	13221

Fuente: Anuario Estadístico del INDECOPI 2019

Vistas las cantidades de ingresos haciendo la comparativa entre los reclamos por tarjetas de crédito y otro tipo de productos, se puede verificar que la cifra es realmente importante en cuanto a lo que se refiere a un solo producto frente a los otros sobre los que se reclama, entre los cuales se puede advertir más



de 9 categorías, como son: préstamos personal, crédito de consumo, tarjeta de débito, cuenta de ahorros, crédito hipotecario, cuenta de haberes, cuenta corriente, refinanciamiento y otros; entonces resulta apropiado sobre ello hacer un gráfico que muestre la verdadera diferencia.



*Ilustración 1: Gráfico porcentual de reclamos- INDECOPI-2019*

**Nota: Elaboración propia.**

Según lo que se grafica en razón a los porcentajes, se puede reconocer que en efecto la cantidad de reclamos por el producto tarjeta de crédito que se han presentado durante el año 2019 ante INDECOPI, supera la mitad del total de productos que generan insatisfacción en los consumidores; advirtiéndose de ello la necesidad de que dicha institución se ocupe de manera especial respecto a la verificación o control de las actividades sobre este tipo de producto.

Además de la verificación de las cantidades de reclamos ingresados, debe constatarse las cifras que muestran los resultados de las acciones que le corresponden al INDECOPI, para actuar de oficio, esto es cuando acuden a las

instituciones con el fin de observar el cumplimiento de las reglas que garantizan la protección del consumidor, que para el caso estudiado en esta investigación corresponderá a la idoneidad del producto conocido como tarjeta de crédito.

Consolidado de las cifras sanciones en razón de fiscalización de INDECOPI durante el año 2019		
Acción de Fiscalización	Mes	Cantidad
<b>Sanciones</b>	Enero	93
	Febrero	111
	Marzo	98
	Abril	118
	Mayo	159
	Junio	71
	Julio	76
	Agosto	80
	Setiembre	92
	Octubre	67
	Noviembre	75
	Diciembre	28
Total		1068

*Tabla 2: Sanciones por fiscalización- INDECOPI-2019*

**Fuente: Anuario Estadístico del INDECOPI 2019**

Como se puede apreciar del cuadro, la cantidad de registros que se ingresan como denuncias en base al resultado de las labores de fiscalización que le corresponde como acción de oficio al INDECOPI, representan cantidades ínfimas comparadas con las que se indican por los reclamos; esto conlleva al razonamiento de que se pierde la relación entre la realidad advertida por las características de idoneidad que afectan a los usuarios y que por ende conllevan a un reclamo, respecto de lo que el propio INDECOPI reconoce al fiscalizar; tal diferencia significa de que la verificación no estaría comprendiendo de forma adecuada el carácter de idoneidad que debe cubrir a este tipo de producto, ello al colegirse con la ausencia de regulación específica para el análisis o evaluación de la realidad por parte de la inspección, trae como consecuencia una directa afectación al consumidor.

#### **4.1.2. Resultados de la opinión de operadores jurídicos.**

Tal cual se ha reseñado al inicio de este capítulo, la intención de tomar la opinión de los operadores jurídicos sobre el tema de reclamaciones por parte de la ciudadanía respecto al producto conocido como tarjetas de crédito es verificar el nivel de conocimiento que se tiene sobre el tema, así como también reconocer el nivel de aceptación que corresponde a la postura planteada en razón de la necesidad de incorporar reglas específicas sobre la idoneidad de las tarjetas de crédito.

Desde luego esta postura se plantea sobre la base de que la protección al consumidor debe tener en consideración el nivel de satisfacción de la población quejosa, así pues según se ha demostrado, tal indicador es lo suficientemente alto

como para que se preste la atención debida; por ello se muestra el resultado de la encuesta a continuación:

Tabla 3: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 1.

---

**1. La idoneidad está compuesta por características específicas respecto de un determinado producto o servicio a fin de que cumpla con la satisfacción del usuario.**

---

<b>Alternativa</b>	<b>Resultados</b>
a. De acuerdo	<b>46</b>
b. En desacuerdo	<b>04</b>
c. No opina	<b>00</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>

---

**Lectura:** de acuerdo a la tabulación realizada en razón de los resultados obtenidos por la aplicación de la encuesta en lo que corresponde a la afirmación:

1. La idoneidad está compuesta por características específicas respecto de un determinado producto o servicio a fin de que cumpla con la satisfacción del usuario; se puede verificar que la cantidad de 46 sujetos están de acuerdo con el concepto que se plantea para la idoneidad, entre tanto que sólo 4 de los encuestados manifiestan no estar de acuerdo.

*Ilustración : Gráfica de los porcentajes que equivalen a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 1.*

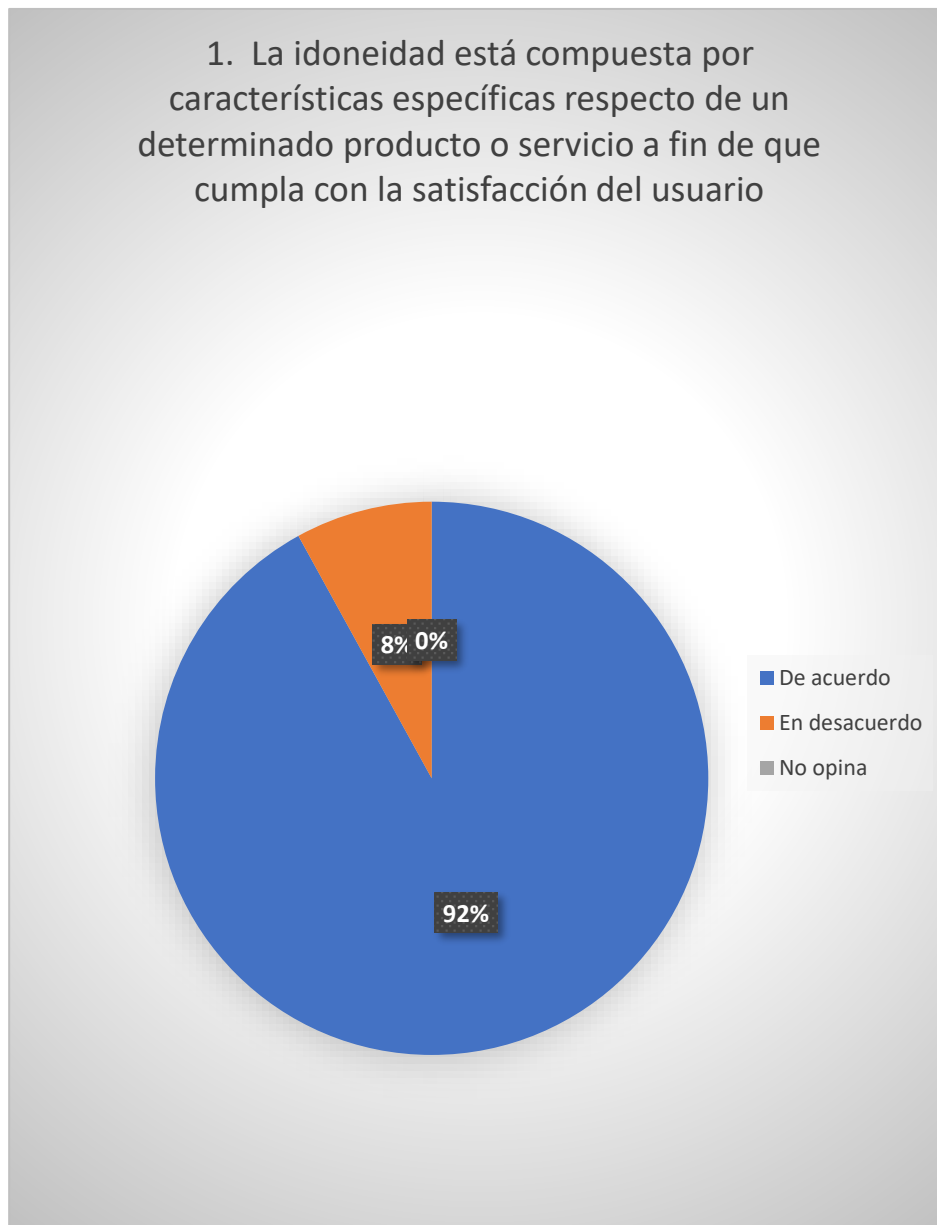


Tabla 4: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 2.

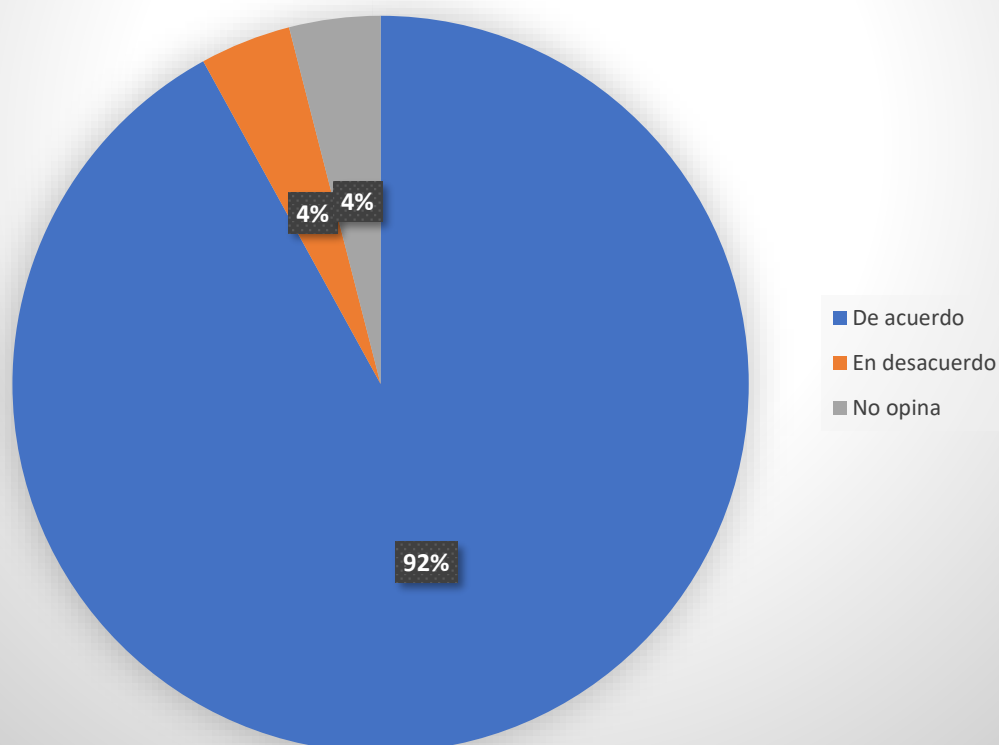
**2. El producto tarjetas de crédito, adolece de un problema respecto a la ausencia de información transparente, denotándose asimetría entre lo que se ofrece y lo que realmente se obtiene por parte del consumidor, características que muestran distorsión de la idoneidad que deben cumplir**

<b>Alternativa</b>	<b>Resultados</b>
a. De acuerdo	<b>46</b>
b. En desacuerdo	<b>02</b>
c. No opina	<b>02</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>

**Lectura:** conforme se puede observar en la tabulación de los resultados de la encuesta aplicada a los operadores jurídicos, respecto a la afirmación: El producto tarjetas de crédito, adolece de un problema respecto a la ausencia de información transparente, denotándose asimetría entre lo que se ofrece y lo que realmente se obtiene por parte del consumidor, características que muestran distorsión de la idoneidad que deben cumplir; se verifica la cantidad de 46 sujetos que indican estar de acuerdo con la crítica establecida sobre el caso de las tarjetas de crédito, entre tanto que 2 de los encuestados están en desacuerdo y otros 2 no han opinado al respecto.

Ilustración 2: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 2.

**2. El producto tarjetas de crédito, adolece de un problema respecto a la ausencia de información transparente, denotándose asimetría entre lo que se ofrece y lo que realmente se obtiene por parte del consumidor, características que muestran distorsión de**





*Tabla 5: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 3.*

3. Hace falta incorporar parámetros específicos para la calificación de la idoneidad respecto al producto tarjeta de crédito, a fin de garantizar la protección al consumidor.

---

<b>Alternativa</b>	<b>Resultados</b>
a. De acuerdo	<b>47</b>
b. En desacuerdo	<b>03</b>
c. No opina	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>

---

**Lectura:** De acuerdo a lo marcado por la tabulación de los resultados sobre la encuesta aplicada respecto a la afirmación: Hace falta incorporar parámetros específicos para la calificación de la idoneidad respecto al producto tarjeta de crédito, a fin de garantizar la protección al consumidor; es posible observar que 47 individuos han indicado que están de acuerdo con la propuesta señalada, mientras que 3 de los operadores jurídicos encuestados se muestran en desacuerdo.

Ilustración 3: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 3.

**3. Hace falta incorporar parámetros específicos para la calificación de la idoneidad respecto al producto tarjeta de crédito, a fin de garantizar la protección al consumidor.**

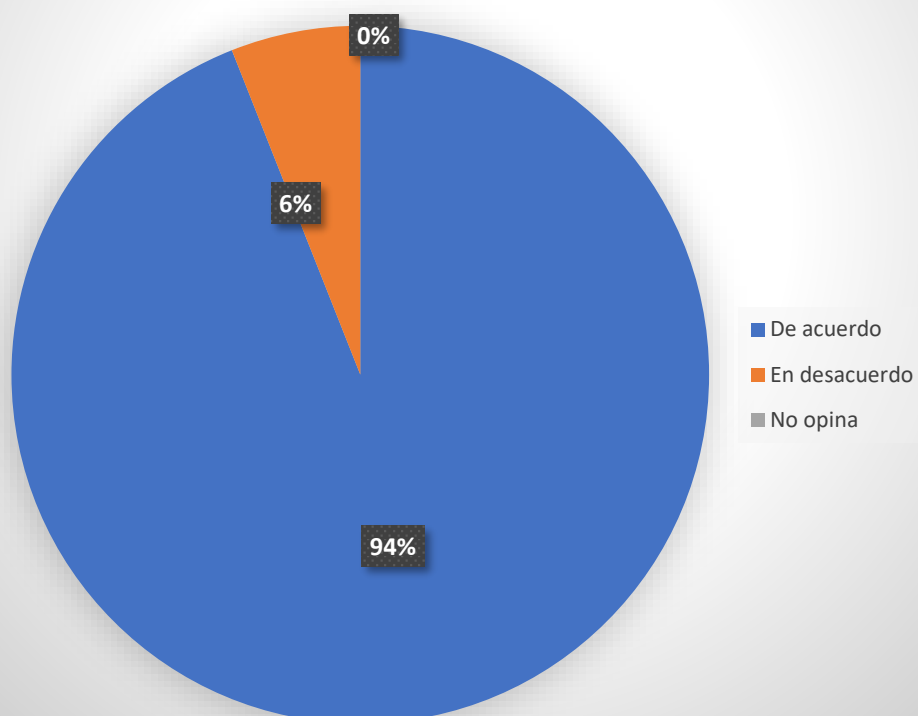


Tabla 6: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 4.

---

**4. La normativa constitucional incorpora garantías para la correcta ejecución de los derechos, en ese plano la protección al consumidor obedece al control de las actividades económicas.**

---

<b>Alternativa</b>	<b>Resultados</b>
a. De acuerdo	<b>26</b>
b. En Desacuerdo	<b>20</b>
c. No Opina	<b>04</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>

---

Lectura: según lo determinado en la tabulación de los resultados para la encuesta aplicada a los operadores jurídicos, respecto a la afirmación: 4. La normativa constitucional incorpora garantías para la correcta ejecución de los derechos, en ese plano la protección al consumidor obedece al control de las actividades económicas; se puede apreciar una suerte de opinión dividida, puesto que 26 sujetos encuestados indican estar de acuerdo con la definición planteada, mientras que 20 de los encuestados señalan estar en desacuerdo, luego agregado a ello se aprecian los 4 sujetos que prefirieron no señalar posición.

Ilustración 4: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 4.

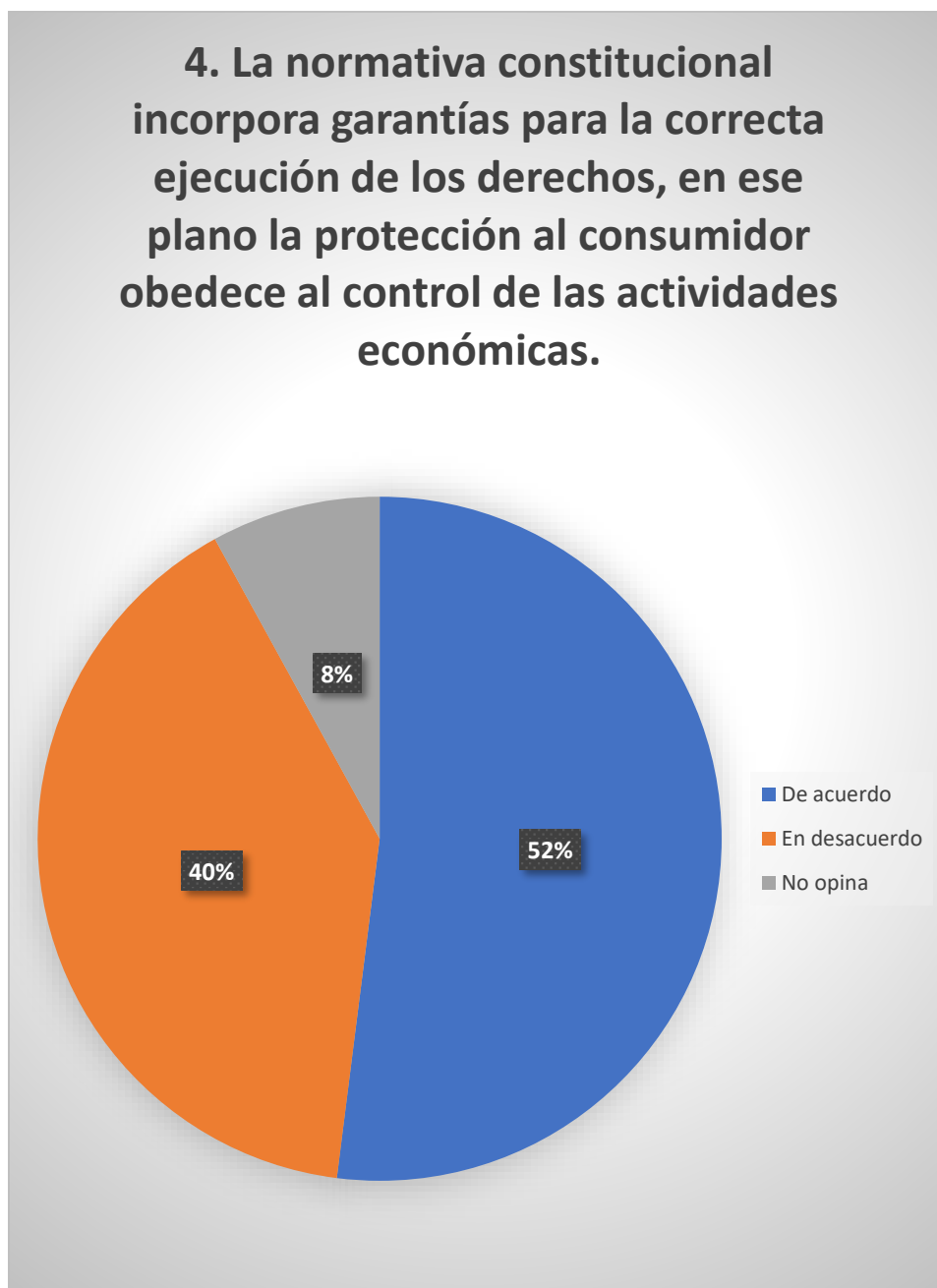


Tabla 7: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 5.

---

5. Se aprecia como inadecuado el enfoque mercantilista que se le da a la estructura de la protección al consumidor basada en la tendencia del libre mercado, generando desequilibrio en las relaciones comerciales

---

<b>Alternativa</b>	<b>Resultados</b>
a. De acuerdo	<b>41</b>
b. En desacuerdo	<b>07</b>
c. No opina	<b>02</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>

---

**Lectura:** De acuerdo a lo mostrado en la tabulación de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los operadores jurídicos respecto a la afirmación: 5. Se aprecia como inadecuado el enfoque mercantilista que se le da a la estructura de la protección al consumidor basada en la tendencia del libre mercado, generando desequilibrio en las relaciones comerciales; se aprecia a la cantidad de 41 individuos que contestaron estar de acuerdo con la crítica, mientras que 7 se muestran en desacuerdo y finalmente 2 de los encuestados no opinan al respecto.

Ilustración 5: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 5.

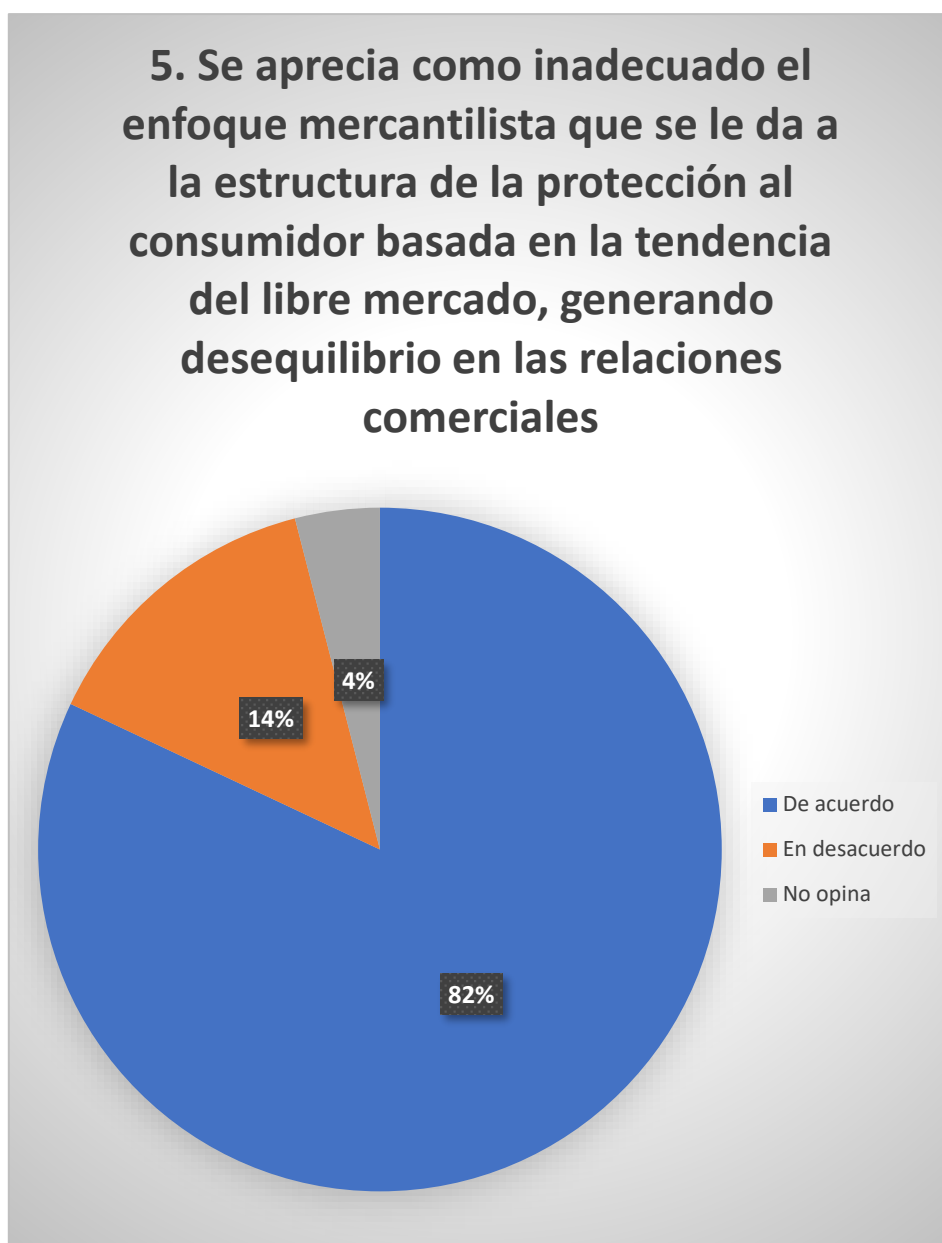


Tabla 8: Tabla de resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 6.

---

**6. La tendencia de la protección al consumidor debe reorientarse para asumir un carácter más tuitivo de los derechos que corresponden a la parte más débil en la relación comercial.**

---

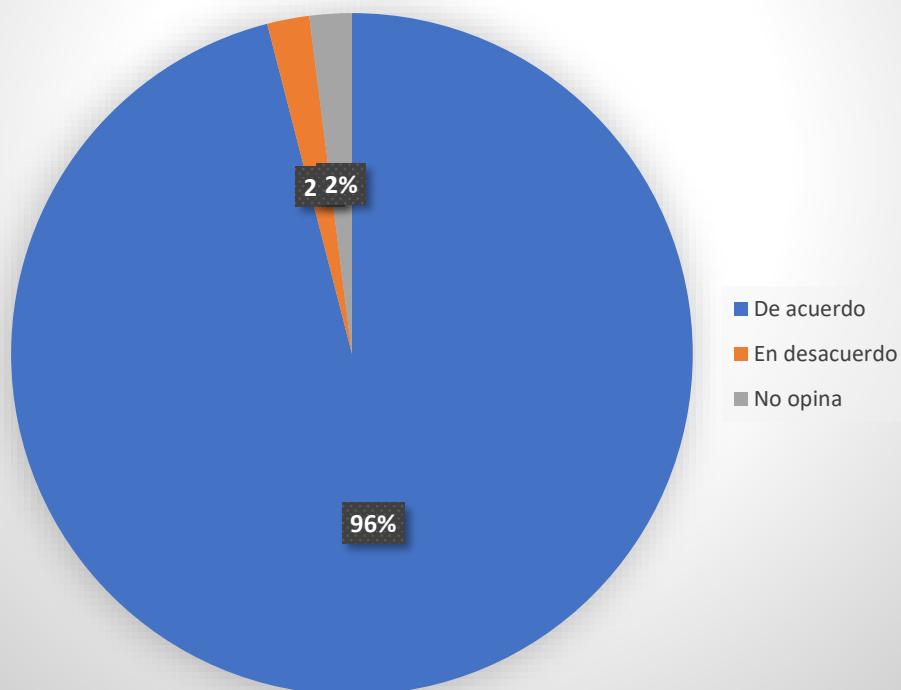
<b>Alternativa</b>	<b>Resultados</b>
a. De acuerdo	<b>48</b>
b. En desacuerdo	<b>01</b>
c. No opina	<b>01</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>

---

**Lectura:** según lo mostrado en la tabulación de los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta sobre la afirmación: La tendencia de la protección al consumidor debe reorientarse para asumir un carácter más tuitivo de los derechos que corresponden a la parte más débil en la relación comercial; es posible verificar un alto nivel de operadores jurídicos que se encuentran de acuerdo con la propuesta presentada por esta investigación, dado que son 48 de 50 los que señalan esta postura, mientras que solo 1 de los encuestados indican no estar de acuerdo y de igual manera solo 1 no opina.

Ilustración 6: Gráfica de los porcentajes equivalentes a resultados obtenidos en la aplicación de encuesta a los operadores jurídicos del Distrito Judicial de Lambayeque, afirmación 6.

**6. La tendencia de la protección al consumidor debe reorientarse para asumir un carácter más tuitivo de los derechos que corresponden a la parte más débil en la relación comercial.**





## CAPÍTULO V

### CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

El contenido de este capítulo se orienta hacia la comprensión de la realidad sobre el tema y utilizarla luego para poder verificar si es que la hipótesis inicial se logra demostrar tal cual su diseño, atendiendo a la idea de que se construyó bajo los conocimientos superficiales y previos a la investigación; por lo mismo que esta sección de la tesis se ocupa de gestionar la información a través de tres fases, la primera que se contiene en la Discusión de los resultados, en la que se tiene en cuenta el contenido de cada una de las metas de la investigación, esto es los objetivos específicos con el fin de realizar una construcción crítica sobre ello.

Luego en base a los resultados de toda la construcción crítica sobre los objetivos específicos se plantea una postura de parte del investigador, con lo cual se asume la posición específica bajo el carácter científico que otorga el análisis jurídico; seguidamente en base a estos resultados se inicia la construcción de la Validación de las variables, en la cual se incorporan las tomas de postura a fin de reconocer si en base a ello las variables iniciales se alcanzan a corroborar, cuyo resultado se convierten en las nuevas variables con el asiento científico que corresponde a esta investigación.

Finalmente con los resultados de la validación se ha construido una nueva hipótesis, a la que se le otorga el carácter de conclusiva, la misma que se compara con la inicial a fin de establecer la contrastación de la hipótesis propiamente dicha, resultado del cual se puede corroborar la necesidad de un planteamiento específico que le ha de corresponder a la idoneidad del producto tarjetas de crédito.

## 5.1. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a lo marcado por la estructura de la investigación, corresponde atender de manera crítica a los contenidos que se han trasladado tanto teórica como analíticamente respecto a las metas señaladas de manera específica para la tesis, así, el nivel de comprensión permitió generar ciertas determinaciones que hacen las veces de las tomas de postura que adopta el investigador.

### 5.1.1. Discusión sobre el objetivo: “Desarrollar doctrinariamente la naturaleza jurídica de la protección al consumidor en el ordenamiento jurídico”

¿Cuál es el concepto más adecuado para determinar la protección al consumidor?

Teniendo en cuenta que el consumo corresponde a una actividad del ser humano como parte de una sociedad, debe asumirse dentro del marco de garantías que la estructura estatal ofrece al ciudadano, esto es aquellas directrices que se ocupan de establecer en el ordenamiento constitucional, los lineamientos de acción por parte del Estado a fin de controlar la correcta ejecución de sus derechos.

Luego en lo que se refiere a la estructura económica del Estado, se organiza un esquema que orienta el desarrollo de dicha actividad en la que se compromete tanto las condiciones que impulsan los movimientos del mercado por la parte estatal así como la privada, siendo además un elemento trascendental la garantía al propio consumo, como es el caso la intervención de estas acciones con el fin de controlar la posible ejecución de arbitrariedades que conlleven a la desvirtuación del principio de igualdad ante la Ley.

Sobre estos lineamientos, atendiendo a las condiciones del libre mercado que caracteriza a la normatividad antes descrita, se reconoce también a la protección del consumidor bajo lo que supone como la proyección del equilibrio en el desarrollo de la actividad comercial, es así como nace este concepto que se orienta a establecer reglas que permitan dicho control; es precisamente sobre la existencia de tales reglas inspiradas en las directrices constitucionales, que se desarrolla la discusión de esta tesis.

¿Qué comprende el alcance de protección al consumidor en el ordenamiento jurídico?

Cuando se trata del ámbito de protección antes explicado, se debe reconocer hasta tres momentos de la intervención por parte del Estado, siendo el primero aquel espacio lógico jurídico que le corresponde a la construcción de la normativa, esto es que deben preverse las circunstancias sobre las cuales se puedan dar las condiciones desfavorables para la actividad de parte del consumidor de los productos o servicios que se ofrecen en el mercado; esto es que, para el caso de las condiciones respecto a las tarjetas de crédito, deberán revisarse tales reglas a fin de reconocer su eficacia.

La estructura legislativa que se supone debe existir de manera previa, tendrá que garantizar la posibilidad de que se incorporen reglas, instrumentos o mecanismos ante la detección de la presencia de cambios irregulares en la realidad del consumo; esto es, que el carácter dinámico del derecho debe formar parte de la característica de estas reglas, solo así se podrá asegurar la atención de circunstancias específicas surgidas durante el consumo; siendo además importante que el uso de estos mecanismos sean de responsabilidad de las propias entidades

prestadoras del servicio o producto a fin de que se puedan moldear las condiciones del mismo.

La protección que

¿Qué debe contemplar la estructura legislativa de la protección al consumidor sobre su satisfacción?

Conforme se ha desarrollado en función a la naturaleza jurídica de la protección al consumidor, se debe entender que la legislación referida a este tipo de intervención por parte del Estado, debe cumplir un fin, pues la satisfacción a la que se refiere, podrá denotarse en razón de la cobertura de todos los aspectos que se ocupan de la condición de idoneidad de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado; tanto es así que, la forma en que se describen estas condiciones se proyectarán en las acciones de parte de la empresa que brinda este tipo de productos o servicios, valga decir que el control requiere de un análisis específico, que si bien la regla no podrá acudir a cada circunstancia específica, el elemento que se recogido como idoneidad, debe estar puntualmente establecido a fin de que se logren los efectos positivos necesarios.

**TOMA DE POSTURA:**

La connotación de la actividad económica que se desarrolla en un determinado Estado conlleva a la necesidad de que se exija la intervención controladora de dichas acciones a fin de otorgar seguridad jurídica a través del ordenamiento legal, por ello respecto al consumo mercantil se entiende operará la fiscalización de la manera en que se ejecuta dicha actividad, procurando que el ámbito de protección que señala la naturaleza jurídica que garantiza la satisfacción

del consumidor, se ocupe de los espacios previos a la ejecución como lo es la estructuración del ordenamiento jurídico, durante la ejecución que corresponde a la finalidad de la protección al consumidor y posterior en lo que se refiere a los efectos.

**5.1.2. Discusión sobre el objetivo: “Estudiar la idoneidad de los productos y su relación con la ausencia de medidas eficaces para garantizarla respecto al producto tarjetas de crédito”.**

¿Cuál es la finalidad del concepto de idoneidad?

Las cualidades del control respecto a la actividad comercial, implica la presencia de elementos como son las partes y los objetos, en ese sentido al referirse a las partes que intervienen siempre habrá de recurrirse a la comprensión de una de ellas como el elemento más débil en la relación que se instaura para la transacción comercial.

Esa percepción es la que fundamenta el sentido proteccionista que se le otorga al consumidor en la verificación de las transacciones comerciales, es por ello que la actividad de control se enfoca hacia la satisfacción que opera respecto a la adquisición del bien o servicio que se encuentra disponible en el mercado.

El inicio de la relación comercial supone la presencia del objeto de la transacción, puesto en el mercado para que sea disponible al consumidor que requiera satisfacer cierta necesidad, a este nivel se entiende que el ofertante tiene por responsabilidad dar el sentido específico de conformidad de las características

del bien, asumiendo esto último como la finalidad de lo que se comprende bajo del concepto de idoneidad.

¿Qué función cumple la idoneidad en el ordenamiento jurídico?

Habiendo reconocido el concepto más cercano sobre la idoneidad relacionada con su fin, se puede advertir que tal característica señalada como la conformidad del proveedor, permitirá al ordenamiento jurídico, primero el reconocimiento de la responsabilidad en razón de las incongruencias que operan sobre lo que se ofrece respecto a lo que se recibe como bien o servicio.

Tal reconocimiento previo, es lo que conlleva a la determinación de las acciones que corresponde al Estado a fin de que se sancione adecuadamente esta falta de coherencia entre la conformidad previa y las verdaderas características del bien que son las causantes de la insatisfacción del consumidor, recordando que esta es la base la finalidad del carácter proteccionista que le otorga el Estado a través del control de las relaciones comerciales.

¿Qué relaciona a la idoneidad con la actuación del Estado bajo la acción de control?

Teniendo en cuenta que la acción de control del Estado se basa en la creación de las políticas públicas que parten de la identificación del problema social para que en base a sus características se generen las estrategias específicas que permitan dirigir o conducir las acciones a fin de solucionar el problema; para el caso de la actividad comercial que se presenta en la actividad comercial, sin duda alguna se ha tenido en cuenta la evolución de las transacciones que se han generado en dicho entorno.

El avance la tecnología y los primeros atisbos de la globalización sugirieron al esquema estatal la creación de estrategias que permitan el control de las principales características de la actividad comercial; para el caso específico de lo que corresponde a la relación entre proveedor y consumidor, se incorporó al ordenamiento la regulación de protección al consumidor como elemento más débil de dicha relación.

Es en función a esta regulación que surge el órgano de control que para este caso tienen la nominación de INDECOPI, ente que se encarga de la verificación y fiscalización de la actividad comercial a fin de aplicar los correctivos que restauren dicha relación; es en función a ello que se reconoce el vínculo de la intervención del Estado y la idoneidad como característica específica que se ha de advertir en primer término para el reconocimiento de la responsabilidad del proveedor.

¿Qué medidas deben comprenderse como garantizadoras de la idoneidad en razón de los productos y servicios y a quien corresponde tomarlas?

La actividad comercial supone la existencia de un objeto materia de la transacción, el mismo que en su composición debe incorporar características específicas que permitan lograr su finalidad en el comercio, la misma que tiene relación directa con la satisfacción del consumidor, secuencia que debe cumplirse con el fin de adquirir la verosimilitud de la actividad comercial, o como se señalaba en el concepto inicial de la idoneidad, para evitar la corrupción dentro de este tipo de actividades.

En ese sentido se advierte la exigencia de que dicho objeto de la transacción deba reunir las condiciones de manera previa, siendo así, quien ofrece

el producto o servicio, esto es el proveedor, tendrá a su cargo la adopción de las medidas pertinentes a fin de que esta característica se cumpla de manera adecuada y la relación comercial no se corrompa. Esto implica el sentido de la protección que se encuentra de manera previa a la propia transacción, cuya ausencia es lo que permite reconocer la responsabilidad del proveedor respecto a su incumplimiento, atentando contra el carácter proteccionista del consumidor.

¿existen medidas de control sobre la idoneidad del producto tarjeta de crédito?

De acuerdo a la verificación de la estructura normativa, la existencia del control de idoneidad, tal cual se ha mostrado esquemáticamente en los cuestionamientos anteriores, existe de manera general, lo cual conlleva al razonamiento de que la atención de este control se produce de la misma manera para todos los niveles y productos o servicios, en ese sentido la crítica directa respecto a dicho control, será la ausencia de especificación o la falta de control específico que le corresponderá al ente de control a través de la fiscalización de oficio.

Es precisamente la ausencia advertida sobre la especificación del control de idoneidad respecto al producto tarjeta de crédito, se enmarca la toma de postura de este objetivo específico, proyectando la revisión de la estructura normativa que se ocupa de este tipo de transacción comercial, a fin de reconocer los elementos que estuvieran haciendo falta contemplar o las medidas fuera del ordenamiento que deben tomarse.

**TOMA DE POSTURA:**



En el desarrollo de las actividades comerciales existe la necesidad de proteger a sus intervinientes, en este sentido se procura la protección del que sería el sector más débil, es este caso los consumidores, por lo que el Estado cumple un rol vigilante ante alguna falencia en el devenir de estas actividades de tal manera que pueda advertir la ausencia de conformidad entre lo que se espera y lo que realmente reciben los consumidores, hechos que pondrían en evidencia una vulneración de sus derechos por lo tanto el estado en su carácter tuitivo crea los mecanismos que ayuden a regular estas actividades, mediante un control, fiscalización y sanción de las mismas, buscando así el equilibrio en el mercado.

**5.1.3. Discusión sobre el objetivo: “Analizar la necesidad de generar una regulación específica fundamentada en la base de la satisfacción del consumidor como garantía constitucional”.**

En función al desarrollo del análisis realizado con base en los resultados que se obtuvieron de la verificación estadística de los anuarios de INDECOPI, se puede establecer que la situación de control que se supone debe generarse con la intervención del INDECOPI, no es necesariamente la más adecuada, toda vez que las cifras muestran un nivel bastante elevado de las quejas o reclamos presentados ante esta institución sobre diversos productos o servicios.

Es importante señalar que en lo que corresponde a los rubros de productos que se ubican en este tipo de reclamos por parte de los consumidores, se encuentra ocupando el primer lugar según la cantidad, el de tarjetas de crédito, por lo mismo

que se reconoce como el más urgente de atender, alcanzando una representación de más de la mitad de las quejas presentadas.

Entonces se puede reconocer el problema que data la existencia de un problema respecto a la insatisfacción de los consumidores respecto al producto de tarjetas de crédito, pese a que en la regla se indica que estos deben tener por característica el sentido de idoneidad en el resultado final que debe generar en los que se sirven de usarlos; por ello es que la situación descrita amerita la creación de específicas indicaciones para que se tome mayor rigor en la construcción de las plataformas que operan para este tipo de producto.

Por lo mismo que se puede establecer el hecho de que la realidad mostrada justifica la creación de tales especificaciones en la regla, por lo que el argumento que se ha de tomar para tal efecto debe ser el nivel de satisfacción, aspecto que la regla no ha tenido en consideración puesto que toda la protección se desarrolla en función a las reglas que son de carácter general, lo cual dogmáticamente resulta insuficiente, toda vez que la teoría que sustenta la protección al consumidor debe estar ceñida a la meta de satisfacer la necesidad del que accede a los productos y servicios.

Además de la construcción en base a la data obtenida de los anuarios estadísticos del IINDECOPI, se ha considerado dentro del análisis de la realidad a los operadores jurídicos que se ocupan de los temas de reclamaciones ante INDECOPI, lo cual se orienta a reconocer el nivel de conocimiento y coincidencia con la postura que se plantea en esta investigación.

Así pues en función a los resultados se puede observar que respecto al conocimiento de la definición de lo que se entiende por idoneidad, se percibe un adecuado manejo de ello, toda vez que el resultado advierte casi la totalidad

coincidente con el sentido planteado sobre el hecho de que la idoneidad está compuesta por características específicas respecto de un determinado producto o servicio a fin de que cumpla con la satisfacción del usuario.

De lo cual no solo se aprecia coincidencia con el concepto sino que se entiende el correlato de la satisfacción el usuario como el fin más cercano a la construcción que se ha de generar con las reglas que se encuentran proyectadas a la protección del consumidor, sobre todo en la estructura del movimiento comercial y mercantil que en los últimos años esta alcanzando un nivel de globalización en vertiginoso crecimiento, por lo cual requiere de mayor atención.

Es sobre eso que también los operadores opinan de manera casi total a favor de la crítica que se plantea, esto es sobre la ausencia de idoneidad de los productos como para el caso de las tarjetas de crédito que ocupa a esta investigación, así pues se indica que adolecen de un problema respecto a la ausencia de información transparente, denotándose asimetría entre los que se ofrece y los que realmente se obtiene por parte del consumidor, características que muestran distorsión de la idoneidad que deben cumplir.

Sobre esta indicación de la opinión de los operadores jurídicos encuestados se puede advertir que la razón de ser o la justificación de la regulación que se ocupa de la protección al consumidor, integra a la idoneidad como una característica esencial, pero esta no alcanza para establecer el control necesario; por lo mismo que se puede entender que la verdadera intención de incorporar tal característica será lograr la satisfacción del consumidor, que como se viene indicando repetidas veces, debería ser el argumento que sustente toda la estructura de la protección.

Siendo así la aceptación de los operadores se mantiene en cuanto a la propuesta que se ciñe a dicha indicación sobre el carácter de la protección basada en el nivel de satisfacción que se desprende del propio concepto de la idoneidad planteado en primer lugar, es por ello que resulta adecuada la propuesta de que se incorporen parámetros específicos para la calificación de la idoneidad respecto al producto tarjeta de crédito, a fin de garantizar la protección al consumidor.

De otro lado se puede reconocer como un aspecto importante de la estimación de los operadores jurídicos, el hecho de que existe una base normativa más fuerte para poder justificar la realidad de la protección al consumidor planteada en la regla, así pues sobre el hecho de que la normativa constitucional incorpora garantías para la correcta ejecución de los derechos, en ese plano la protección al consumidor obedece al control de las actividades económicas; sobre lo cual se aprecia un resultado que se limita a la mitad de la población encuestada que se encuentra a favor, respecto de un 40% de operadores que no están de acuerdo con el sentido de esta afirmación sobre las garantías constitucionales.

Resulta un tanto lógico el hecho de que se haya obtenido este resultado en vez de la aceptación total, puesto que la comprensión de la normativa constitucional se aprecia sólo como un conjunto de derechos fundamentales y constitucionales específicos, saliendo de la idea lógica que se constituyen como el conjunto de garantías que controlan toda la actividad de la estructura estatal e incluso las interrelaciones sociales, sobre todo en lo que respecta al comercio y sus derivadas acciones, desde luego desde una perspectiva general, pues en tanto garantías sólo marcan la pauta para que la legislación que se agrupa debajo de esta norma, sea la encargada de realizar las especificaciones y puntualizaciones en base a la necesidad, lo cual se advierte del carácter de idoneidad que se incorpora en el

Código de protección al consumidor, la cual deber ser más específica para no caer en la desprotección o resultados que no muestran satisfacción según las estadísticas.

Atendiendo a la indicación de que la normatividad constitucional se constituye como el cúmulo de garantías, debe prestarse atención a la configuración de la misma en razón de la tendencia mercantilista que ha orientado su construcción en lo que se refiere a esta área, así pues se muestra el resultado bastante alentador en cuanto a la coincidencia con la crítica planteada sobre la apreciación de inadecuado aquel enfoque mercantilista que se le da a la estructura de la protección al consumidor basada en la tendencia del libre mercado, generando desequilibrio en las relaciones comerciales.

La tendencia de los operadores como se puede apreciar en el numeral 5 de la encuesta es bastante favorable respecto a la crítica sobre el sentido mercantil que adopta la normativa que se ocupa de la protección al consumidor, como una forma de regular a través del control sólo del cumplimiento de ciertas obligaciones, es por ello que se incorpora luego la característica de idoneidad, la misma que se hace de manera general por lo cual se debe asumir el sentido más específico para poder atender las necesidades de los consumidores de manera efectiva y evitar que se plasmen cifras de incidencia respecto a los reclamos por el producto tarjeta de crédito ante el INDECOPI.

Finalmente en lo que corresponde a la propuesta general que se plasma en la encuesta que se aplicó a los operadores jurídicos, se ha obtenido un resultado bastante abrumador respecto a la población que se muestra a favor de que la tendencia de la protección al consumidor debe reorientarse para asumir un carácter

más tuitivo de los derechos que corresponden a la parte más débil en la relación comercial.

Conforme se puede apreciar el sentido tuitivo al que se intenta referir, se relaciona más a la protección que le corresponde al consumidor no sólo a través de la incorporación de reglas que se ocupan de establecer parámetros comerciales a fin de que se plantee una adecuada protección, sino que debe orientarse en el sentido de acoger la necesidad de satisfacción de la necesidad del usuario, así pues el caso de las tarjetas de crédito no sólo bastará con el hecho de que la idoneidad se pueda interpretar por parte de las entidades como una cuestión de generar mecanismos de información que no están al alcance de la comprensión de los usuarios, lo que se traduce en un carácter de descuido por parte de la legislación.

#### TOMA DE POSTURA.

Se advierte de la construcción de los resultados que la realidad que opera sobre el tratamiento del consumidor respecto es bastante deficiente en cuanto al control que ejerce la institución encargada como lo es el INDECOPI, pues según las estadísticas, resultan bastante altas las cifras que se desencadenan a razón de la reclamación de usuarios de tarjeta de crédito, que ocupan más de la mitad de atención respecto de las que se manifiestan por otros productos, lo que permite evidenciar que esta insuficiencia se da en razón de la falta de especificación del carácter de idoneidad que se debería contemplar en el ámbito legislativo a fin de que no sólo sea interpretado por las entidades para aplicar sólo condiciones de información que no son lo suficientemente claras, sino más bien para asegurar que el producto cubra satisfactoriamente las necesidades del usuario para favorecerlo antes que para perjudicar en beneficio del mercantilismo.



## 5.2. RESULTADO DE VALIDACIÓN DE VARIABLES

En lo que corresponde a esta variable se deben recoger las ideas que han surgido en mérito a la discusión sobre los objetivos que se enmarcan en cada una de ellas con la finalidad de verificar su validez y poder construir la hipótesis conclusiva la cual será comparada con la hipótesis que inicialmente se proyectó y así obtener como resultado la contrastación de esta, así tenemos el siguiente desarrollo:

### 5.2.1. Respecto a la Variable independiente: Ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito en el código del consumidor.

Inicialmente debe dejarse clara la función de esta variable, afirmación que ha recibido la nominación de Independiente dada la ubicación dentro de la problemática como la causa que origina el cuestionamiento que señala el problema que generó la investigación, dicho de otro modo, se verificará si existen justificaciones que hagan presumir su validez como causa del problema.

En el desarrollo de las actividades comerciales existe la necesidad de proteger a sus intervinientes, en este sentido se procura la protección del que sería el sector más débil, es este caso los consumidores, por lo que el Estado cumple un rol vigilante ante alguna falencia en el devenir de estas actividades de tal manera que pueda advertir la ausencia de conformidad entre lo que se espera y lo que realmente reciben los consumidores, hechos que pondrían en evidencia una vulneración de sus derechos por lo tanto el estado en su carácter tuitivo crea los



mecanismos que ayuden a regular estas actividades, mediante un control, fiscalización y sanción de las mismas, buscando así el equilibrio en el mercado; es en virtud de todo ello que se plantea la validación de la variable independiente bajo la siguiente indicación:

**La ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito en el código del consumidor genera insatisfacción del consumidor.**

5.2.2. Respecto a la Variable dependiente: La protección del consumidor como garantía constitucional.

Al igual que en el trabajo efectuado sobre la variable independiente como la causa del problema, es menester sobre ésta afirmación verificar su validez como efecto principal del problema, es decir, se determinará si existe realmente una afectación jurídica que respalde la investigación realizada.

La connotación de la actividad económica que se desarrolla en un determinado Estado conlleva a la necesidad de que se exija la intervención controladora de dichas acciones a fin de otorgar seguridad jurídica a través del ordenamiento legal, por ello respecto al consumo mercantil se entiende operará la fiscalización de la manera en que se ejecuta dicha actividad, procurando que el ámbito de protección que señala la naturaleza jurídica que garantiza la satisfacción del consumidor, se ocupe de los espacios previos a la ejecución como lo es la estructuración del ordenamiento jurídico, durante la ejecución que corresponde a la finalidad de la protección al consumidor y posterior en lo que se refiere a los efectos.

Se advierte de la construcción de los resultados que la realidad que opera sobre el tratamiento del consumidor respecto es bastante deficiente en cuanto al control que ejerce la institución encargada como lo es el INDECOPI, pues según las estadísticas, resultan bastante altas las cifras que se desencadenan a razón de la reclamación de usuarios de tarjeta de crédito, que ocupan más de la mitad de atención respecto de las que se manifiestan por otros productos, lo que permite evidenciar que esta insuficiencia se da en razón de la falta de especificación del carácter de idoneidad que se debería contemplar en el ámbito legislativo a fin de que no sólo sea interpretado por las entidades para aplicar sólo condiciones de información que no son lo suficientemente claras, sino más bien para asegurar que el producto cubra satisfactoriamente las necesidades del usuario para favorecerlo antes que para perjudicar en beneficio del mercantilismo; es por todo ello que la variable dependiente determina su validación de la siguiente manera:

**La protección del consumidor como garantía constitucional se ha diseñado bajo el criterio mercantilista dejando de lado al carácter tuitivo de la protección del consumidor.**

### 5.3. CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS

Para alcanzar la contrastación de la hipótesis se procederá a elaborar una hipótesis conclusiva, construida por la unión de las afirmaciones resultantes de la validación de variables, resultado que será confrontado con la hipótesis inicial, operación que a continuación se desarrolla:

#### Hipótesis conclusiva:

**La ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito en el código del consumidor genera insatisfacción del consumidor, lo cual obedece a la protección del consumidor como garantía constitucional que se ha diseñado bajo el criterio mercantilista dejando de lado al carácter tuitivo de la protección del consumidor.**

CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS	
HIPOTESIS INICIAL	HIPOTESIS CONCLUSIVA
Si, se verifica la ausencia de parámetros específicos en el código del consumidor que permitan una adecuada calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito por parte del INDECOPI; entonces, se estará produciendo un	La ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito en el código del consumidor genera insatisfacción del consumidor, lo cual obedece a la protección del consumidor como

efecto jurídico negativo sobre la protección del consumidor, como garantía constitucional, debiéndose por ello implementar parámetros adecuados para tal protección económica.	garantía constitucional que se ha diseñado bajo el criterio mercantilista dejando de lado al carácter tuitivo de la protección del consumidor
--	---

Conforme se puede apreciar de la comparación de las hipótesis tanto inicial como conclusiva, existe más allá de una ratificación una suerte de complemento del planteamiento inicial, toda vez que además de corroborar la ausencia de parámetros específicos respecto a la idoneidad del producto tarjetas de crédito, se muestra además que como resultado de esta situación se produce un nivel de insatisfacción de los consumidores; de otro lado el efecto que se indica en el planteamiento inicial como una cuestión negativa sobre los derechos del consumidor, también resultan corroborados, así pues se indica que el argumento para la construcción del ordenamiento tiene una orientación mercantilista que no dibuja una protección lo suficientemente tuitiva; de ello se advierte según lo desarrollado en la investigación de la cantidad de denuncias y reclamos respecto al producto tarjetas de crédito ante el INDECOPI.

Esta postura se relaciona de manera directa con el ámbito legislativo que comprende al Código de Protección al Consumidor, toda vez que el planteamiento se ocupa de la idoneidad del producto tarjetas de crédito, figura jurídica que se incorpora a dicha regulación con el fin de otorgar cierta seguridad a los consumidores respecto a las características que deben tener los productos y

servicios, control que respecto a las tarjetas de crédito no alcanza con la especificación mínima que se muestra en tal ordenamiento, lo cual representa una necesidad de protección pues como se ha dicho anteriormente es el producto sobre el cual se concentra el cúmulo de reclamos y denuncias ante el INDECOPI.

Según lo planteado por esta investigación se puede percibir un aporte social como efecto de la aplicación de los parámetros específicos sobre la idoneidad de las tarjetas de crédito, toda vez que regular adecuadamente provocará que las entidades que se ocupan de implementar plataformas para la ejecución de este producto, tendrán una actividad más controlada y generarán un nivel más alto de satisfacción en su uso, lo cual implica el fortalecimiento de la seguridad jurídica en las transacciones financieras que dependen de estas tarjetas de crédito.

## CONCLUSIONES

### PRIMERA:

La connotación de la actividad económica que se desarrolla en un determinado Estado conlleva a la necesidad de que se exija la intervención controladora de dichas acciones a fin de otorgar seguridad jurídica a través del ordenamiento legal, por ello respecto al consumo mercantil se entiende operará la fiscalización de la manera en que se ejecuta dicha actividad, procurando que el ámbito de protección que señala la naturaleza jurídica que garantiza la satisfacción del consumidor, se ocupe de los espacios previos a la ejecución como lo es la estructuración del ordenamiento jurídico, durante la ejecución que corresponde a la finalidad de la protección al consumidor y posterior en lo que se refiere a los efectos.

### SEGUNDA

En el desarrollo de las actividades comerciales existe la necesidad de proteger a sus intervinientes, en este sentido se procura la protección del que sería el sector más débil, es este caso los consumidores, por lo que el Estado cumple un rol vigilante ante alguna falencia en el devenir de estas actividades de tal manera que pueda advertir la ausencia de conformidad entre lo que se espera y lo que realmente reciben los consumidores, hechos que pondrían en evidencia una vulneración de sus derechos por lo tanto el estado en su carácter tuitivo crea los mecanismos que ayuden a regular estas actividades, mediante un control, fiscalización y sanción de las mismas, buscando así el equilibrio en el mercado.

### TERCERA:

Se advierte de la construcción de los resultados que la realidad que opera sobre el tratamiento del consumidor respecto es bastante deficiente en cuanto al control que ejerce la institución encargada como lo es el INDECOPI, pues según las estadísticas, resultan bastante altas las cifras que se desencadenan a razón de la reclamación de usuarios de tarjeta de crédito, que ocupan más de la mitad de atención respecto de las que se manifiestan por otros productos, lo que permite evidenciar que esta insuficiencia se da en razón de la falta de especificación del carácter de idoneidad que se debería contemplar en el ámbito legislativo a fin de que no sólo sea interpretado por las entidades para aplicar sólo condiciones de información que no son lo suficientemente claras, sino más bien para asegurar que el producto cubra satisfactoriamente las necesidades del usuario para favorecerlo antes que para perjudicar en beneficio del mercantilismo.

## RECOMENDACIONES

### PRIMERA

Se hace la sugerencia al INDECOPI, para que en el desarrollo de sus actividades estadísticas que evalúan la incidencia de reclamos a través del transcurso de los años, pueda reconocerse el nivel de eficacia de la finalidad institucional que es la protección al consumidor, aspecto que servirá de base para la creación de un requerimiento de ajustes legislativos relacionados con los parámetros específicos respecto a la idoneidad del producto tarjetas de crédito y con ello afianzar el criterio de calificación de las sanciones y fortalecer el carácter tuitivo para el consumidor.

### SEGUNDA

Se recomienda la incorporación de parámetros específicos respecto a la idoneidad del producto tarjetas de crédito, para que se genere un criterio adecuado en la calificación de las sanciones sobre el particular; los cuales serán insertados en el Código de Protección al Consumidor en el ámbito que corresponde a la publicidad en los productos o servicios financieros de crédito, esto es en el artículo 83 de dicho ordenamiento; lo cual se hará de la siguiente manera:

Artículo 83.- Publicidad en los productos o servicios financieros de crédito

(...)

Para efectos de la calificación de idoneidad del producto financiero Tarjeta de Crédito, se habrá de considerar la incorporación en su publicidad, de la determinación del gasto generado por la actividad administrativa, de las



comisiones de servicio, así como el precio que emana del uso de la marca, trasladados al usuario como obligación.

## Bibliografía

- Acaro Martínez, G. (2010). *Análisis del uso de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Zamora del año 2009*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Bahilo Marcos, M., & Pérez Bravo, M. (2017). Obtenido de Operaciones auxiliares de gestión de tesorería: [https://books.google.com.pe/books?id=\\_WkpDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Op#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=_WkpDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Op#v=onepage&q&f=false)
- Banco Central de Reserva del Perú. (s.f). Obtenido de Glosario de términos económicos: <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/t.html>
- Bellido Ascarza, Y. (2018). *La idoneidad en las tarjetas de crédito: a propósito de las denuncias ante los órganos competentes de Indecopi durante los años 2013-2015*. Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Cavero Safra, E. (2016). ¿Efecto dominó o efecto mariposa? el (distorsionado) concepto de consumo protegido en el derecho peruano. *Ius et Veritas*(53), 34-47. doi:<https://doi.org/10.18800/iusetveritas.201701.002>
- Código de Protección y Defensa del Consumidor. (s.f.). *Artículo 18°*.
- Colorado Servellón, N., Mendoza Trejo, K., Arias, T., & Brenda. (2012). *Análisis del uso indebido de las tarjetas de crédito y su trascendencia en el respeto a la garantía de la tipicidad*. San Salvador: Universidad de El Salvador.
- Flores, E. V., Pilco, M. H., & Haro, P. P. (4 de Agosto de 2015). *Eumed.net Enciclopedia Virtual*. Obtenido de Revista Caribeña de Ciencias Sociales: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2015/08/tarjetas-credito.html>

- Izquierdo Maldonado, C., Vaca Aguirre, I., & Mena Campar, R. (Julio- Diciembre de 2018). El nuevo sujeto social del consumo responsable. *Estudios de la Gestión*(4), 97-123. Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/727/914>
- Merino, R. (2008). *La idoneidad del producto y servicio en la Ley de Protección al Consumidor*. Lima: CISE.
- Morales Alvarez, J. (2015). *SCRIBD*. Obtenido de Idoneidad: <https://es.scribd.com/document/380989297/IDONEIDAD>
- Oliva Zuñiga, Y. (2016). *Efecto de las tarjetas de crédito en las condiciones de vida de los usuarios*. Tegucigalpa: Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre la población a estudio. *Int. J. Morphol*, 227-232. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Stucchi, P. (2011). *Ensayos sobre Protección al Consumidor en el Perú*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Tambussi, C. E. (2014). Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos. *Lex*, XII(13), 89-112. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i13.38>
- Ucha, F. (Junio de 2012). *Definición ABC*. Obtenido de Definición de Satisfacción del cliente: <https://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>
- Walpole, R., & Myers, R. (1966). *Probabilidad y estadística* (Cuarta ed.). México: McGraw\_Hill.



## ANEXOS

### 1. Cuestionario de encuesta aplicada a 50 operadores jurídicos.

**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS**



## TESIS

**“Ausencia de parámetros específicos sobre idoneidad de tarjetas de crédito, efecto limitante de la protección del consumidor como garantía constitucional”**

## CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Es grato dirigimos a vuestra persona, con la intención de saludarlo y a la vez requerir de su valioso tiempo para la absolución de los cuestionamientos que

se le presentan a continuación, cuyos resultados se tomaran como un aporte importante para la investigación académica que realizamos.

**I. Variable independiente: Ausencia de parámetros específicos para la calificación de la idoneidad del producto tarjetas de crédito en el código del consumidor.**

1. La idoneidad está compuesta por características específicas respecto de un determinado producto o servicio a fin de que cumpla con la satisfacción del usuario.
  - a. De acuerdo
  - b. En desacuerdo
  - c. No opina.
  
2. El producto tarjetas de crédito, adolece de un problema respecto a la ausencia de información transparente, denotándose asimetría entre lo que se ofrece y lo que realmente se obtiene por parte del consumidor, características que muestran distorsión de la idoneidad que deben cumplir.
  - a. De acuerdo
  - b. En desacuerdo
  - c. No opina.

3. Hace falta incorporar parámetros específicos para la calificación de la idoneidad respecto al producto tarjeta de crédito, a fin de garantizar la protección al consumidor.
  - a. De acuerdo
  - b. En desacuerdo
  - c. No opina.

**II. Variable dependiente: La protección del consumidor como garantía constitucional.**

4. La normativa constitucional incorpora garantías para la correcta ejecución de los derechos, en ese plano la protección al consumidor obedece al control de las actividades económicas.
  - a. De acuerdo
  - b. En desacuerdo
  - c. No opina.
5. Se aprecia como inadecuado el enfoque mercantilista que se le da a la estructura de la protección al consumidor basada en la tendencia del libre mercado, generando desequilibrio en las relaciones comerciales.

- a. De acuerdo
  - b. En desacuerdo
  - c. No opina.
6. La tendencia de la protección al consumidor debe reorientarse para asumir un carácter más tuitivo de los derechos que corresponden a la parte más débil en la relación comercial.
- a. De acuerdo
  - b. En desacuerdo
  - c. No opina.

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Dr. JOSE MARÍA BALCAZAR, Asesor de Tesis de Bach. Carla del Rocío Bustios Arteaga, titulada ***“AUSENCIA DE PARAMETROS ESPECÍFICOS SOBRE IDONEIDAD DE TARJETAS DE CREDITO, EFECTO LIMITANTE DE LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR COMO GARANTÍA CONSTITUCIONAL”***, luego de la revisión exhaustiva del documento, constato que la misma tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de similitud del programa TURNITIN.

El suscrito analizo dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 21 de enero del 2021

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE LAMBAYEQUE  
Fundado el 10 de Julio de 1922

  
Dr. José María Balcázar Zelada

---

**Dr. JOSÉ MARÍA BALCAZAR ZELADA**  
16642438  
**ASESOR**